Reflectiewerkstuk

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?

Saskia Geurds, 2143427
Thomas de Heide, 2141592

Fontys Hogeschool Journalistiek, Tilburg
27 mei 2013

Inhoud

Onderzoeksvraag: Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?

Hoofdstuk 1: Toelichting *4*
1.1 Inleiding *4*
1.2 Aanleiding en onderzoeksvraag *4*
1.3 Begrippen onderzoeksvraag definiëren *5*
1.4 Relevantie onderzoek *6*
1.5 Samenvatting *6*

Hoofdstuk 2: Geschiedenis *7*
2.1 Inleiding *7*
2.2 Oprichting COC *7*
2.3 Overzicht homoseksuele tijdschriftpers *8*
2.4 COC-gebonden tijdschriften *8*
2.5 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor mannen *12*
2.6 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor vrouwen *16*
2.7 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor LHBT'ers *18*
2.8 Deelconclusie *19*

Hoofdstuk 3: Huidig aanbod *20*
3.1 Inleiding *20*
3.2 Situatie Nederland *20*
3.2.1 Homobladen voor mannen *20*
3.2.2 Homobladen voor vrouwen *21*
3.2.3 Homobladen voor LHBT'ers *22*
3.2.4 COC-gebonden regiobladen *23*
3.3 Situatie België en Duitsland *24*
3.4 Deelconclusie *24*

Hoofdstuk 4: Verklaringen *25*
4.1 Inleiding *25*
4.2 Doelgroepenquête *25*
4.2.1 Deelconclusie *38*
4.3 Medewerkers homobladen *40*
4.3.1 Tom Smits *41*
4.3.2 Marc Kabbedijk *42*
4.3.3 Tom Haines *43*
4.3.4 Meija Bosma *45*
4.3.5 Maria van Oosten *46*
4.3.6 Deelconclusie *48*
4.4 Externen *49*
4.4.1 Gert Hekma *50*
4.4.2 Rob van Vuure *52*
4.4.3 Marianne Hoogma *53*
4.4.4 Deelconclusie *54*

Hoofdstuk 5: Conclusie *55*
5.1 Inleiding *55*
5.2 Conclusie *55*
5.3 Reflectie Thomas de Heide *57*
5.4 Reflectie Saskia Geurds *59*

Hoofdstuk 6: Taakverdeling *61*
6.1 Inleiding *61*
6.2 Thomas de Heide *61*
6.3 Saskia Geurds *61*

Hoofdstuk 7: Bronnen *62*

Hoofdstuk 8: Bijlagen *66*
8.1 Situatie Duitsland – homobladen voor mannen *66*
8.2 Situatie Duitsland – homobladen voor vrouwen *68*
8.3 Situatie Duitsland – homobladen voor LHBT'ers *68*
8.4 Situatie België – homobladen voor mannen *69*
8.5 Situatie België – homobladen voor LHBT'ers *69*
8.6 Ingevulde enquêtes homoseksuele mannen *70*
8.7 Ingevulde enquêtes homoseksuele vrouwen *100*

Hoofdstuk 1: Toelichting

1.1 Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken wij de aanleiding van ons reflectiewerkstuk en de daarbij behorende onderzoeksvraag. Dit hoofdstuk is van belang om de hoofdvraag te beantwoorden, omdat wij hierin de begrippen uit de onderzoeksvraag definiëren en uiteenzetten welke deelvragen wij hebben opgesteld om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag. In overleg met Jan Hein de Gruijter en Monique Hamers mogen wij dit reflectiewerkstuk samen uitvoeren. Wij hanteren dezelfde onderzoeksvraag, maar zijn allebei verantwoordelijk voor een apart deel in deze reflectie. De homobladen voor vrouwen en alles omtrent homoseksuele vrouwen valt onder de verantwoording van Saskia. Dit geldt hetzelfde voor Thomas, maar hij focust zich op het mannengedeelte. Wij schrijven één conclusie, maar leveren aansluitend een individuele reflectie.

1.2 Aanleiding en onderzoeksvraag

De aanleiding voor dit reflectiewerkstuk is het faillissement[1] van de *Gay Krant* half maart. Wij vroegen ons na het horen van dit nieuws af of met het verdwijnen van deze titel nog andere tijdschriften voor homoseksuelen zouden bestaan. Wij zochten dit uit en wij telden naast de *Gay Krant* nog zes andere titels voor homoseksuelen met een journalistieke insteek. Van deze bladen:

- Richten zes titels zich speciaal op mannelijke homoseksuelen
- Richt één titel zich speciaal op vrouwelijke homoseksuelen
- Richt één titel zich op LBHT'ers (homoseksuele mannen en vrouwen, biseksuelen en transgenders)

Wij vonden deze constatering opmerkelijk, omdat vrouwen meer tijd[2] besteden aan het lezen van tijdschriften dan mannen. In 2005 lazen vrouwen gemiddeld 0,8 uur per week in een blad, tegenover 0,6 uur bij mannen. In Nederland worden 12.221.000 mensen bereikt met tijdschriften. Dit is 87,0 procent van de Nederlandse bevolking (13 jaar en ouder). Van alle mannen leest 84,0 procent tijdschriften en van alle vrouwen 90,0 procent.[3]

[1] Kampen, van A. (2013). *Gay Krant vraagt vandaag na 34 jaargangen faillissement aan*. Binnengehaald op 22 april 2013 van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/03/12/gay-krant-vraagt-vandaag-faillissement-aan/.

