

Hogeschool- en universiteitsbladen

Hoe kunnen hogeschool- en universiteitsbladen tegemoet komen aan de informatiebehoefte van de brede doelgroep, bestaande uit zowel medewerkers als studenten?

Dronten, februari 2008

Daniëlle Ballast
Studentnummer: 274345
Begeleider: Binne Keulen
Christelijke Hogeschool Windesheim, Zwolle
Opleiding Journalistiek

Voorwoord

Tijdens mijn stage bij de HSK (hogeschoolkrant) van Windesheim heb ik regelmatig gezien dat de doelgroep van het medium een probleem is voor de redactie. De krant schrijft voor zowel medewerkers als voor studenten. Het mag duidelijk zijn dat deze twee groepen qua interesses en belevingswereld enorm ver uit elkaar liggen. Hoe houd je beide groepen tevreden?

Vrijwel alle hogeschool- en universiteitsbladen hebben hiermee te maken. Steeds weer moeten zij onderwerpen hebben die alle lezers aanspreken. Maar hoe doen zij dat? Hoe maak je een krant voor zo'n uitgebreid publiek?

Vaak krijgen de medewerkers het blad in hun postvakje en kunnen de studenten het uit de bakken pakken die door de school verspreid staan. Maar om gelezen te worden moeten er onderwerpen voor beide groepen in het blad staan. Hoe gaan de bladen hiermee om? Kortom: hoe kunnen hogeschool- en universiteitsbladen tegemoet komen aan de informatiebehoefte van hun brede doelgroep?

Inhoud

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Verantwoording	4
1.2 Bespreking literatuur	5
1.3 Probleemstelling	6
1.4 Begripsbepaling	7

Hoofdstuk 2: Uitkomsten

2.1 Methode	8
2.2 Wat kenmerkt de hogeschool- en universiteitsbladen?	10
2.2.1 Geschiedenis van de bladen	11
2.2.2 De titels	12
2.2.3 Inhoud	13
2.2.4 De doelgroep	13
2.2.5 De redactie en onafhankelijkheid	14
2.2.6 Instanties zonder blad	15
2.3 Wat is de informatiebehoefte van studenten en medewerkers?	16
2.4 Welke redactionele keuzes maken de hogeschool- en universiteitsbladen?	19
2.4.1 Profielen	19
2.4.2 Cursor	21
2.4.3 Univers	23
2.4.4 Erasmus Magazine	25
2.4.5 Punt	27
2.4.6 UT- Nieuws	29
2.4.7 HanzeMag	31
2.4.8 NHL Magazine	33
2.4.9 Sax	35
2.4.10 Vox	37
2.5 Welke redactionele keuzes maakt de HSK?	39
2.5.1 Kenmerken van de HSK	39
2.5.2 Analyse van de inhoud	41
2.5.3 De keuzes	42

Hoofdstuk 3: Afsluiting

3.1 Samenvatting	45
3.2 Conclusie	46
3.3 Aanbevelingen	47
Bronnen	48
Bijlagen	50

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Verantwoording

Het probleem van de brede doelgroep geldt voor vrijwel alle hogeschool- en universiteitsbladen. De vaak kleine redacties hebben hun handen vol aan het maken van een krant of magazine. Dat het blad dan ook nog een hele brede doelgroep heeft, maakt het niet gemakkelijker.

Petra Merx, hoofdredacteur van Punt, het blad van de Avans Hogeschool zegt: “Het is geen brede doelgroep, het zijn twee doelgroepen, in mijn ogen. Ik denk dat het moeilijk is die in één product te bedienen. Het ene blad lukt het beter om ook studenten aan te spreken dan de ander. Het blijft lastig. Het is belangrijk de krant te blijven ontwikkelen op dit gebied.”

Chris Wind, hoofdredacteur van HanzeMag, het blad van de Hanzehogeschool zegt: “Schrijven voor een brede doelgroep is niet onmogelijk, maar ook niet makkelijk. Maar we hebben net de resultaten van ons lezersonderzoek binnen, en daaruit blijkt dat beide groepen dik tevreden zijn, dus blijkt het wel.”

1.2 Bespreking literatuur

Er is weinig literatuur te vinden over dit onderwerp. De meeste artikelen over hogeschool- en universiteitsbladen gaan over de onafhankelijkheid van de bladen, een ander probleem waar deze bladen mee te maken hebben.

Omdat er zo weinig literatuur is, heb ik de informatie in andere bronnen moeten zoeken. De meeste informatie komt dan ook uit interviews die ik met verschillende redactie heb gehouden. Ook redactiestatuten en lezersonderzoeken van de bladen gaven mij meer informatie.

Het grootste deel van dit onderzoek, namelijk de analyse van de redactionele keuzes, komt uit de hogeschool- en universiteitsbladen zelf.

1.3 Probleemstelling

Met dit onderzoek wil ik mij richten op de doelgroep van hogeschool- en universiteitsbladen. Ik wil onderzoeken hoe deze bladen tegemoet kunnen komen aan de informatiebehoefte van hun brede doelgroep.

Hiervoor heb ik de volgende hoofdvraag geformuleerd:

Hoe kunnen hogeschool- en universiteitsbladen tegemoet komen aan de informatiebehoefte van de brede doelgroep, bestaande uit zowel medewerkers als studenten?

1.4 Begripsbepaling

Met *hogeschool- en universiteitsbladen* worden de bladen van Nederlandse universiteiten en hogescholen bedoeld. Deze bladen worden binnen de instelling gemaakt en voornamelijk ook binnen de instelling verspreid.

Met de *doelgroep* wordt de doelgroep bedoeld zoals die in het redactiestatuut van het betreffende blad omschreven staat. Dit zijn de studenten, bij deze groep ligt de gemiddelde leeftijd op begin twintig jaar. De tweede groep zijn de docenten en medewerkers, de gemiddelde leeftijd is hoger dan de studenten, en ligt rond de veertig jaar.

Met de *informatiebehoefte* wordt bedoeld dat de krant aandacht besteed aan onderwerpen die voor iedereen uit deze doelgroep aantrekkelijk zijn. Er moeten dus artikelen in staan die interessant zijn voor studenten, maar ook moeten de medewerkers onderwerpen te lezen krijgen die hen aanspreken.

Hoofdstuk 2: Uitkomsten

2.1 Methode

De hoofdfunctie van dit onderzoek is evaluerend. Tien hogeschool- en universiteitsbladen worden met elkaar vergeleken. Daarbij gebruik ik de papieren versie en niet de informatie van de site. Bij elk blad wordt gekeken hoe de redactie omgaat met de informatiebehoefte van de doelgroep. Er wordt dus gekeken naar de inhoud van de bladen en niet naar de vormgeving.

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het onderzoek opgedeeld in verschillende deelvragen. De deelvragen beginnen algemeen en zullen eindigen in een case, waarbij één hogeschoolkrant geanalyseerd wordt. De deelvragen zijn:

- 1. Wat kenmerkt de hogeschool- en universiteitsbladen?**
- 2. Welke redactionele keuzes maken de hogeschool- en universiteitsbladen, en wat is de informatiebehoefte van studenten en medewerkers?**
- 3. Welke redactionele keuzes maakt de HSK?**

Als alle deelvragen beantwoord zijn zal er een conclusie uit rollen dat een duidelijk antwoord geeft op de hoofdvraag.

Omdat er ruim dertig hogeschool- en universiteitsbladen in Nederland zijn, is het qua tijd niet mogelijk om alle bladen uitgebreid te bespreken. Daarom zal ik me in dit onderzoek beperken tot een tiental bladen, waarvan vijf hogeschoolbladen en vijf universiteitsbladen. Deze tien bladen zijn representatief voor de hele markt. Om een goed beeld te kunnen krijgen van de bladen, analyseer ik van elk van de tien gekozen titels drie uitgaven. Deze uitgaven zijn recentelijk en niet ouder dan oktober 2007. Als casus gebruik ik de HSK en daarnaast richt ik mij op de volgende tien bladen:

Maandbladen

1. NHL Magazine – Hogeschoolblad van de Nederlandse Hogeschool Leeuwarden
2. Sax Magazine – Hogeschoolblad van de Saxion Hogescholen
3. Profielen – Hogeschoolblad van de Hogeschool van Rotterdam

Driewekelijkse bladen

4. Punt – Hogeschoolblad van de Avans Hogeschool

Tweewekelijkse bladen

5. Vox – Universiteitsblad van de Nijmeegse Universiteit
6. Erasmus magazine – Universiteitsblad van de Erasmus Universiteit Rotterdam
7. Hanzemag – Hogeschoolblad van de Hanzehogeschool Groningen

Weekbladen

8. Cursor – Universiteitsblad van de Technische Universiteit Eindhoven
9. Univers, Universiteitsblad van de Universiteit van Tilburg
10. UT- Nieuws – Universiteitsblad van de Universiteit Twente

Deze tien bladen zijn willekeurig gekozen. Ze voldoen echter wel aan de volgende criteria:

1. De doelgroep van het blad bestaat uit medewerkers en studenten
2. De krant hoort bij een Nederlandse hogeschool of universiteit
3. Deze bladen zijn representatief voor alle hogeschool- en universiteitsbladen. Dat wil zeggen dat er evenveel hogeschool- als universiteitsbladen tussen zitten en dat het evenveel weekbladen, tweewekelijkse bladen en maandbladen zijn.

2.2 Wat kenmerkt de hogeschool- en universiteitsbladen?

2.2.1 De geschiedenis van de hogeschool- en universiteitsbladen

De geschiedenis van de hogeschool- en universiteitsbladen gaat ver terug. Het oudste Nederlandse blad is het universiteitsblad Folia van de Universiteit van Amsterdam. Dit blad verscheen voor het eerst in het studiejaar 1948 – 1949.

De meeste universiteitsbladen ontstonden begin jaren zeventig. De hogeschoolbladen zijn veelal jonger dan de universiteitsbladen in ons land. De meeste hogeschoolbladen ontstaan slechts enkele tientallen jaren

Het grootste deel van de universiteitsbladen ontstond na de invoering van de Wet Universitaire Bestuursvorming (WUB) op 31 mei 1972. In de jaren na de Tweede Wereldoorlog groeide het aantal studenten op de Nederlandse hogescholen en universiteiten explosief. Het hoger onderwijs was ineens veel eenvoudiger te bereiken voor veel Nederlanders, dat zorgde voor problemen. Niet alleen voor de structuur op de Nederlandse hogescholen en universiteiten, maar ook in de maatschappij.

Sociale spanningen werden gevolgd door studentenprotesten. Steeds meer studenten streften voor meer inspraak en democratisering van het universiteitsbestuur. Deze eisen kwamen als eerste van de studenten van de Katholieke Hogeschool in Tilburg en werden al snel overgenomen door medestudenten in het hele land. In mei 1969 werden bijna alle universiteiten bezet door studenten. Ondanks de afkeur van de politiek tegen de studentenprotesten, stemde het kabinet De Jong in juni 1969 toch in met een nieuwe universitaire wetgeving. Het resultaat hiervan was de invoering van de WUB. Hierdoor kregen onderzoekers, studenten, hoogleraren en ander personeel meer te vertellen op de universiteiten en er ontstond een democratisch bestuur.

Een dergelijk bestuur zorgde voor tegengestelde belangen en verschillende visies. Steeds vaker moesten universiteiten verantwoording afleggen over beslissingen. De mededelingenbladen van de instellingen veranderden in kritische universiteitsbladen, gemaakt door echte journalisten. Het duurde niet lang voor alle universiteiten een eigen krant uitbrachten waar studenten en personeel bij betrokken werden.

In 1997 wordt een nieuwe wet ingevoerd, de wet Modernisering Universitair Bestuur (MUB). Het bestuur van de universiteiten is hiermee zelfstandiger geworden. Het college van bestuur kreeg de touwtje in handen en waar studenten en personeel met de MUB inspraak nog inspraak hadden in de besluitvorming, moesten zij het nu doen met een medezeggenschapsraad waarmee enkel nog advies gegeven mocht worden. Extra!, het blad voor onderzoek en analyse van de Nederlandse Media, schrijft in het nummer van 7 februari 2003 over dit onderwerp. Hierin staat dat met de invoering van de MUB en de daardoor ontstane macht van het bestuur, de universiteitsbladen afhankelijker zijn geworden van het bestuur.

In 1999 werd de hoofdredacteur Wim Crezee van de hogeschoolkrant Havana van de hogeschool van Amsterdam op non-actief gezet na een artikel over een collegevoorzitter van de hogeschool. In 2004 herhaalde deze gebeurtenis zich op de hogeschool Windesheim. Hoofdredacteur Dirk Verbunt van de HSK werd op non-actief gezet na kritische uitlatingen over de fusie tussen de hogeschool en de Vrije Universiteit in Amsterdam. De laatste jaren is er een discussie losgebarsten over de onafhankelijkheid van de hogeschool- en

universiteitsbladen. Steeds vaker berichten media over de stempel die het bestuur van de instellingen op de kranten drukken

De laatste jaren is in de hogeschool- en universiteitsbladen een verschuiving te zien van serieuze kranten naar een mix van nieuws en luchtige (studenten)onderwerpen. Studenten lijken de belangrijkste doelgroep te vormen. Zo staat er in maart 2000 in een artikel over Folia in Trouw te lezen: “Het lijkt het zoveelste orgaan in een lange rij universiteits- en hogeschoolbladen dat de student tot doelgroep nummer één heeft verheven.” Verder in het artikel staat: “Frank Steenkamp van het hoger onderwijsbureau (...) levert nieuws aan universiteits en hogeschoolbladen. Hij constateert de laatste jaren een verschuiving van de aandacht: het bestuurlijke maakt plaats voor wat de student beweegt.”

Veel bladen verschijnen dan ook niet meer in krantvorm, maar als magazine. In het NRC-Handelsblad van november 1998 staat: “Hoofdredacteur A. Hofstede van het Erasmus Magazine geeft toe dat het bestuur met het magazine het imago van een moderne en eigentijdse universiteit wil uitstralen, maar daar kan hij niet mee zitten. 'Die saaie, grijze krantjes met lappen tekst zijn niet meer van deze tijd. Daar zitten studenten van tegenwoordig niet op te wachten. Wij werken met foto's, graphics en veel kleur. De aantrekkelijkheid van de krant is ook belangrijk.” In het Parool staat in maart 2000: “Veel meer dan voorheen is Folia een tijdschrift geworden; met een grote reportage, een lang interview, opiniestukken en rubrieken over scripties, proefschriften, wetenschappelijke uitgaven en universitaire collecties. Nieuws over bestuurlijke perikelen is naar de binnenpagina's verschoven. Het traditionele 'krantje spelen', zo populair bij de redacties in de jaren zeventig en tachtig, is er niet meer bij.”

