

2 of 107 DOCUMENTS

deVerdieping
Trouw
 Trouw

12 augustus 2011 vrijdag

Grote zus **Fancy** is uit de tijd

BYLINE: Kristel van Teeffelen

SECTION: Cultuur en Media; Blz. 8

LENGTH: 842 woorden

Meidenblad **Fancy** is binnenkort niet meer. Fans zullen het voortaan moeten doen zonder de vertrouwde rubrieken over leeftijdsgenootjes, seks en make-uptips al staat er een contingent aan vergelijkbare titels te trappelen om de nieuwe beste vriendin te worden van de verweesde lezers.

Andrea de Jong vindt zichzelf een echt meisje-meisje. Ze houdt van paardrijden en musicals. Ook winkelt de 17-jarige havo-scholiere graag en gaat ze af en toe met haar vriendinnen uit in Boxtel, het dorp waar zij woont.

Andrea leest graag de **Fancy**, het tijdschrift voor meiden tussen de 14 en 17 jaar. Vooral de verhalen over wat leeftijdgenoten hebben meegemaakt vindt ze leuk. En de rubriek 'First impression'. Daarin zeggen jongeren wat ze op het eerste gezicht over elkaar denken.

Vorige week werd bekend dat de **Fancy** ermee stopt. In drie jaar tijd verminderde de oplage van 70.000 tot 37.000, zowat een halvering. Bovendien kampt het blad met tegenvallende advertentie-inkomsten.

De **Fancy** verschijnt dit najaar na zestien jaar voor de laatste keer. Er verdwijnt daarmee een tijdschrift vol met modetrends, make-uptips en verhalen over problemen uit het echte leven. En het blad met de beroemde en onder ouders wellicht beruchte middenpagina's met de vragen

en verhalen over seks.

Andrea vindt het jammer dat ze haar favoriete blad straks moet missen. Nu zal ze noodgedwongen overstappen op een ander tijdschrift. Ze heeft keuze genoeg, want het aantal meidenbladen is talrijk.

De concurrentie op de tijdschriftenmarkt is enorm toegenomen, zegt Linda Duits, sociaal wetenschapper en gepromoveerd op meidencultuur. Tijdschriften gaan zich volgens haar steeds meer richten op een specifieke doelgroep. Ook de meidenbladen. Je hebt tijdschriften voor meisjes onder de twaalf, voor meiden tussen 12 en 15 jaar en voor 14- tot 17-jarigen. Duits: "Meiden lezen die bladen vaak niet jaren achter elkaar. Daardoor is het geen trouwe lezersgroep."

Henk Scheenstra, directeur print bij Sanoma Media, uitgever van onder meer de **Fancy**, ziet ook internet als concurrent voor het meidenblad. "Voor vragen over de eerste stappen in relaties en seks kunnen meiden tegenwoordig op internet terecht."

Duits is het daar niet mee eens. Meiden lezen volgens haar nog steeds graag tijdschriften. "Internet is voor de jeugd vooral een aanvulling. Ze hebben nog altijd behoefte aan bladen, die naast internet een belangrijke bron zijn voor tips."

Wat maakt het ene blad geslaagd en het andere niet? Er is één meidentijdschrift dat al sinds de jaren zestig populair is: de Tina. Hoewel het blad zich richt op het jongste segment van 7- tot 12-jarigen, heeft het volgens hoofdredactrice Joan Lommen wel degelijk overlap met andere meidenbladen.

Wat maakt de Tina volgens haar zo succesvol? "We zijn gewoon een leuk blad. Terwijl andere vol staan met

problemen, is de Tina vermakelijk en grappig. Dat willen meiden van die leeftijd."

Volgens Duits zien meiden een tijdschrift als een grote zus, iemand van wie je tips krijgt. "Maar dan moet het wel een grote zus zijn waar je tegenop kijkt en dus iets van aanneemt."

De keuze om een bepaald tijdschrift te lezen is voor jongeren allesbehalve willekeurig, zegt Duits. Het blad dat je leest, laat zien wie je bent. Tijdschriften als de **Fancy**, Cosmo Girl en Girlz! mogen dan wel op het eerste gezicht op elkaar lijken ze staan allemaal vol met mode, make-up en jongens, en op de cover van dik, glimmend papier staat een beroemdheid maar het tegendeel is waar. Duits: "Het draait bij tieners allemaal om imago."

De Yes, het tijdschrift dat er eind 2010 mee stopte, kampte volgens haar met imago-problemen. Datzelfde geldt nu voor de **Fancy**. De reden volgens Duits: Het echte **Fancy**-meisje verdwijnt. "De **Fancy** richt zich op het leuke, standaard-meisje. En die zijn tegenwoordig vaak niet meer de trendsetters van de klas."

De populaire meiden van tegenwoordig doen volgens Duits aan styleshoppen: het combineren van subculturen. "Als je vroeger een punker was, was je ook echt een punker. Nu kan je punker en kakker tegelijk zijn."

De **Fancy** weet die trendsetters niet meer te bereiken, denkt zij. Dat komt ook omdat het blad een wat oubollig imago heeft. Dat zie je volgens haar alleen al aan de titel. "**Fancy** is niet meer een woord van nu. Girlz! wordt niet zomaar met een z en een uitroepteken geschreven."

Bovendien is het imago kinderachtig. De **Fancy** richt zich dan wel op 14- tot 17-jarigen, maar wordt vooral gelezen door veel jongere meiden, zegt Duits. Dat vinden oudere tieners niks.

Ook Scheenstra geeft toe dat de concurrenten de afgelopen tijd beter hebben weten in te spelen op de wensen van de meiden van tegenwoordig. "Veel dingen verjongen. Meiden zijn tegenwoordig veel vroeger bezig met mode en uiterlijk dan tien, twintig jaar geleden."

Hij vindt echter niet dat de **Fancy** oubollig is. Ook de **Fancy** is door de jaren heen steeds meer op een glossy gaan lijken. Waarom het meidenblad dan toch moet stoppen? "Sommige titels verdwijnen nou eenmaal, dat is de natuurlijke cyclus van de tijdschriftenmarkt."

'De **Fancy** weet trendsetters niet meer te bereiken'

LOAD-DATE: August 11, 2011

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

GRAPHIC: De 17-jarige Andrea de Jong zal binnenkort op zoek moeten naar een nieuw lijfblad. foto Koen verheydenDe verschillende titels voor meiden lijken op het eerste oog misschien wel op elkaar, maar het tegendeel is waar. "Het draait allemaal om imago."

PUBLICATION-TYPE: Krant

JOURNAL-CODE: Trouw