[2] Huysmans, F. en Haan, de J. (2010). *Alle kanalen staan open: de digitalisering van mediagebruik* (pp. 39-42). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

[3] NOM PrintMonitor 2012-I - 2012-II, Media Standaard Survey (MSS). Binnengehaald op 25 april van http://www.magazines.nl/nl/research-en-results/bereik.

In de tweede week van april werd bekend dat de *Gay Krant* een doorstart[4] zal maken bij een nieuwe uitgever en een andere verschijningsfrequentie krijgt. Onze interesse was na het ontdekken van het grote verschil in aanbod tussen mannelijke en vrouwelijke homobladen inmiddels dermate gegroeid dat wij ons reflectiewerkstuk aan dit onderwerp besloten te koppelen.

Onze onderzoeksvraag luidt:

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?

Om deze onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden hebben wij onderstaande deelvragen opgesteld:

Deelvraag:	*Komt aan bod in:*	*Hoofdstuk bestaat uit:*
Was de situatie vroeger anders?	Hoofdstuk 2: Geschiedenis	• Geschiedenis homobladen • Homobeweging
Hoe ziet de markt eruit?	Hoofdstuk 3: Huidig aanbod	• Situatie Nederland • Situatie België en Duitsland
Welke verklaringen zijn er voor het grote verschil in aanbod van homobladen voor mannen ten opzichte van homobladen voor vrouwen?	Hoofdstuk 4: Verklaringen	• Doelgroepenquête • Hoofdredacteuren/uitgevers homobladen • Externen

1.3 Begrippen onderzoeksvraag definiëren

Om eventuele onduidelijkheid over het begrip ‘homo’ in onze onderzoeksvraag te voorkomen geven wij hieronder de definitie van ‘homo’ zoals wij het begrip in dit reflectiewerkstuk hanteren:

Het zelfstandig naamwoord ‘homo’ is een afkorting van ‘homoseksueel’. Dit woord houdt in: seksueel gericht op het eigen geslacht[5].

In dit reflectiewerkstuk betrekken wij het begrip homo/homoseksueel zowel op mannen als vrouwen. In de onderzoeksvraag spreken wij immers over ‘homobladen’. Wanneer wij ook nog het begrip lesbisch zouden gaan gebruiken, schept dit onnodige onduidelijkheid. Door voor één centraal begrip te kiezen wordt dit voorkomen.

Onder ‘homobladen’ verstaan wij alle tijdschriften voor homoseksuele mannen of vrouwen met een journalistieke insteek, die verkrijgbaar zijn in de reguliere tijdschriftwinkels of gratis verspreid worden op homolocaties.

[4] Huiskamp, F. (2013). *Gay Krant maakt doorstart, wordt een maandelijks opinieblad*. Binnengehaald op 22 april van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/04/09/gay-krant-maakt-doorstart-wordt-een-maandelijks-opinieblad/.

[5] Bartels, T. en Versteegen, J. (2005). *Homo-encyclopedie van Nederland* (p. 42). Amsterdam: Anthos.

In dit onderzoek spreken wij verder van:
• Homoseksuele mannen / homomannen; dit zijn mannen die op mannen vallen.
• Homoseksuele vrouwen / homovrouwen, dit zijn vrouwen die op vrouwen vallen.
• LHBT'ers, dit zijn zowel homoseksuele mannen als vrouwen, biseksuelen en transgenders.
• Homobladen voor mannen; dit zijn tijdschriften voor homoseksuele mannen.
• Homobladen voor vrouwen, dit zijn tijdschriften voor homoseksuele vrouwen.

1.4 Relevantie onderzoek

Dit reflectiewerkstuk is interessant voor zowel journalisten als mediabedrijven. Voor journalisten omdat marktdenken voor hen steeds belangrijker wordt. Daarnaast leren ze door dit reflectiewerkstuk de behoeften van homoseksuele lezers te ontdekken. Voor mediabedrijven omdat zij kunnen zien waar kansrijke markten zich bevinden en hoe zij daar als bedrijf op in kunnen spelen.

1.5 Samenvatting

In dit hoofdstuk hebben wij laten zien wat de aanleiding is van dit reflectiewerkstuk (faillissement *Gay Krant*). Ook hebben wij onze onderzoeksvraag (waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?) gepresenteerd in combinatie met bijbehorende deelvragen. Verder is toegelicht hoe wij de begrippen 'homo/homoseksueel' en 'homobladen' uit de onderzoeksvraag in dit reflectiewerkstuk hanteren. Tot slot hebben wij de relevantie (marktdenken, lezersbehoeften, kansrijke markten en hoe daarop in te spelen) van dit onderzoek toegelicht.