Natuurlijk heeft de komst van internet ook zijn invloed op de hogeschool- en universiteitsbladen. Op de site van Saxion staat in maart 2007 te lezen: “Hogeschoolmagazine Sax realiseert zich dat studenten hun nieuws steeds meer van het internet halen en speelt daar met deze vernieuwing op in. Sax streeft naar een steeds betere wisselwerking tussen het maandelijks magazine en de website, media die elkaar kunnen versterken.”

Dat de markt van de hogeschool- en universiteitsbladen niet stilstaat, blijkt uit de lancering van een nieuwe titel. Het allernieuwste hogeschoolblad is HZ Magazine van de Hogeschool Zeeland. Aan het begin van het schooljaar 2007 – 2008 lanceerde de hogeschool haar nieuwe blad.

2.2.2 De titels

Bijna elke universiteit en hogeschool in Nederland heeft een eigen blad. Anno 2008 heeft Nederland 33 hogeschool- en universiteitsbladen. In de bijlage staan de uitgebreide gegevens van die bladen zoals zij op de sites of op de tariefkaarten van de bladen beschreven staan. De volgende universiteiten en hogescholen hebben een eigen krant of magazine:

Ad Valvas, universiteitskrant van de Vrije Universiteit van Amsterdam
Arium, hogeschoolkrant van de Haagse Hogeschool
Brewed, hogeschoolkrant van de Internationale Hogeschool Breda
CHN-krant / Time, hogeschoolkrant van de Christelijke Hogeschool Nederland
Codarts Magazine, Codarts, Hogeschool voor de Kunsten (Rotterdams Conservatorium, Rotterdamse Dansacademie en Circus Arts).
Cursor, universiteitskrant van de Technische Universiteit Eindhoven
Delta, universiteitskrant van de Technische Universiteit Delft

De nieuwe K, de Faculteit der Kunsten, het Koninklijk Conservatorium en de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten.

Editie Zuyd, Hogeschool Zuyd

Erasmus Magazine, universiteitskrant van de Erasmus Universiteit in Rotterdam

Folia, universiteitskrant van de Universiteit van Amsterdam

Hanzemag, hogeschoolkrant van de Hanzehogeschool in Groningen

Havana, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Amsterdam

HL-krant, hogeschoolkrant van de Hogeschool Leiden

HSK, hogeschoolkrant van de Hogeschool Windesheim

HZ Magazine, Hogeschool Zeeland

Mare, universiteitskrant van de Universiteit Leiden

Modulair, Open Universiteit Nederland

NHL-magazine, hogeschoolkrant van de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden

Observant, universiteitskrant van de Universiteit Maastricht

Profielen, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Rotterdam

Punt, hogeschoolkrant van Avans Hogeschool

Resource, universiteitskrant van de Universiteit van Wageningen

Sax, hogeschoolkrant van Hogeschool Saxion

Sensor, hogeschoolkrant van Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Splurge, hogeschoolkrant van de Hogeschool Inholland

Trajectum, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Utrecht

Ublad, universiteitskrant van de Universiteit van Utrecht

UK, universiteitskrant van de Universiteit van Groningen

Univers, universiteitskrant van de universiteit van Tilburg

.unst, hogeschoolkrant van de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht

UT-Nieuws, universiteitskrant van de Universiteit van Twente

Vox, universiteitskrant van de Radboud Universiteit Nijmegen

2.2.3 Inhoud

De meeste hogescholen en universiteiten in Nederland hebben een eigen blad. Dit kan in de vorm van een krant of een magazine zijn. Ries Agterberg, hoofdredacteur van het blad

Univers van de universiteit van Twente zegt: “Je kunt de campus zien als een dorp of anders stad waar veel gebeurt en je wilt als blad de inwoners van dat dorp op de hoogte houden van de interessante zaken die daar gebeuren. Bovendien wil je een gemeenschapszin bouwen, in die zin dat verschillende groepen ook weten wat er bij de andere groep zoal speelt. Daarnaast zijn er tal van onderwerpen die iedereen aangaat.”

De bladen bevatten een mix van ‘need to know’ en ‘nice to know’ informatie. Onder ‘need to know’ hoort nieuws, achtergrondverhalen, opinie en mededelingen, artikelen over hogeronderwijs- en bestuurlijke zaken. Het ‘nice to know’ gedeelte zijn de interviews, portretten en verhalen over het studentenleven, cultuur en life-style.

De hogeschool- en universiteitsbladen worden gemaakt door een redactie binnen de instantie. In de afgelopen jaren is een discussie ontstaan over de onafhankelijkheid van de redacties en de bladen. In het verleden zijn enkele hoofdredacteurs ontslagen nadat zij zich in het blad te kritisch over de instantie uitgelaten hadden.

Hoewel de bladen allemaal op dezelfde manier tot stand komen, over vrijwel dezelfde onderwerpen schrijven en dezelfde doelgroep hebben, zijn de verschijningsfrequentie en het uiterlijk erg uiteenlopend. Sommige bladen verschijnen elke week, anderen tweewekelijks,

driewekelijks, maandelijks of zelfs tweemaandelijks. Ook zijn er bladen die negen, acht of zelfs maar vier keer per jaar verschijnen. Eén ding hebben ze gemeen: ze verschijnen niet tijdens de vakanties. Het uiterlijk van de bladen verschilt tussen een echte krant zoals de HSK, een magazine zoals Sax of een combinatie tussen die twee zoals Punt.

Voor sommige instanties is het hogeschool- of universiteitsblad hét medium van de hogeschool of universiteit. Vaak kunnen studenten en medewerkers alleen hier hun informatie vandaan halen. Een enkele instantie heeft naast het blad ook een nieuwsbrief of een site waarmee zij medewerkers en studenten van het laatste nieuws op de hoogte houden. De meeste bladen hebben een eigen site. Sommigen hebben zelfs een site met twee delen, één voor de studenten en één voor de medewerkers. Een voorbeeld hiervan is de site van Punt, het blad van de Avans Hogeschool.

De meeste bladen brengen naast informatie over de eigen instantie ook algemeen onderwijsnieuws of nieuws over andere instanties. Het persbureau schrijft voor tien universiteitsbladen en veertien hogeschoolbladen en is volgens eigen zeggen ‘gespecialiseerd in landelijk nieuws uit de wereld van hogescholen en universiteiten. Het volgt de politieke besluitvorming over hoger onderwijs en onderzoek op de voet en levert nieuws, achtergrondartikelen en interviews aan 25 universiteits- en hogeschoolbladen’.

2.2.4 De doelgroep

Hogeschool- en universiteitsbladen schrijven allemaal in eerste instantie voor de mensen op de hogeschool of universiteit. De studenten en de medewerkers van de instantie vormen de primaire doelgroep. Het is dan ook vanzelfsprekend dat het grootste deel van de oplage in de instantie zelf wordt verspreid. Ries Agterberg, hoofdredacteur van Univers: “Tot nu toe is het streven om te schrijven voor drie doelgroepen: studenten, docenten/wetenschappers en ondersteunend personeel. Wij hebben een soort sandwichformule waarbij het accent wel ligt op de doelgroep van de studenten.”

Chris Wind, hoofdredacteur van HanzeMag zegt over de doelgroep: “Sinds mijn komst anderhalf jaar geleden is de nadruk wel meer op studenten komen te liggen. Dit vooral omdat ik vind dat je ook moet kijken naar de omvang van de groepen. Er zijn tien keer meer studenten dan personeelsleden, dus is het logisch dat er meer artikelen voor studenten instaan dan voor personeel, vind ik.”

Sommige bladen rekenen ook mensen buiten de instelling tot de doelgroep. Zo wordt .unst, het blad van de hogeschool voor de Kunsten in Utrecht ook gelezen door externe relaties zoals culturele instellingen, gemeenten, ministeries en alumni. Ook Cursor, het blad van de Technische Universiteit Eindhoven wordt buiten de instelling verspreid. Ruim 1700 exemplaren gaan naar ministeries, bedrijven, instellingen, scholen en afgestudeerden.

Veel bladen hebben ook een zogenaamd ruilabonnement. Dit houdt in dat het blad naar andere hogescholen en universiteiten gaat en in ruil daarvoor krijgen zij ook exemplaren van andere instanties.

2.2.5 De redactie en onafhankelijkheid

De redactie van een hogeschool of universiteitskrant is vaak een kleine redactie, gevestigd binnen de instantie waar zij over schrijven. De redactie bestaat uit professionele journalisten, die in dienst zijn van de instelling waar zij over schrijven. De meeste redacties zeggen

onafhankelijk te zijn, maar de laatste jaren staat deze onafhankelijkheid steeds vaker ter discussie. Hoofddirecteuren Dirk Verbunt van de HSK en Wim Crezee van Havana werden beide ontslagen omdat het bestuur van de instelling het niet eens was met de artikelen die zij schreven.

2.2.7 Instanties zonder blad

Niet alle hogescholen en universiteiten in Nederland hebben een eigen blad. Vaak zijn het de kleine instanties die geen eigen blad uitgeven. Studenten en medewerkers krijgen het belangrijkste nieuws rondom de hogeschool of universiteit op een andere manier. Deze manieren zijn grofweg in vier categorieën te verdelen:

1. Via een nieuwsbrief

Een aantal instanties informeren de medewerkers en studenten van de instantie via een nieuwsbrief. Deze nieuwsbrief wordt per e-mail verspreidt en is in een aantal gevallen ook op internet te lezen.

Eén van de nieuwsbrieven is News@Nyenrode, van de Nyenrode Universiteit. Deze maandelijks, elektronische nieuwsbrief is voor iedereen die geïnteresseerd is in de mensen, het nieuws en de events op Nyenrode Business Universiteit. Het vijf pagina's tellende document is zowel in het Nederlands als in het Engels verkrijgbaar voor iedereen die zich daarvoor aanmeldt.

Een ander voorbeeld van een instantie met een nieuwsbrief is de hogeschool Domstad in Utrecht. De nieuwsbrief Rondom Domstad verschijnt vijf keer per jaar en informeert haar lezers over alle ontwikkelingen rondom de hogeschool. Iedereen die de nieuwsbrief wil ontvangen kan zich via de site van de hogeschool abonneren.

2. Via een blad gemaakt door studenten

Sommige instanties hebben wel een hogeschool- of universiteitsblad, maar deze wordt op een andere manier gemaakt dan de 'standaard' bladen. De volgende bladen worden namelijk door studenten gemaakt, in plaats van door een professionele redactie zoals gebruikelijk is bij hogeschool- en universiteitsbladen.

Een voorbeeld hiervan is het blad van de hogeschool Drenthe. Deze online schoolkrant wordt maandelijks gemaakt voor en door studenten.

Een tweede voorbeeld van een dergelijk blad is Oikodomè van de Theologische Universiteit Apeldoorn. Het blad wordt vier keer per jaar gemaakt door studenten en bevat verslagen van belangrijke gebeurtenissen, Bijbelstudies, samenvattingen van scripties en boekrecensies.

3. Via de site van de hogeschool of universiteit

De voornaamste functie van een hogeschool- of universiteitsblad is het informeren van de lezers over gebeurtenissen in en om de instelling. Sommige instanties beperken zich uitsluitend tot deze functie en brengen enkel nieuwsberichten naar buiten via de site van de instelling. Het informeren via de site is de meest gebruikte methode van instellingen zonder een eigen blad. Dit wordt gedaan door instellingen als de Hogeschool Wittenborg, de CAH en de STOAS Hogeschool.

4. Een blad gemaakt door de dienst communicatie en publicaties

De Marnix Academie heeft een blad dat gemaakt wordt door de dienst communicatie en publicatie. Het blad heeft de naam Marnix Mix en verschijnt onregelmatig. Naar eigen zeggen wordt het blad verspreid onder relaties van de Marnix academie.

2.3 Wat is de informatiebehoefte van studenten en medewerkers?

Om een krant of magazine voor een brede doelgroep te maken moeten de bladen eerst weten welke informatiebehoefte de studenten en de medewerkers hebben.

In dagblad Trouw stond op 25 maart 2000 een artikel met de kop: “Folia schrijft nu vanuit de studenten”. In dit artikel staat: “Maar vooral het hart van het blad valt op: allemaal leuke dingen voor studenten, over cultuur, en sport, en het eten.” In de volgende alinea staat over Frank Steenkamp van het Hoger Onderwijs Persbureau (HOP): “Hij constateert de laatste jaren een verschuiving van de aandacht: het bestuurlijke maakt plaats voor wat de student beweegt.”

Nog verder in het artikel staat: “Bovendien lijkt de hedendaagse student voornamelijk geïnteresseerd in de eigen biotoop. Wat zich in de bestuurlijke achterkamertjes afspeelt zal hem een worst wezen, merken steeds meer redacties.”

In Nieuw Amsterdams Peil, een krant gemaakt door de studenten van de masteropleiding Journalistiek van Universiteit van Amsterdam werd op 22 september 2006 ook aandacht besteed aan Folia. In een artikel met de titel: “Vernieuwing moet Folia opleuken” was het volgende te lezen: “Folia-redacteur Dirk Wolthekker noemt Folia.nl een serieuze site, met berichten over bestuurszaken bijvoorbeeld. Daarin zijn vooral medewerkers geïnteresseerd, vermoedt Wolthekker. Met Folianostra.nl, wil de redactie aanhaken bij de leefwereld van de student van nu.” Het is een site met registraties van alles wat studenten meemaken”, aldus Folia-hoofredacteur Marcel Hulspas vorige maand in Het Parool. Afgelopen maand was dat een whiskey ontbijt, een kroeg waar gratis bier wordt geschonken en problemen met de nieuwe OV-jaarkaart.”

Het lezersonderzoek van Vox geeft ook duidelijkheid in de wensen van de doelgroep. In het onderzoek van 2007 staat: “Studenten willen graag meer verhalen over het studentenleven in de kolommen (‘minder serieus, meer à la ANS’, ‘Meer nieuws over studentenverenigingen.’)”

Anita Terpstra, hoofdredacteur van NHL-magazine zegt over de nieuwsbehoefte: “Er zijn artikelen voor studenten en artikelen voor personeel. En artikelen voor beide. En het is ook zo dat het personeel weet dat studenten hun ‘klanten’ zijn, dan gaan we er als redactie vanuit dat je wilt lezen wat die doelgroep zoal bezighoudt.”

Bert Westenrink, hoofdredacteur van de HSK van de hogeschool Windesheim zegt hierover: “Veel medewerkers zijn ook geïnteresseerd in studentennieuws en items, omgekeerd zijn studenten nauwelijks geïnteresseerd in medewerkers- of beleidsonderwerpen.”