Hoofdstuk 2: Geschiedenis homobladen

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk brengen wij de geschiedenis van de Nederlandse homoseksuele tijdschriftpers in kaart. Als eerste behandelen wij de bladen die aan het toenmalige Cultuur en Ontspanningscentrum (COC) verbonden waren. Tegenwoordig heet deze vereniging De Federatie van Nederlandse Verenigingen tot Integratie van Homoseksualiteit COC Nederland (COC). Het is de oudste en nog steeds bestaande organisatie voor LHBT'ers in Nederland[6]. Deze organisatie maakt zich hard voor de rechten van LHBT'ers en één van de belangen is het geven van informatie. Zodoende geeft het COC al vanaf de oprichting in 1940 tijdschriften uit die naar alle leden gestuurd worden. Het COC is ontstaan vanuit de lezerskring van *Levensrecht* (zie 2.4.1), het eerste tijdschrift na het eenmalige *WIJ*. Een overzicht van de COC-gebonden tijdschriften draagt bij aan ons onderzoek omdat we zo kunnen onderzoeken in hoeverre het verschil in aanbod van homobladen voor homoseksuele mannen en vrouwen in de basis al bestond.

Daarnaast brengen wij in dit hoofdstuk ook de niet COC-gebonden homobladen voor homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen in kaart vanaf het eerste magazine in 1932. Ook analyseren wij het ontstaan van alle homobladen; wat is/zijn de reden(en) waarom deze bladen op de markt gebracht zijn? Wie zaten er achter de titels? Onafhankelijk uitgevers, (politieke) groepen of sponsoren bijvoorbeeld. Met het verkrijgen van deze gegevens kunnen wij onderzoeken of en wat voor partijen achter de bladen zaten. Dit zou een verklaring kunnen geven over de verhouding tussen de homobladen voor mannen en voor vrouwen.

2.2 Oprichting COC

Het COC is voortgekomen uit de lezerskring van het tijdschrift *Levensrecht.* Dit blad is door homoseksuelen mannen opgericht in 1940 en had ook als doelgroep homoseksuele mannen. Tijdens het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog onderbrak de redactie haar werkzaamheden onmiddellijk. Homomannen vreesden voor de nazi's en zodoende verdwenen het laatste nummer van mei en resten van de eerste twee nummers in de Amsterdamse grachten. Zo werd ook het adresbestand vernietigd[7]. Na de Tweede Wereldoorlog gingen de homomannen die in 1940 met het blad *Levensrecht* gestart waren, door met hun activiteiten. Zodoende richtten zij in 1946 in een Amsterdams café de Shakespeareclub op. Deze organisatie werd in 1949 omgedoopt tot Cultuur en Ontspanningscentrum. De club bood cultuur en ontspanning voor homomannen en lesbische vrouwen en daarnaast was de club ook een voorvechter van sociale emancipatie. Vrouwen waren in 1959 ver in de minderheid [8], want slechts dertien procent van de COC-leden was vrouw[9]. Sinds 1971 heet het COC officieel *Nederlandse Vereniging tot Integratie van Homoseksualiteit COC.*

---

[6] N.N. (2013). *Over ons. In actie voor LHBT'ers.* Binnengehaald op 6 mei 2013 van: http://www.coc.nl/over-ons.

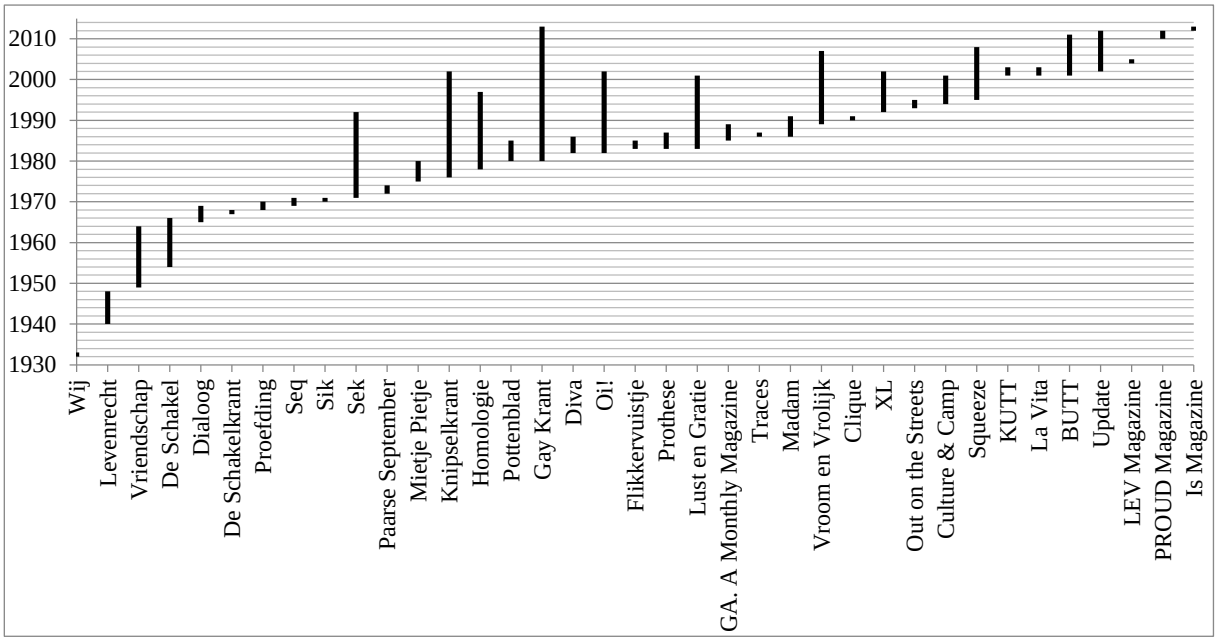
[7] Hekma. G. (2004). *Homoseksualiteit in Nederland van 1730 tot de moderne tijd* (p. 95). Amsterdam: Meulenhoff.

[8] Hekma. G. (2004). *Homoseksualiteit in Nederland van 1730 tot de moderne tijd* (p. 101). Amsterdam: Meulenhoff.

[9] N.N. (2013). *COC Praatje.* Binnengehaald op 8 mei 2013 van: www.homoinfo.nl/downloads/voorlichting/COC%20Geschiedenis.doc.

2.3 Overzicht homoseksuele tijdschriftpers

Onderstaand overzicht van de homoseksuele tijdschriftpers heeft zowel betrekking op de COC-gebonden tijdschriften als bladen die niet tot het COC behoorden. Verderop in dit hoofdstuk worden alle titels uit de geschiedenis nog specifiek toegelicht.



2.4 COC-gebonden tijdschriften

Deze paragraaf geeft een overzicht van de COC-gebonden tijdschriften van vroeger tot nu. Wij plaatsen dit overzicht om zodoende een duidelijk beeld te krijgen van de ontwikkeling van COC-gebonden tijdschriften onder homomannen en vrouwen.

2.4.1 Levensrecht[10] (1940, 1946-1948)
In 1940 kwamen achttien mannen bijeen bij de oprichtingsvergadering van het tijdschrift *Ons Leven.* Twee maanden later verschijnt het eerste nummer, maar dan onder de naam *Levensrecht*[11]. *Levensrecht* werd opgericht om voor homoseksuele belanghebbenden als 'geestelijk verzamelpunt' te dienen. Het blad publiceerde onder andere literaire teksten en vertaalde gedichten. De eerste editie had een oplage van 300 stuks. Uit angst voor de Duitsers werd het derde nummer vernietigd, maar na de Tweede Wereldoorlog in 1946 gingen de werkzaamheden weer door. Levensrecht kreeg als ondertitel: *Levensrecht. Maandblad voor vriendschap en vrijheid van het Cultuur- en ontspanningscentrum Shakespeare Club.* De zedenpolitie en justitie vonden dat het blad en de club de zedelijkheid in gevaar brachten en dus staakte men in 1948 noodgedwongen de uitgave van *Levensrecht*[12]. Het vervolg op *Levensrecht* heette vanaf 1948 *Maandbericht* en vanaf 1949 *Vriendschap. Maandbericht* leek erg veel op zijn voorganger *Levensrecht* en verscheen van mei tot en met december in 1948.

[10] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 227). Amsterdam: Anthos.

[11] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 61). Utrecht: Homostudies Utrecht.

[12] N.N. (2013). *COC Praatje.* Binnengehaald op 8 mei 2013 van: www.homoinfo.nl/downloads/voorlichting/COC%20Geschiedenis.doc.

2.4.2 Vriendschap[13] (1949-1964)
Het blad *Vriendschap* was tot 1964 het officiële maandblad van het COC. Hoewel het COC een organisatie voor homoseksuele mannen én vrouwen is, komen vrouwen in zowel *Vriendschap* als *Maandbericht* en *Levensrecht* nauwelijks aan het woord. Het aantal vrouwelijke COC-leden blijft in de jaren vijftig klein; zeven procent in 1953 en dertien procent in 1959.[14]

In het februarinummer van 1949 komen er voor het eerst vrouwen aan het woord in *Vriendschap*:

"De klacht dat er nooit iets voor ons bij staat in 't maandblad, duidt niet zozeer op een gebrek aan aktiviteiten, maar meer op onze laksheid. Steek zelf eens de handen uit de mouwen[15]*."*

In het decembernummer van *Vriendschap* schrijft Ton Dana het volgende over de onderdrukking van vrouwen binnen het COC:

"(...) de beruchte cirkel, de vrouw, die door haar plaats in de maatschappij niet vrij en aktief kan zijn en die in het COC zich weer in een mannenbeweging weet, waar de man bewust of onbewust, baas in eigen huis wil blijven. Tussen mannen en vrouwen in het COC zijn kennelijk weinig aanrakingspunten[16]*."*

Vanaf 1961 komen er voor het eerst geregeld vrouwen aan het woord in *Vriendschap*[17]. Karin Storm is daar een voorbeeld van. Onder de kop Klanken uit Lesbos (KUL) plaatste ze elke editie vier pagina's met onder meer gedichten, verhalen en beschouwingen. De naam Klanken uit Lesbos werd later veranderd in Sirene.