De Universiteitskrant (UK) van de Universiteit van Groningen heeft in 1997 een lezersonderzoek uit laten voeren. Hieruit bleek ook duidelijk waar de interesses en nieuwsbehoeften van de doelgroep liggen. De UK schrijft hier over: “Zowel studenten en personeelsleden lezen de voorpagina, en artikelen over onderzoek op hun eigen vakgebied bijzonder goed. Bij de studenten vinden verder de mededelingen van de eigen studie en verhalen over het studentenleven gretig aftrek. Het personeel heeft specifieke aandacht voor verhalen over personeelsbeleid; een onderwerp dat de studenten juist niet kan bekoren.” Verder in het artikel staat: “De laatste jaren laaide in verschillende universiteitssteden de discussie op over een andere formule van het universiteitsblad. De moderne lezer, in het bijzonder de nieuwe lichting studenten, zou niet meer zitten te wachten op journalistieke artikelen over bestuur en beleid, zo luidde de redenering. De omvorming van de huidige universiteitsbladen naar meer luchtige magazines zou slechts een kwestie van tijd zijn. Het

UK-lezersonderzoek logenstraft deze redenering. Studenten lezen de nieuwspagina's van de UK nog steeds bijzonder goed. Bovendien geeft een ruime meerderheid van de studenten expliciet aan interesse te hebben voor hoger onderwijspolitiek. Studentenleven is hét favoriete onderwerp van studenten, maar ook artikelen over onderwijs en onderzoek scoren goed bij de RUG-studenten. Ook de personeelsleden vragen met name meer aandacht voor onderzoeks- en onderwijsverhalen.”

In 2002 heeft een groep studenten van de opleiding marketing van de economische faculteit ook een lezersonderzoek voor de UK gehouden. Op 25 september 2002 stond hierover een artikel in de UK met de titel “UK moest eerstejaars voor zich winnen.” Het artikel gaat in op de uitkomsten van het onderzoek. “Zowel studenten als personeelsleden lezen de voorpagina, de nieuwspagina's en artikelen over onderzoek op hun eigen vakgebied goed. Personeelsleden hebben extra aandacht voor artikelen over personeelsbeleid, studenten voor de RUG-mededelingen, artikelen over het studentenleven en de studentencolumn op de achterkant van de krant.”

Ook UT-Nieuws, de universiteitskrant van de Universiteit van Twente, heeft een lezersonderzoek laten doen in 1995. UT-Nieuws schrijft hier op 17 februari 1995 het volgende over: “De studenten zien graag de aandacht voor sport (40 procent) en studenten zaken (50 procent) uitgebreid. Ten slotte moet er ook ruimte zijn voor lokaal en regionaal nieuws, vindt 33 procent van het personeel en 54 procent van de studenten.”

Op 11 mei 2007 staat er in het tijdschrift ‘De Journalist’ een artikel over universiteitsbladen met de titel ‘Universiteitsblad onder vuur’. Het artikel gaat over Univers, het universiteitsblad van de Universiteit van Tilburg. In het artikel staat: “In ieder nummer besteedt Univers veel aandacht aan wetenschappelijk onderzoek en ook landelijk onderwijsnieuws. Uit een lezersonderzoek blijkt dat daar onder medewerkers en studenten nog steeds grote behoefte aan is.” Even verder staat er: “Behalve onderwijsnieuws publiceert Univers verhalen over het studentenleven. Het is immers ook een blad voor de ruim 11.000 studenten die aan de UvT studeren.”

Ries Agterberg, hoofdredacteur van het universiteitsblad Univers van de universiteit van Twente zegt hierover: “Studenten lezen het liefst over studentenleven en onderwijs. Het personeel over personeelszaken, onderwijs en onderzoek.”

Het NHL Magazine, de hogeschoolkrant van de Nederlandse Hogeschool Leeuwarden heeft in 2006 een lezersonderzoek gehouden. Hier blijkt het volgende uit. “Veel studenten geven aan dat er te weinig over de eigen opleiding / het eigen instituut in het magazine staat. Dit is niet altijd conform de werkelijkheid, maar wordt wel als zodanig ervaren. Het is daarom belangrijk dat de redactie voldoende aandacht besteedt aan alle NHLopleidingen, ook degene die niet zo vaak in de spotlights staan. Personeelsleden geven aan (meer) te willen lezen over het onderwijs, niet alleen binnen, maar ook buiten de NHL. De opmerkingen laten ook zien dat ze graag meer willen lezen over wat veranderingen in het onderwijs concreet voor hen betekenen. Het magazine zou hier dus meer aandacht aan kunnen besteden.”

Uit bovenstaande informatie blijkt dat er verschil is tussen de interesses en voorkeuren van medewerkers en van studenten.

Geconcludeerd kan worden dat medewerkers voornamelijk nieuwsberichten lezen. Zij lezen graag artikelen over bestuurszaken en personeelsbeleid. Zij zijn vooral geïnteresseerd in de verhalen over onderwijs, niet alleen binnen de instelling waar zij werken, maar ook landelijk.

Verder willen zij graag artikelen lezen over onderzoek, zowel op hun eigen vakgebied als wetenschappelijk onderzoek.

Studenten houden van luchtige, minder serieuze onderwerpen. Zij lezen graag artikelen die passen in hun eigen leefwereld. Het gaat dan vooral om verhalen over het studentenleven en alles wat daarbij hoort, zoals cultuur, sport, eten, studentencolumns en studentenverenigingen. Studenten lezen wel nieuwsberichten en mededelingen, maar dan voornamelijk over hun eigen studie en vakgebied.

Naast deze interesses zijn er natuurlijk ook onderwerpen die beide groepen aanspreken. Artikelen over colleges, muziek of de verhuizing van de instelling zijn voorbeelden van algemene onderwerpen die de complete doelgroep kunnen aanspreken.

2.4 Welke redactionele keuzes maken de hogeschool- en universiteitsbladen?

Het volgende hoofdstuk is een analyse van tien verschillende titels waarvan vijf hogeschoolbladen en vijf universiteitsbladen. Van elke titel heb ik drie recente uitgaven geanalyseerd op redactionele keuzes naar aanleiding van het hoofdstuk de informatiebehoefte van de doelgroep.

2.4.1 Profielen

Profielen is het hogeschoolblad van de Hogeschool van Rotterdam. Het blad verschijnt 10 keer per jaar met een oplage van 7.500 exemplaren. De doelgroep van Profielen bestaat uit studenten en medewerkers van de hogeschool.

Profielen 52 (19 september 2007)	Profielen 53 (17 oktober 2007)	Profielen 54 (21 november 2007)
Medewerkersonderwerpen: - Opening collegejaar - Contacttijd - column	Medewerkersonderwerpen: - column - interview lector - Choice enquête - Meer allochtonen bij master - Instituutsportret - Vacatures - Verhuizing HR - Salarissen - Nieuwe manager - Afscheid penningmeester	Medewerkersonderwerpen: - Elsevier onderzoek - Nijmeegs onderzoek - Nieuwe pilot - Onderzoek secretaris - Instituutportret - Hoogopgeleide werknemers - Nieuwe coördinator
Studentenonderwerpen: - Wat vindt jij? - Wie ben jij dan? - Bij de les - De inspirator - Studentenhuisvesting - Nieuwkomers - Studentenproject - Gestudeerd - Charlie Dee - Studentenuitpas - recensies	Studentenonderwerpen: - Welles Nietes - Wat vindt jij? - Wie ben jij dan? - Interview actrice - Ruimte voor de topstudent - Bij de les - D'r bij - Studentenproject - Instituten en hun diensten - Klaar! Afstudeerprojecten - Muziek - Studentenuitpas - Recensies	Studentenonderwerpen: - Wat vindt jij? - Welles Nietes - Wie ben jij dan? - Interview acteur - Bij de les - Top student - De inspirator - Column - Surinaamse studenten - Studiepunten - Diplomabonus - Stage en beroep - Afgestudeerd - Plagiaat in het hogeronderwijs - Studentenuitpas - Wijkbezoeken - recensies
Beide: - De concurrentie	Beide: - Concurrentie	Beide: - Op de site

- Welles – Nietes - Interview War child directeur - Reis studenten en docenten	- Column	- Column - Feyenoord en KNAW samen
--	--	---

Uit bovenstaande tabel blijkt dat er meer specifieke studentenonderwerpen dan medewerkersonderwerpen in Profielen staan. Opvallend is wel dat er erg weinig algemene onderwerpen zijn die voor beide groepen interessant is. Profielen blijkt dus de focus te leggen op de studenten. Helaas wilde die redactie van Profielen niet meewerken aan een interview over de redactionele keuzes die zij maken voor dit blad.

2.4.2 Univers

Univers is het blad van de Universiteit van Tilburg. Het blad verschijnt wekelijks en 35 keer per jaar in een oplage van 9.100 exemplaren. De doelgroep van Univers zijn de studenten en medewerkers van de universiteit. Daarbij wordt ook rekening gehouden met de buitenlandse studenten in de vorm van een Engelstalige pagina.

Univers 14	Univers 15	Univers 16
Medewerkersonderwerpen: - Moeders hebben het zwaar - Meer geld voor onderwijs - Hoogleraar oud vaderlands recht - Innovatiedeskundigen - Interview onderzoeker	Medewerkersonderwerpen: - Te weinig optreden tegen plagiaat - Europa omarmt Tilburgse Flexicurity - Abvakabo wijst begroting af - Onderzoekscentrum - Raad van commissarissen - Column - Innovatie universiteiten - Scherper op plagiaat - Docent schrijft boek	Medewerkersonderwerpen: - Lerarenopleiding moet terug - Afscheid dichter Plagiat - niet bewezen - Strengere huisregels - Raad regeringsbeleid - Salarisindicatie - Promovendi - Promotieniveau - Numerus fixus - Nieuw laboratorium
Studentenonderwerpen: - kussen voor een kussen - hoger collegegeld - theater Adje - minder banen voor studenten - award afstudeeronderzoek - betaling late inschrijvers - traineeship experiences - party - veiling - studentenverenigingen - column - hacken - lekker buurten	Studentenonderwerpen: - nep log student - internationale studenten - wie is de echte sinterklaas? - Popmuziek in de kerk - Studentenverenigingen - Kunst - Cultuur - Scriptie schrijven - Werkende studenten	Studentenonderwerpen: - Model - Bieb open in vakantie - Studenten eteb - Meer toegang data - Studenten sport - Cultuur
Beide: - vidraat wint - flexwerken slecht voor salaris - misdaad cijfers - column - symposium - column	Beide: - Nieuwe woonwijk - Weinig steun Plasterk - Column - IMF moet eisen stellen aan mensenrechten - Slogan UvT - In memoriam	Beide: - Programma buitenland - Oplichting - Sociëteit - Ziekenkostenverzekering - Column - E-discussie - Integratie

- de waarde van een mensenleven - fraude - agenda - mededelingen - Tilburg in de jaren zestig - En passant	- Nieuwe AH - Interview schilder - Tilburg carrèrestad - Mededelingen - En passant	- Generaties - Column - Mededelingen - En passant
---	--	--

Uit bovenstaande tabel blijkt dat er in Univers gemiddeld genomen iets meer studentenonderwerpen dan medewerkersonderwerpen staan. Hoofdredacteur Ries Agterberg zegt hierover: “Tot nu toe is het streven om te schrijven voor drie doelgroepen: studenten, docenten/wetenschappers en ondersteunend personeel. Wij hebben een soort sandwichformule waarbij het accent wel ligt op de doelgroep van de studenten. Die zijn immers de grootste groep. Wij gaan er niet van uit dat de medewerkers de krant toch wel leest. Toch ligt het accent wel bij de studenten. Maar voor de wetenschappers hebben we de wekelijks column van een (bekende) wetenschapper. Dat vindt deze groep heel aantrekkelijk om te lezen. Je hoopt dat studenten dat ook leuk vinden, maar ook wel wijst lezersonderzoek uit dat studenten deze column links laten liggen, ga je er toch mee door.

Op de achterpagina hebben we wekelijks een andere rubriek. Twee keer gaat dat om een typische studentenrubriek (lekker buurten bij een studentenhuus thuis en sport), een keer om een rubriek waarin ook plaats is voor medewerkers (over vrijwilligerswerk). We hebben dus een wetenschapscolumn en een studentencolumn. We hebben een aantal series die deels over wetenschap gaan (toppublicatie, portret van gedreven wetenschapper) en enkele die over studenten gaan (collegespijon, meesterproef over een afstudeerthesis). Wat betreft de achtergrond verhalen kijken we bij de indeling van een bepaalde week of de mix voldoende is.”

Het universiteitsblad is aan het overwegen of zij hun formule niet moeten wijzigen. “Wij zijn als blad overigens wel met een heroverweging bezig van onze missie. Een van de discussiepunten is of je moet blijven vasthouden aan de gemengde doelgroep. Het zou ook kunnen om je doelgroep te focussen op alleen studenten of zelfs op alleen wetenschappers. Komend half jaar gaan we daar mee aan de slag”, aldus Agterberg.

2.4.3 Cursor

Cursor is het blad van de Technische Universiteit Eindhoven. Het blad verschijnt wekelijks en 37 keer per jaar in een oplage van 9.000 exemplaren. De doelgroep van Cursor zijn de studenten en de medewerkers van de universiteit.

Cursor 12 (29 november 2007)	Cursor 13 (6 december 2007)	Cursor 14 (13 december 2007)
Medewerkersonderwerpen: - docenten verplicht Engels - penning voor onderzoek - portret medewerker - de week van ingenieur - OCW steun hogeronderwijs - Internationale studenten moeilijkheden - Personeel in zonnetje door Sint	Medewerkersonderwerpen: - Aanscherping kamerbeleid - Interview dienstraad - Boek in kerstpakket - Reclame budget - Interview professor - Staff association in need	Medewerkersonderwerpen: - Maatwerk en selectie - Promovendus - BNS ook voor oudere jaars - Geld nodig voor apparatuur - Adviseur vervangt ziek lid - Samenwerking universiteiten - Groei bèta's - Duo promotie
Studentenonderwerpen: - Studentenband - Afstudeeronderzoek - Studentenpartijen - Studentenleven - Plannen Plasterk - International education - Show me your desktop - Ugandese studenten - cultuur	Studentenonderwerpen: - de week van Rick - proeftuin voor games - afstudeeronderzoek - inetnational students competition - studentenleven - scriptieprijs - show me your desktop - studievereniging - cultuur	Studentenonderwerpen: - sportkaart - de week van Willem - studentenfietsen - ontwerpwedstrijd - afstudeeronderzoek - doorstroom hbo'ers - international students - pakjesavond - column - christmas reception - studentenleven - show me your desktop - cultuur
Beide: - Kunst in de vijver - Goedkoop notebook - Noodhuisvesting - Geen college in winter - Mededelingen - De greep - Stelling - Onderzoek turbulentie - Column	Beide: - Plaats voor kerstwens - Verkiezingen TU - Werktuigbouw aio - Minister Plasterk - Mededelingen - In memoriam - Constructieprijs - Nee tegen Wilders - De greep - Onderzoek pasgeborenen	Beide: - Olympische spelen - Nieuwjaarsreceptie - Kerstcursor - Verhuizing GTD - Johan Derksen - Kennispoort in kleur - De greep - Plasterk - Stelling - Onderzoek - Visies op de

- Symposium - Ff zeuren	- Onderzoeken - In short - Ff zeuren	- werkelijkheid - Mededelingen - Ff zeuren
--	--	--

Uit deze analyse blijkt dat er in Cursor voornamelijk algemene onderwerpen staan die voor beide doelgroepen interessant zijn. Gemiddeld genomen is er een evenwicht te zien tussen studentenonderwerpen en onderwerpen die interessant zijn voor medewerkers. Helaas wilde de redactie geen commentaar geven op de redactionele keuzes die zij voor dit blad maken.