2.4.3 De Schakel[18] (1954-1966)
De Schakel werd vanaf 1954 als bijlage bij het blad *Vriendschap* uitgegeven. *De Schakel* was het interne mededelingenorgaan van het blad *Vriendschap*. Ook stonden er contactadvertenties ('Schakeltjes') in. In 1965 werden *De Schakel* en *Vriendschap* samengevoegd tot een nieuw tijdschrift: *De Schakel. Maandblad van de Nederlandse Vereniging van Homofielen C.O.C. De Schakel* kreeg vanaf toen de officiële functie als intern maandblad van het COC. Tot 1966 verschijnt *De Schakel* en daarna krijgt het tijdschrift de naam: *De Schakelkrant* (zie 2.4.5.).

2.4.4 Dialoog[19] (1965-1967, 1969)
Het COC wilde meer aansluiting met de buitenwereld en dus verscheen *Dialoog* voor de dialoog met de buitenwereld. 'De kleine kring' was een actieve groep binnen het COC en richtte het blad op. Het

---

[13] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 232-233). Amsterdam: Anthos.

[14] N.N. (2013). *COC Praatje*. Binnengehaald op 8 mei 2013 van: www.homoinfo.nl/downloads/voorlichting/COC%20Geschiedenis.doc.

[15] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 64). Utrecht: Homostudies Utrecht.

[16] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 64). Utrecht: Homostudies Utrecht.

[17] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.115). Amterdam: Ambo/Anthos.

[18] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 230-231). Amsterdam: Anthos.

[19] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 222). Amsterdam: Anthos.

blad had als doel sleutelfiguren in de maatschappij te beïnvloeden. Omdat de redactie toch meer een blad voor homoseksuelen wilde maken, werd het blad stopgezet.

2.4.5. De Schakelkrant[20] (1967-1968)
Dit blad was de opvolger van *De Schakel* en verscheen op groot formaat. Nadat het blad *Dialoog* stopte, was *De Schakelkrant* in 1968 het enige COC-tijdschrift. Nog steeds kwamen vrouwen nauwelijks aan het woord en in 1968 verscheen er voor het eerst een cover met daarop twee zoenende mannen. De redactieleden waren al op leeftijd en dus besloten ze na een jaar al te stoppen met het uitgeven van *De Schakelkrant.*

2.4.6. Seq[21] (1969-1971)
Seq is de opvolger van *De Schakelkrant* en werd in 1969 het nieuwe COC-orgaan. *Seq* was naar eigen zeggen geen strijd- of probleemblad. *Seq* wilde een redelijk blad zijn voor redelijk denkende mensen en die hoefden niet eens homoseksueel te zijn[22]. De verschijningsfrequentie van *Seq* was maximaal acht edities per jaar, maar dat werden er in 1971 vijf. Het blad onderscheidde zich van zijn voorgangers door zijn gedurfde en luxe uitstraling. De groep *Nieuwe Lila* had veel invloed op het blad *Seq*. *Nieuwe Lila* was een actiegroep die het COC wilde hervormen in een meer politieke en maatschappijkritische richting. Volgens hen was niet homoseksualiteit een probleem, maar de maatschappelijke veroordeling ervan. In 1971 werd het COC volgens de actiegroep[23] inderdaad maatschappijkritischer en daarom stopte de groep te bestaan. *Seq* wilde zich commercieel exploiteren, maar dat mislukte en dus werd de titel opgeheven.

2.4.7 Sik[24] (1970-1971)
Net als het tijdschrift *Seq* opereerde ook het blad *Sik* onder invloed van de actiegroep *Nieuwe Lila*. Dit blad speelde net als *Seq* en *Dialoog* een belangrijke rol bij de koerswijziging van het COC, maar toch stopte het na het vijfde nummer van 1971 te bestaan.

2.4.8 Sec/Sek[25] (1971-1992)
Na de ondergang van *Seq* en *Sik*, verscheen het tijdschrift *Sec* in 1971. *Sec* (vanaf 1974 *Sek*) verscheen iedere vier weken en was het informatiebulletin van het COC. De redactie bestond wederom alleen uit mannen. Pas in 1972 traden de eerste vrouwen toe tot de redactie, maar de verhouding bleef, net als bij de eerdere COC-bladen, scheef. Dit was niet alleen terug te zien in de samenstelling van de redactie, maar ook in de artikelen van het blad. *Sec* was niet provocerend (geen naakte mannen in het blad) en werd goedkoop geproduceerd. Vanaf 1979 was *Sek* ook los verkrijgbaar. Daardoor werd het blad commerciëler. De ondertitel luidde: *Sek. Lesbisch/homo-blad.* Het feminisme marcheerde nog steeds binnen en daarom veranderde er in 1979 een en ander in het tijdschrift[26]. *Sek* kreeg, zoals eerder in het

[20] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 230). Amsterdam: Anthos.

[21] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 229-230). Amsterdam: Anthos.

[22] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 67). Utrecht: Homostudies Utrecht.

[23] Schijndel, B. Van. en Tielman, R. (2005). *Politiek: Stem roze!* In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 44). Amsterdam: Anthos.

[24] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 231). Amsterdam: Anthos.

[25] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 230). Amsterdam: Anthos.

[26] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.115). Amterdam: Ambo/Anthos.

COC-blad *Vriendschap*, een eigen pottenpagina, maar wegens een vernieuwde opzet van het blad, verdween deze pagina weer na een jaar. Na een aantal andere mislukte pogingen om de man-vrouwverhouding in balans te krijgen, stapten alle vrouwelijke redactieleden van *Sek* in 1981 uit de redactie. Zij richtten een eigen tijdschrift op: *Diva* (zie 2.6.3). In 1983 traden er weer een aantal vrouwen toe tot de redactie van *Sek* en zodoende verscheen er eind dat jaar een nummer dat uitsluitend ging over politiek voor homoseksuele vrouwen. De redactie kreeg zelfs een aparte mannen- en vrouwenredactie. *Sek* schreef voornamelijk over onderwerpen als politiek, vrouwenstrijd, emancipatie en mannenbewegingen. Toch lukte het de vrouwen niet om de verhouding in balans te brengen en dus was de situatie in 1984 weer hetzelfde als voorheen: de redactie bestond alleen uit mannen. Het blad nam in 1992 afscheid en maakte plaats voor zijn opvolger *XL*.

2.4.9 Knipselkrant[27] (1976-1983, 1989-2002)
De *Knipselkrant* bestond uit artikelen die eerder gepubliceerd waren in internationale bladen voor homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen. Vanaf 1979 verschijnt het tijdschrift tweemaandelijks op A4-formaat. Het blad werd uitgegeven door het COC, en later in 1988 ook in samenwerking met het Centrum Anti-Discriminatie Homoseksualiteit en Homostudies Utrecht. Vanaf 1992 werd de *Knipselkrant* weer uitgegeven door het COC in Amsterdam. Het verscheen niet meer structureel, maar onregelmatig (soms drie, soms meer nummers per jaar). Na juni 2002 zijn er geen nummers meer uitgegeven en dus stopte de *Knipselkrant* te bestaan. De *Knipselkrant* had maar een oplage van 300 exemplaren en dat kwam onder andere door de prijs (12,50 gulden) en daarnaast werd het blad niet automatisch verzonden naar COC-leden[28].

2.4.10 XL[29] (1992-2002)
Sek verdween en vervolgens werd *XL* in 1992 de spreekbuis van het COC. Tien jaar lang berichtte *XL* over politiek, cultuur en media. Op de cover van *XL* stond afwisselend een man of een vrouw en ook de redactie was gemend[30]. In 1992 verschenen zeven nummers, gevolgd door elf nummers per jaar vanaf 1993. *XL* draaide op vrijwilligers, maar het blad kreeg wel ondersteuning vanuit het COC: er was een betaalde hoofd- en eindredacteur. In het blad kwamen regelmatig prominente hetero's aan het woord met hun meningen over homoseksualiteit. Inhoudelijk had *XL* iets weg van het vroegere COC-blad *Dialoog*. Vanaf 1997 verscheen *XL* zes keer per jaar op kleiner formaat (voorheen: groter tabloidformaat). Ondanks het formaat bleef het blad wel *XL* (Extra Large) heten. In 2000 werd het formaat van *XL* nog iets kleiner, en zo werd ook de kwaliteit van het papier slechter. Hoofdredacteuren gaven aan dat ze het moeilijk vonden om zowel voor vrouwen als voor mannen te schrijven:

"Veel vrouwen zegden hun abonnement op omdat het te veel op mannen zou zijn gericht en vica versa[31]."

Het COC-bestuur wilde in 2002 meer fungeren als spreekbuis voor de vereniging en dus werd *XL* opgeheven. Het blad werd vervangen door een soort folder met de naam *COC Update*.

---

[27] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 227). Amsterdam: Anthos.

[28] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 70). Utrecht: Homostudies Utrecht.

[29] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 234). Amsterdam: Anthos.

[30] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.115). Amterdam: Ambo/Anthos.

[31] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 234). Amsterdam: Anthos.

2.4.11 Update[32] (2002-2012*)*
Update was de opvolger van *XL*. Het blad verscheen vier keer per jaar op glossypapier en bevatte vooral korte artikelen en aankondigingen over onder andere de activiteiten van homorechten organisaties. Leden van het COC ontvingen *Update* 'gratis' bij de ledenprijs van 42,50 euro. In verband met te hoog oplopende kosten heeft het COC besloten *Update* op te heffen. De exit van *Update*, betekende niet dat het COC ook stopte met verschaffen van informatie. Volgens Kim Meeuwissen[33], medewerker van COC, brengt de organisatie haar nieuws voortaan digitaal via social media en de site. Ook wordt er ieder jaar een jaarverslag uitgegeven.

2.5 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor mannen

2.5.1 WIJ[34] (1932)
Het eerste blad voor homoseksuele mannen in Nederland was tijdschrift *WIJ*. De ondertitel luidde: 'Een blad voor ons'. De titel werd opgericht met als doel het stichten van de homovereniging Nederlandse Vereeniging voor Menschenrecht. *WIJ* kwam echter niet verder dan één nummer, omdat het café, waar ook de redactie gevestigd was, na een politie-inval gesloten werd. Met de inval kwam ook een einde aan de poging om een homovereniging op te richten.