2.4.4. Erasmus Magazine

Erasmus Magazine is het blad van de Erasmus Universiteit in Rotterdam. Het verschijnt één keer in de twee weken en 21 keer per jaar in een oplage van 13.000 exemplaren. De doelgroep van het blad bestaat uit zowel medewerkers als studenten van de universiteit.

Erasmus Magazine 6 (25 oktober 2007)	Erasmus Magazine 7 (15 november 2007)	Erasmus Magazine 8 (29 november 2007)
Medewerkersonderwerpen: - Interview professor - Score elseviertest - Samenwerking instituten - Nieuw telefoonnummer - Wetenschnaptijdschrift - Kritiek loopbaan systeem - Reorganisatie - Portret medewerker - Portret decaan - Urgentie duurzaamheidsagenda - New bachelor - Problemen buitenlandse studenten - Interview socioloog	Medewerkersonderwerpen: - Interview promovendi - Benoeming hoogleraar - Academici conference - Reorganisatie - Verjaardag EU - Aarzelng numerus fixus - Aanpak lerarentekort	Medewerkersonderwerpen: - Ontslagrecht - Nieuwe opleidingen - Ranglijst opleidingen - Bachelor rechten op de schop - Eredocoraat - Brief professor
Studentenonderwerpen: - Kippenneuken - Studenten marathon - Podcast - gastcollege - Fotoreportage studentenhuus - De co assistent - Cultuur - Things to do in Rotterdam - Column - Interview student - Internationale studenten berichten	Studentenonderwerpen: - Studentenhuizen - geneeskundestudent - Sportclinic - Studiekeuze - Kapsels - Fotoreportage studentenhuizen - Internationale studenten - Cultuur	Studentenonderwerpen: - Geen college voor laatkomers - cultuur - Internationale studenten - Portret student - Fotosoap studentenhuus
Beide: - Biologische kantine - Column - Land zonder homo's - Studeren voor elite? - Agenda - Mededelingen	Beide: - wetenschapagenda - overlast wijk Kralingen - COC 60 jaar - Mobiliteitsonderzoek - Column	Beide: - Hans Teeuwen - Vos op campus - Gebouw oppimpen - Column - Tijdschrift ter ziele - Legionella in

- Column - museumnacht	- Fotografische exercitie - Peter d'Hamecourt - Strijd voor duurzaamheid - Bomen kappen - In memoriam - Nieuw pakket functiebeperking - Mededelingen	- sportgebouw - Organic food - Column - Decembermoorden - Creatieve economie - Zwaarlijvigheid - Agenda - Column
---	--	---

Ook bij het Erasmus Magzine lijkt de nadruk te liggen op algemene onderwerpen die voor beide groepen lezers interessant kunnen zijn. Daarnaast zijn er gemiddeld iets meer typische medewerkersonderwerpen te zien in vergelijking met de studentenonderwerpen. Helaas wilde de redactie van Erasmus Magazine geen medewerking verlenen aan een interview over de redactionele keuzes die het blad maakt.

2.4.5 Punt

Punt is het blad voor studenten en medewerkers van de Avans Hogeschool. Het blad verschijnt één keer per drie weken op de hogeschool.

Punt 4 (15 november 2007)	Punt 5 (13 december 2007)	Punt 6 (10 januari 2008)
Medewerkersonderwerpen: - 700 buitenlandse studenten - Ouders topadviseurs - Einde bibliotheek opleiding - Alumni - Portret alumni - Nieuw keuzevak	Medewerkersonderwerpen: - Internationalisering - Alumni - Portret alumni	Medewerkersonderwerpen: - Meerjaren beleidsplan - Afgestudeerd - Alumni oud student - Alumni
Studentenonderwerpen: - game avansstudenten - portret student - bijbaan op hogeschool - korte berichten - studentenkamers - studentenproject - hoe groener hoe beter - puntjes - geef jij veel geld uit aan je uiterlijk? - Portret student - Favo foto - Column - Cultuur	Studentenonderwerpen: - Kerstgala - Interview student - Rooi Splash event - Stage - Chinalgirl in Brabant - Puntjes - Scriptieprijs - Heel Holland helpt - Eet jij vaak voor de tv? - Portret student - cultuur - Favo foto - Column	Studentenonderwerpen: - HBO'ers werken meer en studeren harder - Portret student - Feest architectuur studenten - Scripties zijn goud waard - Studenten horoscoop - Puntjes - studentenproject - Ondernemende studenten - Onvrede studenten - Heb jij een kort lontje? - Nieuwe bioscoop - cultuur - Favo foto - Column
Beide: - Projectbureau - Platform gehandicapten - Portal avans - Geschiedenis Breda - In memoriam - Bladeren - De kunstenaar - Recept - puzzel	Beide: - benefiet - korte berichten - ontwerp boomerang - kantine prijzen - Food - Antioxidants - Bladeren - Recepten - Kookboeken - Recept - Puzzel	Beide: - Korte berichten - Verhoudingen man/vrouw - Stiltegebied - Bouw hoofdgebouw - Bladeren - Puzzel - Recept

Bij het hogeschoolblad Punt is een duidelijk verschil te zien tussen het aantal onderwerpen voor medewerkers en het aantal onderwerpen voor studenten. Er zijn erg veel studentenonderwerpen. De medewerkers moeten het zo te zien doen met de algemene onderwerpen die ook redelijk veel in het blad te vinden zijn. Hoofdredacteur Petra Merx: “We maken een krant en een website. De krant is voor beide doelgroepen, het ‘studentennieuws’ staat vooral voorin en meer achterin komt het ‘medewerkersnieuws’. De site is ook voor beide doelgroepen, maar die is onderverdeeld in ‘domeinen’(zie: www.punt.avans.nl), zodat iedereen zijn eigen doelgroep makkelijk kan opzoeken. In het redactiestatuut staat dat wij beide doelgroepen moeten bedienen. Het is geen brede doelgroep, het zijn twee doelgroepen, in mijn ogen. Ik denk dat het moeilijk is die in één product te bedienen, vandaar dat wij op onze website een indeling hebben gemaakt in domeinen. Hoe het met de papieren krant moet, gaan we dit jaar bekijken. Beide doelgroepen zijn belangrijk. Maar omdat we de aandacht van de medewerkers toch wel hebben, doen we vooral onze best de student te trekken. Uit lezersonderzoek onder studenten blijkt dat de krant wat hen betreft spannender mag, met meer ‘mening’ erin en meer uitgaansnieuws. We proberen hieraan gehoor te geven. Ik vind dat er veel interessante bladen zijn. De een lukt het beter ook studenten aan te spreken dan de ander. Het blijft lastig. Het is belangrijk de krant te blijven ontwikkelen op dit gebied.”

2.4.6 UT-Nieuws

UT- Nieuws is het blad van de Universiteit van Twente. Het blad verschijnt wekelijks en 40 keer per jaar in een oplage van 9.000 exemplaren. De doelgroep van het blad zijn de studenten en het personeel van de universiteit.

UT- nieuws 38 (13 december 2007)	UT- nieuws 01 (10 januari 2008)	UT- nieuws 02 (17 januari 2008)
Medewerkersonderwerpen: - Nieuw instituut - Female faculty - Strijd voorzitterschap - Boek pastor - Keuzegids - Interview docent - Kamergenoten - Speech rector magnificus - Interview onderzoekers - Lezing - Nieuwe hoogleraar	Medewerkersonderwerpen: - Kwestie Iraanse studenten - Nieuwjaarstoespraak - Nieuwe faculteit - Optimisme decanen - Conflict raad - Herziening handelswijze - Onderzoeker naar Harvard - Kamergenoten - Nieuwjaarsspeech - Nieuwe hoogleraar	Medewerkersonderwerpen: - Fusie met ict - Toelating Iraniërs - Spoedoverleg - Nieuwe pastor - Start S&O - Nieuwe directeur - Geschil raad en college - Discussie bijeenkomst - Ingezonden - Kamergenoten - Promovendi - Onderzoek vakgroep - Iranese studenten
Studentenonderwerpen: - Waar gaat dat heen? - College verschoven - Topsporter - Student muthbusters - Student maakt robot - Studentenband - Gesprek met studenten - Topsporter - De triomf - Studentenleven - 3 hoog - Studentenrestaurant - Uitslagen - cultuur	Studentenonderwerpen: - interview iranese student - waar gaat dat heen? - Studentenhuisen - Winkels in studentencomplex - Studenten in de kas - Students view on Dutch culture - Dutch lessons - Learn academic writing - Five libraries - uitslagen - Studentenrestaurant - Topsporter - Het verlies - cultuur - Studentenleven - 3 hoog	Studentenonderwerpen: - Waar gaat dat heen? - Nieuwe ruimte studieverenigingen - Lego league - Personalized jewelry - Studentenrestaurant - Studentenpastor - De international - Studentenleven - Uitslagen - cultuur
Beide: - Symposium water - Opening ict winkel - De bladen - Turkish women	Beide: - Nederlands integratiebeleid - Mededelingen - Traploop - kampioenschap	Beide: - Fototentoonstelling - In memoriam - De bladen - Ecumenical service

- Exersice - Chipcards - Gesprek met ondernemers - Mededelingen - Column - Over en sluiten	- Column - Over en sluiten	- The importance of cheese - Ov chipkaart - Amerikaanse verkiezingen - In gesprek met ondernemer - Mededelingen - Column - Over en sluiten
---	---	--

UT-nieuws heeft een goede balans gevonden tussen onderwerpen voor medewerkers, voor studenten en voor beide. Het aantal onderwerpen in deze drie categorieën loopt vrijwel gelijk op. Hoofdredacteur Bert Groenman: “U-bladen zijn voor studenten, medewerkers maar ook externen (bedrijfsleven, overheid) een onmisbare informatie- en opinieschakel in het dagelijks leven van de universiteit. Wij hebben geen speciaal tevredenheidsbeleid. Het doel van het blad is nauwkeurig te volgen wat er speelt op het gebied van onderwijs, onderzoek, kennis, etc. binnen de UT en hoe de toekomst er uitziet. De krant wordt goed gelezen en beide doelgroepen zijn voor ons even belangrijk. Wel hebben wij er de laatste jaren meer studentenitems bij gekregen.”

2.4.7 HanzeMag

HanzeMag is het blad van de Hanzehogeschool Groningen. **De doelgroep van HanzeMag** zijn de studenten en medewerkers van de Hanzehogeschool. Het blad verschijnt één keer in de twee weken en 19 keer per jaar in een oplage van 6.000 exemplaren.

Hanzemag 6 (21 november 2007)	Hanzemag 7 (12 december 2007)	HanzeMag 8 (9 januari 2008)
Medewerkersonderwerpen: - Meer bezoekers opendag - Interview docent - Slb op de schop?	Medewerkersonderwerpen: - Interview emeritus hoogleraar - Internationalisering programma	Medewerkersonderwerpen: - Nieuwjaarsontbijt - Ingezonden - Nieuwe lector
Studentenonderwerpen: - Studieloopbaanbegeleiding? - geluidkunstscene - taaltoets - Column - Op tour door Spanje - Bij de les - Studentenproject - Best buddies - Wat heb jij aan? - De stage - Werken bij Groningen life - Studentenhuis - Portret student - Lieve Loes - column	Studentenonderwerpen: - wereldrecord - wat betekent kerst voor jou? - Xvibe danst op feest - CAST - Lezing verliefdheid - Column - Bij de les - Interview student - Interview dove student - Stage - Studentenhuis - Lieve Loes - Column - Portret student - Christmas dinner for exchange students - Seminar - Students about Christmas in their country - Christmas agenda	Studentenonderwerpen: - Rondvraag - Jonge ondernemers - Bij de les - Stage - Column - Studentenhuis - Stage - Portret student - Lieve Loes - Column
Beide: - aardgasauto - column - advertenties - puzzel - recept	Beide: - column - financiële crisis - kerstverhaal - lezing stichting wijsbegeerte - puzzel - advertenties - recept	Beide: - column - vrijwilliger in Groningen - onderzoek malariamug - mededelingen - puzzel - recept

Bij HanzeMag ligt de nadruk duidelijk op de student. Veruit de meeste onderwerpen zijn specifieke studentenonderwerpen. Hoofdredacteur Chris Wind zet hierover: “We hebben niet een speciaal beleid, we proberen gewoon een zo interessant mogelijke mix te maken voor beide groepen. Sinds mijn komst anderhalf jaar geleden is de nadruk wel meer op studenten

komen te liggen. Dit vooral omdat ik vind dat je ook moet kijken naar de omvang van de groepen. Er zijn tien keer meer studenten dan personeelsleden, dus is het logisch dat er meer artikelen voor studenten instaan dan voor personeel, vind ik. In het redactiestatuut staat alleen het volgende: de belangrijkste lezersgroepen zijn personeelsleden en studenten. Artikelen dienen zomogelijk voor beide groepen aantrekkelijk te zijn. Een beetje vaag dus, en dat betekent in de praktijk dat het vooral een kwestie is van aanvoelen wat werkt en niet werkt. Studenten zijn het belangrijkste, maar personeel wordt zeker niet vergeten! Qua opmaak en uitstraling is het blad erg studentikoos. Personeel krijgt hem vaak in postvakje en zijn sowieso eerder geïnteresseerd, studenten moeten aangetrokken worden, anders laten ze het blad liggen. Qua onderwerpen mixen we vrij veel, we hebben geen speciale sectie 'personeel' of 'student', vooral omdat veel artikelen beide groepen kunnen aanspreken en ik niet voor de lezer wil bepalen wat voor hem bedoeld is en wat niet. Ik vond de brede doelgroep als nieuwe hoofdredacteur in het begin nog wel eens moeilijk, omdat bij te weinig personeelsartikelen het personeel gaat morren, maar bij te veel de studenten het blad links laten liggen. Het is dus wel een uitdaging om een goede balans te vinden, maar momenteel lukt dat behoorlijk, al is er altijd een deel van het personeel dat ons blad te 'hip' en populair vindt.”

2.4.8 NHL Magazine

NHL Magazine is het blad van de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden. De doelgroep van het NHL Magazine zijn studenten en personeelsleden van de hogeschool. Het blad verschijnt maandelijks en 10 keer per jaar in een oplage van 12.000 exemplaren.

NHL Magazine 8 (oktober 2007)	NHL Magazine 9 (november 2007)	NHL Magazine 10 (december 2007)
Medewerkersonderwerpen: - 10.000 studenten op NHL - Ruimte voor kennisplan - Docent op tv - Afscheid voorzitter - Nieuwe directeur - Alumni - Ingezonden - Interview docent	Medewerkersonderwerpen: - Kennisplein - Verkoop complex - Nieuwe naam NHL - Alumni - Masters - Interview Raad van toezicht - Lectoraten	Medewerkersonderwerpen: - NHL op Duitse markt - Minor - Nieuwjaars bijeenkomst - Nieuwe lector - Samenwerking opleidingen - alumni
Studentenonderwerpen: - Studentenenquête - Hotspot - 10 geboden op NHL - Uitwisseling studenten - Evert Kwak - Cultuur - Boeken - Sport bij nacht - Your Shirt - Student & Kamer - 3hoog	Studentenonderwerpen: - Inschrijven via internet - Buitenlandse studenten - Commercial break - Kroegentocht - Column - Sport bij nacht - Cultuur - Student & Kamer - 3 hoog	Studentenonderwerpen: - Idealisten - Eetstoornis - Hotspot - Versneld studeren - Commercial Break - Column - Portret student - Cultuur - Boeken - Student & Kamer - 3 hoog
Beide: - Plannen voor NHL tv - Tijdelijke huisvesting - Column - Column - Column	Beide: - Nieuwbouw - Schrijfwedstrijd - BNS afgewezen - Nieuws van de site - Puzzel - DHZ nieuws - Column	Beide: - onderzoek - huisvesting - website onbekend - DHZ nieuws - In memoriam - Expositie - Jaar overzicht - Kerstverhaal - Puzzel - Column

In NHL Magazine staan voornamelijk studentenonderwerpen. Er zijn relatief weinig medewerkersonderwerpen te vinden. Wel zijn er algemene onderwerpen. Hoofdredacteur Anita Terpstra: "Ons beleid is erop gericht dat we voor beide doelgroepen schrijven, dat is opgenomen in het statuut. Het is zeker mogelijk om voor een brede doelgroep te schrijven.

Wij hebben artikelen voor studenten en artikelen voor personeel. En artikelen voor beide. En het is ook zo dat het personeel weet dat studenten hun 'klanten' zijn, dan gaan we er als redactie vanuit dat je wilt lezen wat die doelgroep zoal bezighoudt. Beide groepen zijn voor ons belangrijk. Qua onderwerpkeuze houden we daar rekening mee. Wel is het zo dat studenten de grootste doelgroep vormen, die zijn dan net ietsje belangrijker. Ik probeer het eerste artikel, de opening, toe te spitsen op een onderwerp dat studenten aan zal spreken. Ook staat er op de laatste pagina typische studentenonderwerpen. Over de verhouding kan ik weinig zeggen. Ik vind dat we iedere maand een goede mix hebben van artikelen die zowel voor studenten als personeel interessant is. Het wisselt per keer, het hangt er ook vanaf welke onderwerpen we kiezen. Het is wel altijd een aandachtspunt. Dat geldt ook of je genoeg aandacht besteedt aan de verschillende locaties van de hogeschool, deeltijders, de verschillende opleidingen, etc. Het laatste onderzoek dateert van 2006. Voor 2008 staat weer een onderzoek op stapel. Meer dan de helft van de ondervraagden vindt de onderwerpkeuze 'goed'. Als totaalcijfer kreeg het NHL Magazine een 7."

2.4.9 Sax

Sax is het blad van de Hogeschool Saxion. De doelgroep van Sax zijn de studenten en medewerkers van Saxion Hogescholen in Enschede, Apeldoorn en Deventer. Het blad verschijnt 10 keer per jaar in een oplage van 7.000 exemplaren.

Sax Magazine 2 (oktober 2007)	Sax Magazine 3 (november 2007)	Sax Magazine 4 (december 2007)
Medewerkersonderwerpen: - Terugloop buitenlandse studenten - Raad van Bestuur - Invoering persoonlijke leerweg - Column - Half HBO - Hotelschool - Duitse studenten aan trekken - Interview lector	Medewerkersonderwerpen: - Arbeidsomstandigheden - Intensivering onderwijs - Afscheid lector - Werken aan academie - Column - Ingezonden brief - Analyse onderwijs - Studenten afwezig op kennisdagen - Interview hoogleraar - Glazen plafond Saxion - Directeur VROM - Lectoren onder de loep	Medewerkersonderwerpen: - Personeel minder tevreden - Oefening brandweer - Medewerkers naar Scandinavië - Werk van gezondheid - Hoe is het met - Column - Internationaal bezoek - Analyse bètatekort - Alumni - Interview bestuursvoorzitter - Goede doelen - Lectoren onder de loep
Studentenonderwerpen: - Saxion Fits - Vooroordelen - Zomerhit - Column - Ov chipkaart - Jonge zakenmensen - Student wint medailles - Bijbaantje - Jouw gadget - Dronken geweest - Gadget van de maand - Student en zijn schoenen - Maf op je mobiel - Testjuh - Lekker snel - Laatste aankoop - Wat denk je dat je bent - Je woning - Ipod top 5 - Studentensoap - Activiteiten	Studentenonderwerpen: - Vooroordelen studenten - Column - Ingezonden brief - Hoe is het met - Imago studentenverenigingen - Winkel de stempel - Kroeg - Gadget - Hoe woon jij? - Dronken geweest - Maf op je mobiel - Van A naar B - Ipod top 5 - Gadget - Bijbaantje - Lekker snel - Andere cultuur - Studentensoap - Internationale studenten - Blog internationaal student - recensies	Studentenonderwerpen: - vooroordelen studenten - column - happen bij happietaria - interview student - stelling - pokerschulden - scriptie voor geld - saxion scriptieprijs - leven na een scriptieprijs - hoe overleef jij kerst? - Het ultieme gevoel van - Feestelijk verpakt - Ipod top 5 - Gadget - Gadget - Geld en feestdagen - Nieuws van verenigingen - Wie denk je dat je bent

- Reacties website - Internationale studenten - Blog internationaal student - Recensies		- Maf op je mobiel - Goede voornemens - Win geen stijl boek - Studentensoap - recensies - Portret student - Steunpunt studerende ouders
Beide: - Wat je zegt - Korting bij sporten - Agenda - GMR nieuws - Docent vs student - kunst uit de hogeschool	Beide: - student vs docent - agenda - GMR nieuws - Reacties website - Kunst uit de hogeschool	Beide: - Recept - Agenda - GMR nieuws - Student vs docent - Kunst uit de hogeschool

In Sax staan veel verschillende onderwerpen, toch is een duidelijke nadruk op de studentenonderwerpen te zien in vergelijking tot het aantal specifieke medewerkersonderwerpen. Het is dus duidelijk dat het blad er voor kiest zich te focussen op de studenten. Helaas wilde de redactie vanwege tijdgebrek niet meewerken aan een interview over de redactionele keuzes die zij voor dit blad maken.

2.4.10 Vox

Vox is het blad van de Radboud Universiteit Nijmegen. Het blad heeft als doelgroep de studenten en medewerkers van de universiteit. Vox verschijnt tweewekelijks en 20 keer per jaar in een oplage van 12.000 exemplaren.

Vox 6 (8 november 2007)	Vox 7 (22 november 2007)	Vox 8 (6 december 2007)
Medewerkersonderwerpen: - Propedeuse uitreiking moet blijven - Column - Doorstart opleiding Arabisch - Studentenzaken wil hulp bij dyslexie - Gedrag docenten - Onderzoek katholicisme - Studieintensivering - Column - Strijd tegen avondsluiting - Interview hoogleraar - Interview docent - Workshop dip in je loopbaan - Nieuw gezicht	Medewerkersonderwerpen: - Kerstpakket naar armen - Interview promovendi - Column - Eredoctoraat - Drietand - Geen geld reorganisatie - 10 vrouwen in toga - Ingezonden - Reorganistaiemoe - Interview hoogleraar - Intellectuelen - Interview wetenschapper - Berichten wetenschapsraad - Nieuw gezicht	Medewerkersonderwerpen: - Bijzonder hoogleraar - Column - Nieuwe decaan - 11 vrouwen in toga - Promotieonderwerp - Interview hoogleraar - Nieuw gezicht
Studentenonderwerpen: - Sexenquête - Waarom jongens afhaken op de pabo - Wiskunde in New York - Studentenraad nieuws - Huisgenoten - Cultuur	Studentenonderwerpen: - College van BN'ers - Ruzie studentenorganisaties - Over de schutting - Topsporter van het jaar - Interview Chiel Beelen - Huisgenoten - Boekbespreking - Digitaal onderwijs - Doen en laten - Hotspot	Studentenonderwerpen: - straffen voor studenten - bachelor zelf betalen? - Grenzen van jongeren - Speeddaten - Over de schutting - Hoger collegegeld - Carolus leden voor rechter - Huisfeesten - cultuur - Wiskundemeiden - Studentenraad nieuws - Huisgenoten
Beide: - spraakwater - discovery filmt op campus - op de site - ingezonden - zwangerschapshormoon	Beide: - spraakwater - wetenschapsnieuws - column - gedicht - snapshots - agenda	Beide: - dorpspomp - drietand - nobelprijs - wetenschapsnieuws - Polen - Vaccin voor Afrika

- wetenschapnieuws - Nijmeegse uitvinder - Magneetvelden - agenda	- mededelingen	- Snapshots - Mededelingen
--	--	---

In Vox staan gemiddeld genomen evenveel medewerkersonderwerpen en algemene onderwerpen. Specifieke studenten zijn er niet veel. Hoofdredacteur Patricia Veldhuis: “We richten ons op ouderejaarsstudenten, maar schrijven ook voor personeel. Voor ons zijn studenten de belangrijkste doelgroep. Ik vind dat het wel mogelijk is om voor een brede doelgroep te schrijven, we zijn er aan gewend en ik denk dat wij er goed in slagen en krant te maken voor deze doelgroep. Bij ons is de verhouding studenten- medewerkersonderwerpen ongeveer 40-60. Deze verhouding staat niet keihard vast. In de loop der jaren is de aandacht steeds meer naar de studenten gegaan.”

2.5 Welke redactionele keuzes maakt de HSK?

De HSK is in 1992 opgericht en is dit schooljaar haar zestiende jaargang ingegaan. Eén keer in de veertien dagen komt de krant uit. In de schoolvakanties wordt er niet gewerkt. Elk schooljaar verschijnen er 19 kranten. De HSK besteedt aandacht aan alles wat er op Windesheim gebeurt, maar ook aan het leven van studenten en culturele uitjes.

2.5.1 Kenmerken van de HSK

De redactie heeft een redactieraad en een uitgever in de persoon van de directeur van de School of media. De raad en het redactiestatuut worden momenteel in een nieuw jasje gestoken. De HSK wordt gemaakt door een groep van vier vaste redacteurs en een redactieassistente. Bert Westenbrink (hoofdredacteur), Jacqueline Veldman (redacteur), Ernest Mettes (redacteur), Wouter van Emst (redacteur) en Geja Gerritsen (reactieassistente). De krant wordt door de hoofdredacteur en redacteurs gemaakt, maar onderling is er wel een verdeling gemaakt. Zo houdt Jacqueline zich bezig met de achtergrondverhalen, de fotografen en de freelancers. Ernest houdt zich bezig met het nieuws en Wouter houdt zich bezig met de mededelingenpagina. Hoewel de taken min of meer zijn verdeeld, schrijft iedereen voor zowel de achtergrondverhalen als het nieuws. Elk redactielid is van alles op de hoogte en zo kan, als dat nodig is, gemakkelijk iemand een ander zijn taken overnemen. De meeste foto's worden door vier professionele fotografen gemaakt. Af en toe maakt de redactie zelf foto's.

De doelgroep

De HSK heeft nooit een lezersonderzoek gehouden. Maar kortweg kan gezegd worden dat de doelgroep er als volgt uitziet. De medewerkers De eerste en grootste groep zijn de zeventienduizend studenten van de hogeschool. De gemiddelde leeftijd van deze groep ligt op begin twintig jaar. De studenten zijn allemaal bezig met een HBO opleiding. Hun vooropleiding verschilt van HAVO tot MBO. De welstand van de studenten verschilt enorm. Het varieert van thuiswonende studenten in een villa tot studenten op kleine studentenkamers. Het gaat hierbij om zowel mannelijke als vrouwelijke studenten.

De tweede groep lezers zijn de vijftienhonderd medewerkers van de hogeschool. Dit zijn zowel docenten als huismeesters, bestuur, verschillende diensten, etc. In deze groep is de vergrijzing duidelijk zichtbaar, de gemiddelde leeftijd ligt dan ook tegen de vijftig jaar. Veel docenten hebben een HBO of academische opleiding genoten. Maar dit geldt niet voor alle medewerkers. Het geslacht van deze tweede groep bestaat net als de eerste groep uit zowel mannen als vrouwen. Ook de welstand is erg uiteenlopend, maar het grootste deel heeft een bovenmodaal inkomen.

Verspreiding

Als de kranten op donderdag van de drukkerij komt, worden ze meteen verspreid. Het grootste deel van de kranten blijft binnen de hogeschool. Ze gaan naar postvakjes van docenten, medewerkers en studenten. Ze worden ook in de daarvoor bestemde bakken gelegd, deze staan verspreid door alle gebouwen van de school. Ze worden ook uitgedeeld in de verschillende kantines. Een klein deel van de kranten gaat naar cafés in de binnenstad van Zwolle, ze worden naar studenten verstuurd of ze gaan door middel van een ruilabonnement naar andere hogescholen.

Concurrentie

De HSK heeft weinig concurrentie. Binnen de hogeschool wordt er nog één blad uitgegeven onder de titel Outlined. Dit is het maandelijkse personeelsmagazine van Windesheim. Beide bladen bevatten nieuws over Windesheim. Maar de HSK is ook een blad voor studenten en

Outlined niet. Verder is Outlined vooral een spreekbuis van het college van bestuur en daarom niet een echte concurrent van de HSK.

Onafhankelijkheid

De Hogeschoolkrant is niet 100 procent onafhankelijk. De redactie kan in principe op journalistieke wijze over alle onderwerpen schrijven, maar het college van bestuur van Windesheim heeft hier wel controle over. Het college van bestuur kan een artikel weigeren als het vindt dat het schade aan Windesheim toebrengt. Hoe dit precies zit werd drie jaar geleden duidelijk. De hoofdredacteur van de HSK werd ontslagen, mede omdat hij negatieve berichten over de fusie tussen Windesheim en de VU had geschreven.