2.5.2 Proefding[35] (1968-1970)
Proefding werd gefinancierd door de Nederlandse Vereniging voor Seksuele Hervorming (NVSH). De titel was na *WIJ* het eerste landelijke homoblad buiten het COC. Boudewijn Büch maakte deel uit van de redactie. *Proefding* startte op A4-formaat, maar al snel werd het formaat kleiner (A5). Uitgever van het blad was de Federatie van Studenten Werkgroepen Homoseksualiteit (FSWH).

2.5.3 Flikkerlicht (1975-1977), *Mietje, Mietje Pietje*[36] (1977-1980)
Halverwege de jaren zeventig was het de tijd van radicale flikker- en lesbische groepen. Als reactie op het COC werd *Flikkerlicht* opgericht. Het blad kwam vier keer per jaar uit en telde veertig pagina's. De eerste nummers verschijnen op A3-formaat, daarna wordt *Flikkerlicht* uitgebracht op A5. Vanaf 1977 werd het magazine voortgezet als *Mietje.* In het tijdschrift speelde literatuur een vooraanstaande rol. In april 1980 verschenen, naar aanleiding van het festival 'Mannen, nietwaar?' nog twee nummers van het blad onder de naam *Mietje Pietje*. Daarna stopte de titel.

2.5.4 Homologie[37] (1978-1997)
Homologie was een informatietijdschrift op het gebied van homostudies. De titel ontstond naar aanleiding van een bijeenkomst van homoseksuele studenten en medewerkers van de universiteiten van Amsterdam en Utrecht. Het magazine was voor de diverse vakgroepen een platform voor de coördinatie van wetenschappelijk onderzoek op het gebied van homoseksualiteit. *Homologie* groeide in oplage en ging zich op een breder publiek richten. Vanaf 1982 konden lezers via het blad

[32] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.115). Amterdam: Ambo/Anthos.

[33] Meeuwissen, K. (persoonlijke communicatie, 16 mei, 2013).

[34] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 233). Amsterdam: Anthos.

[35] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 229). Amsterdam: Anthos.

[36] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 223, 227-228). Amsterdam: Anthos.

[37] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 226-227). Amsterdam: Anthos.

homoboeken bestellen. Door financiële tegenslagen stopte *Homologie* in 1997.

2.5.5 Gay Krant[38] (1980-2013)
De Eindhovense gaybar Du Masher kwam als grap met *Gay Krant*. De grap sloeg aan en de krant maakte een stormachtige groei door met Henk Krol als hoofdredacteur. Hij zou deze functie ruim twintig jaar vervullen. Het blad startte als een A5-krant. Vanaf 1982 verscheen de krant op tabloidformaat om in 2000 over te schakelen naar A4. In 2007 verscheen de krant als *GK Magazine* met een glossy uitstraling, maar in 2010 keerde de titel terug naar het eerder gehanteerde tabloidformaat. Het belangrijkste aandachtsgebied van *Gay Krant* was het bevorderen van de emancipatie van homoseksuelen, zoals de invoering van het homohuwelijk. In het voorjaar van 2013 kwam abrupt een einde aan het bestaan van het blad dat werd uitgegeven door de Best Publishing Group BV; de titel werd failliet verklaard. Een aantal weken later werd bekend dat *Gay Krant* onder leiding van website *Gay.nl*, tv-zender *Out TV* en glossy *Winq* een doorstart maakt als maandelijks opinieblad[39]. Het eerste nummer moet in augustus verschijnen.

2.5.6 Sjalhomo / Oi![40] (1982-2002)
Sjalhomo was het tijdschrift voor joodse homoseksuelen. Het blad maakte onderdeel uit van de gelijknamige homo-organisatie. De titel richtte zich op de problemen en mogelijkheden van bewust homo én jood zijn. In 1991 veranderde de naam van het tijdschrift in *Oi!*. Gedurende de bestaansperiode werd het magazine steeds professioneler en verliet het blad het uiterlijk van enkele geniete losse bladen.

2.5.7 Flikkervuistje[41] (1983-1985)
Het tijdschrift *Flikkervuistje* werd in 1983 opgericht om iedereen te kunnen informeren die op de hoogte wil blijven van homo- en pedo-acties in Den Haag en omgeving. *Flikkervuistje* maakte deel uit van de gelijknamige homogroep en verscheen gestencild op A4-formaat. De beweging wilde 'knokken voor een maatschappij waarin ieder mens, man of vrouw, zich optimaal en veelzijdig kan ontwikkelen zonder een ramp te zijn voor zijn of haar medemensen of natuurlijke omgeving'.

2.5.8 Prothese[42] (1983-1987)
Het tegendraadse magazine *Prothese* bond de strijd aan met het 'tamme' tijdschrift *Sek*, dat tot het COC behoorde. Naast satirisch-kritische stukken, publiceerde het blad ook artikelen zonder deze toon. *Prothese* verscheen eens per twee maanden en profileerde zich als magazine over politiek en seksualiteit.