De indeling

De HSK bestaat minimaal uit zestien pagina's en kan uitlopen tot maximaal twintig pagina's. Bij elke nieuwe krant wordt besloten hoe dik hij wordt, dat is vanzelfsprekend afhankelijk van het aantal onderwerpen, maar ook van het aantal advertentiepagina's. De krant is verdeeld in twee delen. De eerste vier pagina's zijn nieuwspagina's en de rest van de krant vormen de achtergrondpagina's. Hierbij zijn een aantal pagina's speciaal voor studenten geschreven en anderen spreken de medewerkers meer aan. In onderstaand tabel is de indeling te zien van een standaardkrant met zestien pagina's.

Pagina	Onderwerpen / rubrieken
1	- Foto (over een onderwerp in de krant) - Artikel naast de foto - Cartoon - Hoofdverhaal
2	- Paal met korte berichten (ongeveer 8) - Opening nieuwsbericht - Fotokader - Nieuwsbericht - Nieuwsbericht
3	- Cursief - Opening nieuwsbericht - Nieuwsbericht - Fotokader - Nieuwsbericht
4	- Opening nieuwsbericht - Fotokader - Nieuwsbericht - Nieuwsbericht - Nieuwsbericht
5	- Opinieverhaal (van een medewerker) - Uitgesproken (quotes uit andere media) - Column (van een medewerker)
6	- De stage (over een student) - De stelling (meningen van studenten)
7	- De buitenkant (over kleding van studenten) - Lekker toch (gadgets) - Dokter Ruud (problemen van studenten) - Het buitenland (studenten in het buitenland)
8	- Oneven nummers: Advertentie

	- Even nummers: Spread
9	- Oneven nummers: SOS pagina - Even nummers: Spread
10	- HOP berichten en /of nieuwsberichten
11	- HOP berichten en / of nieuwsberichten
12	- Advertentie
13	- Mededelingen - Het prikbord
14	- Blikvanger (culturele pagina)
15	- Blikvanger (culturele pagina)
16	- Aan tafel (studenten) - Achterklap (4 grappige berichtjes) - Fikse (column van een student)

2.5.2 Analyse van de inhoud

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van het aantal studenten- en medewerkersonderwerpen in een drietal HSK's. De onderwerpen zijn ingedeeld naar aanleiding van de interesses van medewerkers en studenten zoals beschreven in hoofdstuk over de informatiebehoefte van de doelgroep. De kranten zijn bladzijde voor bladzijde geanalyseerd. Hiervoor zijn de volgende uitgaven gebruikt: HSK 4 (25 oktober 2007), HSK 5 (8 november 2007) en HSK 6 (22 november 2007).

HSK 4	HSK 5	HSK 6
Medewerkersonderwerpen:	Medewerkersonderwerpen:	Medewerkersonderwerpen:
- ophef fatboys - tevredenheidsonderzoek - theologieopleiding - lezing Freriks - Almunidag - Groei studenten - Elseviertest - Congres - Schoolteams - Mediatheek personeel - Honours College - Therapiebad - Nieuwe positionering - Nieuw parkeerterrein - Financiering - Ingezondenbrief - Opiniestuk - Bekostigingssysteem - Onderwijsbegroting - Plannen Plasterk	- Grens studiekosten - Telefooncel - Ns kaart - Vakgroep - Oost europa - Koperen gevel - wireless desk - Huismeesters - Centrum - ondernemerschap - Aantal pc's bepaals school - Roosterweken - Nieuwe directeur - Alumni flop - Slechte score techniek - Opiniestuk - Congres - Belangstelling windesheim stand	- Studielast - Brandbrief - Onderzoek - Minor - Topvrouw - Inschrijving mislukt - Meer voorbereidingstijd - Roosters te laat - Schools stoppen met Iris - Oud medewerkers terug - Vacatures - Zingende medewerker - Opiniestuk - Vertrek bestuurslid - Docent winnaar - CHN commotie - Kritiek maatregelen - Financiering - Overlijden badmintonner

Studentenonderwerpen: - Modellenbureau - Paalzitter - De ruimte in - rekentoets - Iftar-maaltijd - De stage - De stelling - De buitenkant - Lekker toch - De binnenkant - Het buitenland - Uitvreetster - Paardenmeisje - Kippenneuken - Blikopener - Hete bliksem - Vooruitblik - Bliktrommel - Filmblik - Ogenblik - Vliegende paard - Aan tafel - Achterklap - column	Studentenonderwerpen: - schaatser - fitweek - tijdgebrek - caravan verzinnen - haloween - slaaphouding - te veel huur - plasterk kappen - calo feest - zustertje spelen - De stage - De stelling - De buitenkant - Lekker toch - De binnenkant - Het buitenland - Studiepunten cadeau - Zorgpremie - Zesde zintuig - Blikopener - Hete bliksem - Vooruitblik - Bliktrommel - Filmblik - Ogenblik - Zwolle wereldstad - Aan tafel - Column	Studentenonderwerpen: - Jassen en tassen voor grijpen - Try out - Modellendag - Topcoach - TNO wedstrijd - Nieuwe naam vereniging - Opdondertje - Sms dienst - Rekendictee - Topschaatser - De stage - De stelling - De buitenkant - Lekker toch - De binnenkant - Het buitenland - Eigen baas - No smoking - Blikopener - Hete bliksem - Vooruitblik - Bliktrommel - Filmblik - Ogenblik - Stevie ann - Aan tafel - Column
Beide: - reis China - middagbiertje - workout - column - calo jubileum - nieuwe pui - het prikbord	Beide: - bartjensdictee - alcohol taboe - uitgesproken - het prikbord - achterklap	Beide: - in memoriam - in memoriam - uitgesproken - fitweek - openingstijden sport - mededelingen - het prikbord - achterklap

2.5.3 De keuzes

Elke HSK heeft grofweg dezelfde indeling. Op de voorpagina van de HSK staat altijd een grote foto. De foto hoort bij een artikel verderop in de krant. Het onderwerp van dat artikel is vaak een onderwerp dat studenten aanspreekt. De medewerkers en docenten krijgen de HSK elke twee weken in hun postvak, de redactie van de HSK is van mening dat deze groep de krant in ieder geval leest. Voor studenten geldt dat zij de krant uit eigen beweging uit de bakken in de hogeschool moeten halen. Daarom moet de krant aantrekkelijk gemaakt worden voor de studenten, anders zullen zij hem niet meenemen. Hoofdredacteur Bert Westenbrink

zegt hierover: “Als er studenten op de foto staan, is de kans groter dat studenten de krant uit de displays of krantenbakken halen, is onze redenering. De voorpagina moet een studentenuitstraling hebben.”

Het hoofdverhaal op de voorpagina is niet speciaal voor studenten of medewerkers. Westenbrink: “Bij de keuze is bepalend welk nieuws we het belangrijkste vinden. Dat kan net zo goed een onderwerp zijn dat betrekking heeft op studenten.”

De vier nieuwspagina's in de krant bevatten zowel medewerkersonderwerpen als studentenonderwerpen. Uit bovenstaande analyse blijkt wel dat er meer nieuwsberichten voor medewerkers zijn. Bert Westenbrink beaamt dit: “In de zogeheten nieuwsflow voeren onderwerpen over medewerkers of beleidszaken vaak de boventoon. Dus proberen we ook onderwerpen in beeld te brengen of aan bod te laten komen waarvan wij weten dat ze interessant zijn voor studenten, want we zoeken naar een nieuwsmix die het voor zowel medewerkers als studenten interessant maakt om de actuele pagina's te lezen.”

De pagina ‘lopend vuur’, de opiniepagina, blijkt vaak een medewerkerspagina te zijn met onderwerpen over bestuurlijke zaken, geschreven door medewerkers. “Dat is zeker niet onze bedoeling, maar het pakt in de praktijk wel zo uit. We kunnen maar zelden studenten vinden die bereid zijn om een opinie te schrijven. Ook zijn er niet zo veel die het kunnen of er zich aan durven wagen. Niet verwonderlijk, het is een moeilijk genre en je moet kleur bekennen”, aldus Westenbrink.

In de HSK staan altijd twee pagina's met een aantal vaste rubrieken met studentenonderwerpen. De eerste rubriek is ‘De Stage’ hierin verteld een stagiaire over zijn of haar stage. De tweede rubriek is ‘De Stelling’ hierin geven vijf studenten hun mening naar aanleiding van de stelling. De derde rubriek is ‘De Buitenkant’ over de kledingkeuzes van een student. De vierde rubriek is ‘Lekker Toch’ over nieuwe gadgets. De vijfde rubriek is ‘Dokter Ruud’ over een probleem van een student. De laatste rubriek is ‘Het Buitenland’ Een column van een student over stage lopen in het buitenland. “Dat zijn inderdaad speciale pagina's voor en over studenten. Wie hebben twee doelgroepen: studenten en medewerkers. Gezien het nieuwsaanbod (zie hierboven) vinden medewerkers al gauw iets naar hun gading in de krant. Bovendien zijn veel medewerkers ook geïnteresseerd in studentennieuws en items, omgekeerd zijn studenten nauwelijks geïnteresseerd in medewerkers- of beleidsonderwerpen. Daarom hebben we speciale pagina's voor studenten ontwikkeld. Overigens willen we de 'studentenrubrieken' op die pagina's gaan verspreiden door de hele krant.”

De spread is meestal een leuk onderwerp voor studenten zoals studenten met paranormale gaven of studenten met een eigen bedrijf. Volgens Bert Westenbrink komt het wel voor dat er een spread voor medewerkers in de HSK staat, maar dat gebeurt niet vaak.

De HSK heeft af en toe een HOP-pagina in de krant, deze pagina is gevuld met nieuws afkomstig van het Hoger Onderwijs Persbureau. Westenbrink: “We hebben niet altijd HOP-nieuws in de krant, dat is vooral afhankelijk van de hoeveelheid ruimte die we in de krant hebben. Als we een zogeheten HOP-pagina in de krant hebben, dan zoeken we niet echt naar een balans. We gaan voor het belangrijkste HOP-nieuws. We proberen wel altijd een of meerdere studentenitems mee te nemen.”

De HSK heeft in elke uitgave twee studentenpagina's met de naam 'Blikvanger'. Hierin worden diverse culturele uitingen besproken. Boeken, films, muziek, theater, televisie, dans, feestjes en ander entertainment. Deze pagina's worden gemaakt door jonge freelancers en zij betrekken daar Windesheimstudenten bij. "Die zijn gericht op studenten. We proberen op die twee pagina's studenten bij te praten over het culturele leven in Zwolle", aldus Westenbrink.

De laatste pagina bestaat uit een grote foto in de rubriek 'Aan tafel', dit gaat over etende studenten. Ook de rubriek 'Achterklap' staat op de achterpagina. Dit zijn vier kleine stukjes over grappige gebeurtenissen op Windesheim, over zowel studenten als medewerkers. Daarnaast staat er een column van een student op de pagina, vaak gaat het over het studentenleven.

Uit de analyse en de reacties van de hoofdredacteur blijkt dat in de HSK veel onderwerpen voor studenten staan. De HSK is 16 tot 20 pagina's dik, en heeft in elke uitgave in ieder geval 4 typische studentenpagina's en één typische medewerkerspagina. Over de doelgroep van de krant zegt de hoofdredacteur: "De HSK heeft twee doelgroepen: studenten en medewerkers. We willen de krant voor de hele hogeschoolgemeenschap zijn. Studenten zijn echter een belangrijke doelgroep omdat ze in aantal de grootste zijn. Maar belangrijker: heel Windesheim staat in het teken van de student, dus daarvan moet je een weerslag vinden in de HSK."

Hoofdstuk 3: Afsluiting

3.1 Samenvatting

Nederland heeft 33 hogeschool- en universiteitsbladen. Ontstaan vanaf de jaren zeventig van de vorige eeuw. Dit betekent dat bijna elke grote instelling een eigen blad heeft om de medewerkers en studenten te informeren.

De bladen worden gemaakt door een professionele redactie binnen de instelling. Ze zijn in dienst van de instelling, iets waardoor de onafhankelijkheid van de redacties ter discussie staat.

De bladen schrijven over alles wat er in en om de instelling plaats vindt. Of zoals Ries Agterberg, hoofdredacteur van het blad Univers van de universiteit van Twente zegt: “Je kunt de campus zien als een dorp of anders stad waar veel gebeurt en je wilt als blad de inwoners van dat dorp op de hoogte houden van de interessante zaken die daar gebeuren. Bovendien wil je een gemeenschapszin bouwen, in die zin dat verschillende groepen ook weten wat er bij de andere groep zoal speelt. Daarnaast zijn er tal van onderwerpen die iedereen aangaat.”

De meeste redacties zien de studenten als belangrijkste doelgroep. Zij zijn de grootste groep en daarnaast moeten zij het blad vrijwillig uit de bakken willen halen. Voor hen worden er vaak speciale rubrieken of zelfs hele pagina's gewijd aan het studentenleven en medestudenten.

Het schrijven voor een brede doelgroep wordt door de redacties niet gezien als een probleem, ze zeggen er aan gewend te zijn. Toch geven ze aan dat het wel lastig is. De bladen schrijven over actuele onderwerpen, ongeacht welk deel van de doelgroep dat aanspreekt. In de vaste rubrieken is over het algemeen wel een goede mix tussen medewerkers en studenten te zien.

Uit dit onderzoek is gebleken dat de interesses van de doelgroep erg ver uit elkaar liggen. De studenten houden van luchtige onderwerpen, verhalen over het studentenleven en zijn voornamelijk geïnteresseerd in onderwerpen over hun eigen opleiding. Medewerkers daarentegen willen graag nieuwsberichten zien over onderwijs, bestuurlijke kwesties en onderzoek.

Er is een duidelijk verschil naar voren gekomen tussen hogeschool bladen en universiteitsbladen. De hogeschoolbladen zien de studenten als hun belangrijkste doelgroep terwijl de universiteiten zich meer op algemene onderwerpen richten die voor zowel studenten als medewerkers interessant zijn.

Toch lijkt er een voorzichtige trend te zijn ontstaan in het aanbieden van informatie voor één specifieke doelgroep. Neem bijvoorbeeld het universiteitsblad Univers. Zij zijn aan het overwegen of het mogelijk is een blad te maken voor alleen studenten of alleen wetenschappers.

Daarnaast is een vrij eenvoudige scheiding te maken op de site van de krant. Een voorbeeld daarvan is de site van Punt. Hier kunnen medewerkers 'hun nieuws' vinden onder het kopje medewerkers en zien studenten 'hun onderwerpen' onder het kopje studenten. Op die manier is er voor elk wat wils.

3.2 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek luidde: Hoe kunnen hogeschool- en universiteitsbladen tegemoet komen aan de informatiebehoefte van de brede doelgroep, bestaande uit zowel medewerkers als studenten?

Uit dit onderzoek is gebleken dat de informatiebehoefte van de brede doelgroep erg uiteenlopend is. Studenten zijn vooral geïnteresseerd in de luchtigere en leuke onderwerpen en in nieuws over hun eigen opleiding. Medewerkers lezen vooral de nieuwsberichten en willen op de hoogte gehouden worden van bestuurlijke- en personeelszaken en lezen graag over onderwijs en onderzoek.

Er wordt tegemoetgekomen aan de informatiebehoefte van de doelgroep door drie verschillende soorten artikelen te maken. Aan de ene kant de artikelen die studenten interesseren, aan de andere kant de artikelen die interessant zijn voor medewerkers en daar tussenin de algemene artikelen die door beide groepen gelezen worden.

Uit de analyses van de tien vooraf geselecteerde bladen en uit de interviews met de redacties van deze bladen, blijkt dat de studenten als belangrijkste doelgroep gezien worden. Zij vormen de grootste groep lezers en zij moeten het blad vrijwillig uit de bakken halen. De medewerkers daarentegen krijgen het blad sowieso wel onder ogen, omdat zij het in hun postvakje krijgen. Daarnaast wordt van docenten verwacht dat zij willen weten wat de studenten bezig houdt.

Wel is er duidelijk een verschil te zien tussen de aanpak van hogeschoolbladen en universiteitsbladen. Dat wat Ries Agterberg, hoofdredacteur van de universiteitskrant *Univers* zegt is ook duidelijk in de analyses terug te vinden. “De een heeft een focus op de student (vooral hogeschoolbladen), de ander kiest voor een meer algemene benadering (universiteitsbladen).”

In beide aanpakken wordt er tegemoet gekomen aan de informatiebehoefte van de doelgroep. De hogeschoolbladen doen dit door te focussen op studenten. Dat is interessant voor het grootste deel van de doelgroep en ook voor medewerkers. Daarnaast brengen zij ook specifieke medewerkersonderwerpen. De universiteitsbladen slaan twee vliegen in één klap door de nadruk te leggen op algemene onderwerpen, die interessant zijn voor beide doelgroepen. Hieruit blijkt dat je op twee verschillende manieren de brede doelgroep tevreden kunt houden.

Dit neemt niet weg dat sommige medewerkers de bladen te hip of te populair vinden, zoals de hoofdredacteur van *HanzeMag* laat weten. Terwijl er ook voor hen interessante onderwerpen te vinden zijn. Dat hoort denk ik bij het bladen maken. Het zou onmogelijk zijn, een blad te maken waar iedereen laaiend enthousiast over is. Zolang uit de lezersonderzoeken blijkt dat een grote meerderheid dik tevreden is over de onderwerpen, doen de bladen het goed.

3.3 Aanbevelingen

Uit de analyses in dit onderzoek en uit de lezersonderzoeken die de bladen hebben gehouden, blijkt dat de bladen wel tegemoet komen aan de lezersbehoefte van de doelgroep. Toch kunnen de bladen wel wat van elkaar leren. Er kan daarbij gedacht worden aan het volgende:

1. Een krant maken voor één specifieke doelgroep, zoals de redactie van Univers dat wil doen. Een andere variatie zou een krant kunnen zijn die bestaat uit twee delen. De voorkant voor medewerkers en de achterkant voor studenten. Bij de HSK zie je dit al een klein beetje. Zij hebben voorin nieuws staan, iets waar medewerkers vooral in geïnteresseerd zijn en achterin zijn enkele studentenpagina's te vinden.
2. Een gedeelde site maken, met een domein voor studenten en een domein voor medewerkers. Het blad Punt heeft zo'n site. Op die manier kan iedere groep gemakkelijk bij zijn onderwerpen komen, zonder eerst door de voor hem oninteressante onderwerpen te moeten lopen.
3. Bij de hogeschoolbladen ligt de focus voornamelijk op de studenten en minder op algemene onderwerpen zoals de universiteitsbladen dat doen. Deze algemene onderwerpen zijn voor beide groepen interessant en zo slaan de redacties twee vliegen in één klap en zo komen zij tegemoet aan de informatiebehoefte van de gehele doelgroep. Wellicht kunnen de hogeschoolbladen op dat punt iets leren van de universiteitsbladen.

Bronnen

Artikelen

- Agterberg, R. 'Jonge lezers grazen alleen nog op internet'. In: *Univers*, 15 december 2005
- Duine, I. 'Universiteitsblad onder vuur'. In: *De Journalist*, 11 mei 2007
- Dunk, S. 'Univers-lezers vragen om Engelstalige pagina'. In: *Univers*, 12 januari 2006
- Farag, M. 'Nieuwe hoofdredacteur: Ik wil Folia verbeteren'. In: *Mediastudies*, 10 januari 2007
- Hanff, P. 'Bestuurders draaien universiteitsbladen duimschroeven aan'. In: *Extra!*, 7 februari 2003
- Heijnen, A. 'Koerswijziging U-blad niet gewenst'. In: *U-blad*, 20 maart 2003
- Kamerman, S. 'Tussen pravda en dorpspomp; De nieuwe mentaliteit van universiteitsbladen'. In: *NRC-Handelsblad*, 28 november 1998
- Kerkhof, E. 'Kiosk'. In: *Het Parool*, 17 augustus 1994
- Lakmaker, H. 'Folia schrijft nu 'vanuit de studenten''. In: *Trouw*, 25 maart 2000
- Nieber, L. 'Vernieuwing moet Folio opleuken'. In: *Mediastudies*, 22 september 2006
- Provoost, F. 'Creatief met cijfers'. In: *Mare*, 06 november 2007
- Saxion, 'Studenten kunnen mening kwijt op Sax.nu'. In: *www.saxion.nl*, 23 maart 2007
- Termeer, G. 'Lezers geven UK een dikke zeven'. In: *UK*, 1997
- Termeer, G. 'UK moet eerstejaars voor zich winnen'. In: *UK*, 25 november 2002
- Vox, 'Don't shoot a winning horse'. In: *Voxlog.nl*, 2007
- Walsum, S. van 'Het oude (links) en het nieuwe Folia'. In: *de Volkskrant*, 24 maart 2000
- Wiegman, M. '“Operatie ontleuking” maakt van Folia echt tijdschrift'. In: *Het Parool*, 16 maart 2000.
- Windgassen, A. 'Mama heeft het beste met je voor'. In: *Extra!*, 7 februari 2003

Personen

- Agterberg, Ries. Hoofdredacteur Univers
- Groenman, Bert. Hoofdredacteur UT-Nieuws
- Merkx, Petra. Hoofdredacteur Punt
- Terpstra, Anita. Hoofdredacteur NHL Magazine
- Veldhuis, Patricia. Hoofdredacteur Vox
- Westenbrink, Bert. Hoofdredacteur HSK Windesheim

Wind, Chris. Hoofdredacteur Hanzemag

Rapporten

NHL Magazine Lezersonderzoek 2006

Studentenbladen informatiebrochure 2007

Scripties

Deursen, m. van, 'Hogeschool- en Universiteitsbladen; een eigen geluid of gedoemd tot echo van het bestuur?', november 2006

Kranten

Ad Valvas, universiteitskrant van de Vrije Universiteit van Amsterdam

Arium, hogeschoolkrant van de Haagse Hogeschool

Brewed, hogeschoolkrant van de Internationale Hogeschool Breda

CHN-krant / Time, hogeschoolkrant van de Christelijke Hogeschool Nederland

Codarts Magazine, Codarts, Hogeschool voor de Kunsten (Rotterdams Conservatorium, Rotterdamse Dansacademie en Circus Arts).

Cursor, universiteitskrant van de Technische Universiteit Eindhoven

Delta, universiteitskrant van de Technische Universiteit Delft

De nieuwe K, de Faculteit der Kunsten, het Koninklijk Conservatorium en de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten.

Editie Zuyd, Hogeschool Zuyd

Erasmus Magazine, universiteitskrant van de Erasmus Universiteit in Rotterdam

Folia, universiteitskrant van de Universiteit van Amsterdam

Hanzemag, hogeschoolkrant van de Hanzehogeschool in Groningen

Havana, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Amsterdam

HL-krant, hogeschoolkrant van de Hogeschool Leiden

HSK, hogeschoolkrant van de Hogeschool Windesheim

HZ Magazine, Hogeschool Zeeland

Mare, universiteitskrant van de Universiteit Leiden

Modulair, Open Universiteit Nederland

NHL-magazine, hogeschoolkrant van de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden

Observant, universiteitskrant van de Universiteit Maastricht

Profielen, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Rotterdam

Punt, hogeschoolkrant van Avans Hogeschool

Resource, universiteitskrant van de Universiteit van Wageningen

Sax, hogeschoolkrant van Hogeschool Saxion

Sensor, hogeschoolkrant van Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Splurge, hogeschoolkrant van de Hogeschool Inholland

Trajectum, hogeschoolkrant van de Hogeschool van Utrecht

Ublad, universiteitskrant van de Universiteit van Utrecht

UK, universiteitskrant van de Universiteit van Groningen

Univers, universiteitskrant van de universiteit van Tilburg

.unst, hogeschoolkrant van de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht

UT-Nieuws, universiteitskrant van de Universiteit van Twente

Vox, universiteitskrant van de Radboud Universiteit Nijmegen

Bijlagen

Bijlage I: Titelloverzicht

Naam: Ad Valvas

Instantie: Vrije Universiteit van Amsterdam

Doelgroep: Studenten en medewerkers (wetenschappelijk/niet wetenschappelijk) van de Vrije Universiteit van Amsterdam. Een groot deel van de lezers bestaat uit afstuderenden in de laatste fase van hun studie. De doelgroep valt te omschrijven als hoog opgeleide jongeren, grotendeels in de leeftijd van 20 tot 25 jaar.

Verschijningsfrequentie: wekelijks; 36 keer per jaar

Oplage: 12.000 exemplaren

Verspreiding: gratis via bakken in de gebouwen van de VU

Inhoud: Ad Valvas bevat al het, vaak niet elders te lezen, VU-nieuws: wetenschappelijk en bestuurlijk nieuws, verslagen, interviews, opinies. Daarnaast wordt wekelijks een uitgebreide mededelingenrubriek gepubliceerd, waarop personeel en studenten voor zakelijke informatie zijn aangewezen. Ook het landelijke nieuws over hoger onderwijs heeft zijn plaats in het blad.

Naam: Atrium

Instantie: Haagse Hogeschool

Doelgroep: voor studenten en medewerkers van de Haagse Hogeschool te Den Haag.

Verschijningsfrequentie: om de drie weken

Oplage: 10.000 exemplaren

Verspreiding: gratis via speciale displays die op verschillende plaatsen in de vestigingen van De Haagse Hogeschool

Inhoud: De krant bevat nieuws en achtergronden van binnen en buiten de hogeschool. Informatie over studeren en uitgaanstips.

Naam: Brewed

Instantie: Internationale Hogeschool Breda

Doelgroep: Alle studenten en medewerkers van NHTV internationale hogeschool Breda. Aan de hogeschool studeert een groot aantal buitenlandse studenten en er zijn ook buitenlandse docenten- aan NHTV verbonden. Een aantal opleidingen wordt in het Engels gegeven en internationalisering is één van de speerpunten van het NHTV beleid. Om die redenen zijn de artikelen in het Engels gepubliceerd.

Verschijningsfrequentie: 8 keer per jaar

Oplage: 4.000 exemplaren

Verspreiding: gratis op de NHTV internationale hogeschool Breda.

Inhoud: Brewed biedt de lezer (achtergrond)informatie over opleidingszaken, hoger onderwijs nieuws en over studeren en werken binnen de hogeschool.

Naam: CHN-krant / Time

Instantie: Christelijke Hogeschool Nederland

Doelgroep: Alle studenten en medewerkers aan de Christelijke Hogeschool Nederland.

Verschijningsfrequentie: maandelijks, 11 keer per jaar

Oplage: 3.500 exemplaren

Verspreiding: gratis op het CHN

Inhoud: Studenten en personeel van de Hogeschool zijn op de CHN-krant/Times aangewezen voor alle informatie omtrent hun studie.

Naam: Codarts Magazine

Instantie: Codarts, Hogeschool voor de Kunsten (Rotterdams Conservatorium, Rotterdamse Dansacademie en Circus Arts).

Doelgroep: studenten, medewerkers en alumni van Codarts

Verschijningsfrequentie: tweemaandelijks

Verspreiding: Geïnteresseerden kunnen een (gratis) abonnement nemen op Codarts

Inhoud: Het magazine geeft achtergrondinformatie over activiteiten van de opleidingen van de hogeschool en portretteert (oud-)studenten en docenten. De agenda biedt een overzicht van de publieksactiviteiten van het conservatorium, de dansacademie en de opleiding tot circuskunstenaar (voorstellingen, workshops, presentaties enzovoort).

Naam: Cursor

Instantie: Technische Universiteit Eindhoven

Doelgroep: Studenten, hoogleraren, docenten, wetenschappelijke en overige medewerkers van de universiteit. Ook ruim 1700 externe relaties (ministeries, bedrijven, instellingen, scholen en afgestudeerden ontvangen Cursor).

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 37 keer per jaar

Oplage: 9.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Technische Universiteit Eindhoven.

Inhoud: Cursor bevat al het nieuws zoals, wetenschappelijk en bestuurlijk nieuws, verslagen, interviews en opinies. Daarnaast wordt wekelijks een uitgebreide mededelingenrubriek gepubliceerd. Ook het Hoger Onderwijs persbureau levert wekelijks een bijdrage.

Naam: Delta, universiteitskrant

Instantie: Technische Universiteit Delft

Doelgroep: Delta is voor studenten en personeel van de TU Delft

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 39 keer per jaar

Oplage: 14.000 exemplaren

Verspreiding: gratis, in de TU Delft

Inhoud: Delta bericht over onderwijs, onderzoek, beleid en sociaal leven aan de Technische Universiteit Delft en over landelijke ontwikkelingen op het gebied van hoger onderwijs en arbeidsmarkt voor ingenieurs.

Naam: De nieuwe K

Instantie: de Faculteit der Kunsten, het Koninklijk Conservatorium en de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten.

Doelgroep: studenten, docenten, bestuurders, collega's en andere relaties van de drie instituten

Verschijningsfrequentie: 4 keer per jaar

Verspreiding: gratis, via en abonnement

Inhoud: over nieuwe ontwikkelingen op onderwijs- en onderzoeksgebied, concerten, exposities, lezingen, evenementen en andere nieuwswaardige zaken.

Naam: Editie Zuyd

Instantie: Hogeschool Zuyd

Doelgroep: voor studenten van Hogeschool Zuyd. Maar Editie Zuyd is ook interessant voor medewerkers en relaties.

Verschijningsfrequentie: 4 keer per jaar

Verspreiding: gratis, Editie Zuyd is te vinden in de krantenstandaards op alle hogeschoollocaties. U kunt Editie Zuyd ook thuis ontvangen.

Inhoud: Editie Zuyd is het life style magazine voor studenten van Hogeschool Zuyd.

Naam: Erasmus Magazine

Instantie: Erasmus Universiteit in Rotterdam

Doelgroep: Erasmus Magazine wordt gelezen door ruim 18.000 studenten (onder wie 3.500 eerstejaars) en 2.200 vooral hooggekwalificeerde medewerkers van de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Verschijningsfrequentie: tweewekelijks, 21 keer per jaar

Oplage: 13.000 exemplaren

Verspreiding: gratis verspreid in mooie en opvallende displays, die op 45 strategisch gekozen plekken staan op de universiteitsterreinen Woudestein en Hoboken. Zo'n 1.000 abonnees en externe relaties krijgen het blad per post toegestuurd.

Inhoud: Erasmus Magazine bevat need-to-know informatie in de vorm van studiemedelingen voor studenten.

Naam: Folia

Instantie: Universiteit van Amsterdam

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Universiteit van Amsterdam. Een groot deel van de lezers van Folia bestaat uit afstuderenden in de laatste fase van hun studie.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 36 keer per jaar

Oplage: 14.500 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Universiteit van Amsterdam

Inhoud: In Folia komt al het wetenswaardige voor de diverse geledingen exclusief aan de orde, opdat een ieder optimaal en actueel geïnformeerd is. Daarnaast binden de opiniërende en beschouwende artikelen vele lezers aan zich.

Naam: Hanzemag

Instantie: Hanzehogeschool Groningen

Doelgroep: HanzeMag is de redactioneel onafhankelijke hogeschoolkrant voor studenten en medewerkers van de Hanzehogeschool Groningen.

Verschijningsfrequentie: tweewekelijks, 19 keer per jaar

Oplage: 6.000 exemplaren

Verspreiding: gratis in de Hanzehogeschool Groningen

Inhoud: Groningen. Eens per maand schrijft HanzeMag vijf internationale Engelstalige pagina's vol met nieuws voor de buitenlandse studenten.

Naam: Havana

Instantie: Hogeschool van Amsterdam

Doelgroep: HBO-studenten en medewerkers van de Hogeschool van Amsterdam. Een groot deel van de lezers bestaat uit afstuderenden in de laatste fase van hun studie.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 40 keer per jaar

Oplage: 10.600 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Hogeschool van Amsterdam

Inhoud: Havana brengt nieuws en belicht achtergronden van de hogeschool. Door middel van need to know informatie over tentamendata, college-roosters, spreekuren van docenten, etc. en nice to know informatie, relevant voor de veelal in Amsterdam wonende student, is Havana compleet voor haar lezers. Ook het landelijke nieuws dat van belang is voor studenten en personeel wordt op de voet gevolgd.

Naam: HL-krant

Instantie: Hogeschool Leiden

Doelgroep: alle medewerkers en studenten van Hogeschool Leiden

Verschijningsfrequentie: één maal per kwartaal, 4 keer per jaar

Oplage: 7.500 exemplaren

Verspreiding: De HL-krant wordt verstuurd aan alle medewerkers en studenten van Hogeschool Leiden

Inhoud: Dit magazine laat zien wat er zoal omgaat in de hogeschool: van internationale stages tot aansprekende praktijkprojecten en van kennismaking met nieuwe lectoren tot samenwerking met het werkveld.

Naam: HSK

Instantie: Christelijke Hogeschool Windesheim

Doelgroep: Alle medewerkers en studenten van Windesheim

Verschijningsfrequentie: Tweewekelijks, 19 keer per jaar

Oplage: 8.000 exemplaren

Verspreiding: gratis, medewerkers ontvangen de krant in hun postvak en studenten kunnen hem in de vele bakken door de gebouwen van Windesheim vinden. Ook te vinden in uitgaansgelegenheden in de binnenstad van Zwolle.

Inhoud: nieuws over onderwijs en studentenleven

Naam: HZ Magazine

Instantie: Hogeschool Zeeland

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Hogeschool Zeeland

Verschijningsfrequentie: maandelijks

Oplage: 4.000 exemplaren

Verspreiding: binnen de Hogeschool Zeeland

Inhoud: In het tijdschrift beschrijven vooral studenten hun ervaringen op en met de HZ.

Naam: Mare

Instantie: Universiteit Leiden

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Universiteit Leiden. Een groot deel van de lezers bestaat uit afstuderenden in de laatste fase van hun studie. De doelgroep valt te omschrijven als hoog opgeleide jongeren, grotendeels in de leeftijd van 20 tot 25 jaar.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 34 keer per jaar

Oplage: 18.850 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Universiteit Leiden

Inhoud: Mare informeert haar lezers over een breed scala aan onderwerpen die op de Universiteit betrekking hebben. De krant biedt de leden van die gemeenschap ook een platform voor discussie, vanwege de duidelijke opiniërende functie.

Naam: Modulair

Instantie: Open Universiteit Nederland

Doelgroep: studenten, alumni en personeel van de Open Universiteit Nederland

Verschijningsfrequentie: maandelijks, 9 keer per jaar

Oplage: 30.000 exemplaren

Verspreiding: Studenten en alumni krijgen het blad toegestuurd. Voor personeel wordt het verspreid via de secretariaten.

Inhoud: over actueel nieuws, activiteiten in studiecentra en aanvullende studie-informatie

Naam: NHL-magazine

Instantie: Noordelijke Hogeschool Leeuwarden

Doelgroep: De doelgroepen van het NHL Magazine zijn studenten en personeelsleden van de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden (NHL).

Verschijningsfrequentie: maandelijks, 10 keer per jaar

Oplage: 12.000 exemplaren

Verspreiding: per post verstuurd naar studenten, personeel en externe relaties. Daarnaast is het blad ook verkrijgbaar op de hogeschool.

Inhoud: In het eigentijdse magazine staan informatieve artikelen, interviews, recensies, strips, puzzels en columns.

Naam: Observant

Instantie: Universiteit Maastricht

Doelgroep: Studenten (bachelors en masters) en medewerkers van de Universiteit Maastricht. Een deel van de studenten is afkomstig uit het buitenland of heeft een internationale achtergrond.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 37 keer per jaar

Oplage: 8.500 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Universiteit Maastricht

Inhoud: Het bevat nieuws, achtergrondverhalen, columns en series over wetenschappelijk onderwijs en onderzoek, bestuurlijke zaken en het studentenleven.

Naam: Profielen

Instantie: Hogeschool van Rotterdam

Doelgroep: Leden van de hogeschoolgemeenschap (studenten en medewerkers) en andere belangstellenden

Verschijningsfrequentie: 10 keer per jaar

Oplage: 7.500 exemplaren

Verspreiding: Profielen wordt op elke locatie van de hogeschool gratis verspreid

Inhoud: Het blad besteedt aandacht aan nieuws uit de hogeschool, maar ook aan landelijk nieuws en onderwijsbeleid. Verschillende rubrieken geven een inkijk in het studentenleven: stage en beroep, columns, uitgaan, film en recensies.

Naam: Punt

Instantie: Avans Hogeschool

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Avans Hogeschool

Verschijningsfrequentie: driewekelijks

Verspreiding: Gratis op de Avans hogeschool

Inhoud: Studenten en medewerkers lezen het laatste nieuws over hun opleiding of academie in Punt.

Naam: Resource

Instantie: Wageningen Universiteit

Doelgroep: Onderzoekers, studenten en medewerkers van Wageningen Universiteit en Researchcentrum (Landbouwuniversiteit en alle onderzoeksorganisaties van DLO) en de vestigingen van de Hogeschool Larenstein in Wageningen, Velp en Leeuwarden.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 37 keer per jaar

Oplage: 15.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis op Wageningen Universiteit en Researchcentrum.

Inhoud: Resource biedt een aantrekkelijk redactioneel Umfeld en bereik. De combinatie van

actuele exclusieve informatie, nieuws en opinie maken het blad voor haar lezers een waardevol informatief medium.

Naam: Sax

Instantie: Hogeschool Saxion

Doelgroep: Studenten en medewerkers van Saxion Hogescholen in Enschede, Apeldoorn en Deventer.

Verschijningsfrequentie: 10 keer per jaar

Oplage: 7.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Saxion Hogescholen in Enschede, Apeldoorn en Deventer.

Inhoud: Sax brengt op journalistieke wijze landelijk en regionaal nieuws gerelateerd aan deze onderwijsorganisatie. Naast een aantal vaste rubrieken komen onderwerpen als human interest, onderwijsnieuws en informatie over cultuur en sport aan bod. Sax bevat tevens achtergrondverhalen, columns, opinies en interviews.

Naam: Sensor

Instantie: Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Doelgroep: Magazine voor studenten en personeel van de hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

Verschijningsfrequentie: tweewekelijks, 19 keer per jaar

Oplage: 7.000 exemplaren

Verspreiding: gratis, binnen de HAN

Inhoud: Sensor is het hogeschoolmagazine over belangrijke gebeurtenissen en ontwikkelingen binnen en buiten de HAN. En natuurlijk staan er spraakmakende artikelen in over studeren, stagelopen en vrije tijd.

Naam: Splurge

Instantie: Hogeschool Inholland

Doelgroep: Studenten van de Hogeschool Inholland

Verschijningsfrequentie: 5 keer per jaar

Oplage: 20.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis, binnen de hogeschool Inholland

Inhoud: Splurge sluit aan bij wat de hogeschool wil zijn: een eigentijdse onderwijsinstelling die gericht is op de toekomst en open staat voor een diversiteit aan culturen en meningen. Ondernemend, maatschappelijk betrokken, dynamisch en innovatief.

Naam: Trajectum

Instantie: Hogeschool van Utrecht

Doelgroep: HBO-studenten en medewerkers van de Hogeschool van Utrecht.

Verschijningsfrequentie: tweewekelijks, 22 keer per jaar

Oplage: 10.340 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Hogeschool Utrecht.

Inhoud: Trajectum bericht met nieuws- en achtergrondartikelen elke twee weken over relevante ontwikkelingen bij de HU, de stad, cultuur, het studentenleven, de opleidingen van de hogeschool de hoger onderwijs in het algemeen.

Naam: Ublad

Instantie: Universiteit van Utrecht

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Universiteit Utrecht.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 38 keer per jaar

Oplage: 17.000 exemplaren

Verspreiding: 1.000 betaalde abonnementen, 16.000 gratis op de Universiteit Utrecht

Inhoud: In Ublad komt al het wetenswaardige voor de diverse geledingen exclusief aan de orde, opdat een ieder optimaal en actueel geïnformeerd. Daarnaast binden de opiniërende en beschouwende artikelen telkens weer vele lezers aan zich.

Naam: UK

Instantie: Rijksuniversiteit Groningen

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Rijksuniversiteit Groningen.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 38 keer per jaar

Oplage: 20.000 exemplaren

Verspreiding: 1.000 betaalde abonnementen 19.000 Gratis op de Rijksuniversiteit Groningen

Inhoud: UK Groningen bevat actuele informatie, wetenswaardigheden en studiemedelingen. Bovendien heeft deze krant een duidelijk opiniërende functie voor de universitaire gemeenschap.

Naam: Univers

Instantie: Universiteit van Tilburg

Doelgroep: Alle studenten en medewerkers van de Universiteit van Tilburg. Een groot deel van de doelgroep wordt gevormd door afstuderenden in de laatste fase van hun opleiding. Ook bedient Univers met een vaste Engelse pagina de buitenlandse medewerkers en studenten.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 35 keer per jaar

Oplage: 9.100 exemplaren

Verspreiding: Gratis op de Universiteit van Tilburg. Daarnaast hebben veel alumni, gemeentemedewerkers en diverse maatschappelijke en culturele organisaties een abonnement op Univers en ligt het blad in een aantal cafés op de leestafel en bij enkele boekhandels.

Inhoud: een mix van nieuws, human interest, achtergrondverhalen, interviews, opinie en cultuurrecensies weet Univers zowel studenten als medewerkers aan zich te binden. Ook een groeiend aantal mensen 'in de stad' volgt het blad met belangstelling. Kernthema's zijn: hoger onderwijs, onderzoek, de studentenwereld en beroepsperspectieven. Daarnaast signaleert Univers trends, diept maatschappelijke ontwikkelingen uit en doet verslag van het culturele leven in Tilburg. Uiteraard bevat Univers eveneens de officiële mededelingen van de Universiteit van Tilburg: alle gegevens over tentamens, roosters, studieprogramma's, beurzen en reizen zijn hierin opgenomen.

Naam: .unst

Instantie: Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht

Doelgroep: medewerkers en studenten van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Verschijningsfrequentie: 6 keer per jaar

Oplage: 4.000 exemplaren

Verspreiding: gratis verspreid onder medewerkers en studenten van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, en onder externe relaties zoals culturele instellingen, gemeenten en ministeries, maar ook HKU alumni.

Inhoud: gericht op activiteiten en ontwikkelingen binnen de HKU op een laagdrempelige, creatieve en artistieke wijze onder de aandacht te brengen, waarbij een kritische benadering niet geschuwd wordt. .UNST brengt o.a. artikelen over de groeiende aandacht voor projectonderwijs, de toenemende kruisbestuiving tussen verschillende disciplines en studierichtingen, de positionering van de HKU binnen de "creative industry" in Utrecht, heeft een aantrekkelijke leesbaarheid en veel ruimte voor beeld. Het blad bevat tevens praktische

informatie met verwijzingen naar o.a. Internet en intranet en mededelingen van de interne bureaus.

Naam: UT-Nieuws

Instantie: Universiteit van Twente

Doelgroep: Studenten, hoogleraren, docenten, wetenschappelijk en overig personeel van de universiteit.

Verschijningsfrequentie: wekelijks, 40 keer per jaar

Oplage: 9.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis voor personeel en studenten van de UT.

Inhoud: UT-nieuws bericht over onderwijs, onderzoek, samenwerking met het bedrijfsleven beleid en sociaal leven aan de UT, alsmede over landelijke ontwikkelingen op het gebied van hoger onderwijs en de loopbanen van en arbeidsmarkt voor ingenieurs en sociaal-wetenschappers.

Naam: Vox

Instantie: Radboud Universiteit Nijmegen

Doelgroep: Studenten en medewerkers van de Radboud Universiteit Nijmegen.

Verschijningsfrequentie: tweewekelijks, 20 keer per jaar

Oplage: 12.000 exemplaren

Verspreiding: Gratis verspreiding op de campus via Vox-bakken.

Inhoud: In VOX komt al het wetenswaardige geledingen exclusief aan de orde, waardoor iedereen optimaal geïnformeerd is. Daarnaast bevat dit magazine opiniërende en beschouwende artikelen. Naast nieuws en achtergrondverhalen bevat Vox ook een katern Vox Campus dat met name bedoeld is ter ondersteuning van de interne communicatie.