2.5.9 GA. A Monthly Gay Magazine[43] (1985-1989)
Dit tijdschrift begon onder de naam *GA Gay Amsterdam* als gratis maandelijkse gids voor de Amsterdamse homowereld. De gids verscheen op A5-formaat. In 1986 veranderde de opzet: het blad

[38] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 224-225). Amsterdam: Anthos.

[39] Huiskamp, F. (2013). *Gay Krant maakt doorstart, wordt een maandelijks opinieblad*. Binnengehaald op 22 april van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/04/09/gay-krant-maakt-doorstart-wordt-een-maandelijks-opinieblad/.

[40] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 231). Amsterdam: Anthos.

[41] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 223). Amsterdam: Anthos..

[42] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 229). Amsterdam: Anthos..

[43] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 223-224). Amsterdam: Anthos.

werd tweetalig (Engels en Nederlands) en werd gedrukt op een groter papierformaat. Het blad, vanaf dan *GA. A Monthly Gay Magazine* geheten, werd een betaald tijdschrift. Vlak voordat het nummer in 1989 plots stopte, droeg de titel de naam *GA. Gay Agenda Magazine*. Tijdens de gehele verschijningsperiode was het blad onafhankelijk.

2.5.10 Traces[44] (1986-1987)
Traces onderscheidde zich van andere homobladen door het nauwelijks over homoseksualiteit te hebben. De redactie bestond echter uit homoschrijvers – en kunstenaars. Er bleek geen markt voor *Traces* te zijn en het magazine verdween.

2.5.12 Clique[45] (1990-1991)
Telefoonlijnexploitant Invitel Productions startte in 1990 het tijdschrift *Clique*, dat vooral bedoeld was als advertentiemedium. Na vijf nummers stopte *Clique*. Dit was precies een jaar na de lancering.

2.5.13 Trash in the Streets (1993-1994), *Out on the Streets*[46] (1995)
Het gratis Amsterdamse tijdschrift *Trash in the Streets* had homotoeristen als belangrijkste doelgroep en was volledig in het Engels geschreven. Het blad richtte zich op het kinky homo-uitgaansleven. Later verschenen er ook Nederlandse teksten in het blad. Nadat oprichter en hoofdredacteur Tony DeRosa in 1994 overleed, ging het blad verder als *Out on the Streets* met 'Amsterdam's Free Gay Newspaper' als ondertitel. Met de naamsverandering veranderde ook de opzet: er werden in het blad meer Nederlandse artikelen gepubliceerd. Vanaf 1995 ging *Out on the Streets* over in *Gay News Amsterdam* (zie 3.2.1.3).

2.5.14 Rainbow (1994), *Rainbow Magazine* (1995-1997), *Culture & Camp*[47] (1997-2001)
In 1994 werd een tweede blad voor homotoeristen in Amsterdam gelanceerd: *Rainbow*. Het blad droeg 'Amsterdam's English Gay News' als ondertitel. Na vier nummers stopte het dunne krantje en volgde *Rainbow Magazine* het blad op. De opzet was anders door te focussen op Nederlands, met af en toe nog een Engelse tekst. Zijn derde jaargang startte het blad met de nieuwe titel *Culture & Camp*, omdat Rainbow Pockets een kort geding wilde aanspannen: de namen van de twee bedrijven leken te veel op elkaar. Door het gebruik van een betere papiersoort verdween het krantenimago. *Culture & Camp* kreeg de ondertitel 'cultureel maandblad voor homoseksueel Nederland'. De frequentie werd maandelijks en het magazine werd grotendeels in full colour gedrukt. In tegenstelling tot andere homobladen wilde de titel zich niet als 'wij homoseksuelen' presenteren. Het blad poogde daarentegen de algemene cultuur vanuit homoseksueel gezichtspunt te belichten.

2.5.15 Squeeze[48] [49] (1995-2008)
sQueeze (in 2001 veranderde de naam in *Squeeze*) was de eerste commerciële homoglossy in Nederland die vanuit een marketingoogpunt werd gelanceerd. *Squeeze* startte met zes nummers per

[44] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 231-232). Amsterdam: Anthos.

[45] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 221). Amsterdam: Anthos.

[46] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 228-232). Amsterdam: Anthos.

[47] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 222-229). Amsterdam: Anthos.

[48] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 231). Amsterdam: Anthos..

[49] Spinhoven, S. (2008). *Winq neemt abonnees Squeeze.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.adformatie.nl/nieuws/bericht/winq-neemt-abonnees-squeeze-over/.

jaar. In 2001 ging de frequentie omhoog naar acht keer per jaar. De titel maakte als eerste homoblad afspraken met grote adverteerders en nam monsters van producten op in zijn nummers. *Squeeze* kenmerkte zich door glossy fotografie, korte teksten en veel mode-, cosmetica- en shownieuws. Halverwege 2008 kwam er een einde aan Squeeze, dat geplaagd werd door financiële tegenslagen. *Winq* (zie 3.2.1.6) nam het abonneebestand over.

2.5.16 BUTT[50] [51] [52] (2001-2011)
BUTT was het alternatieve tijdschrift voor homoseksuele mannen en werd gedrukt op roze krantenpapier. De titel toonde veel ruwe, behaarde naakte mannen die niet aan het stereotype homoseksuele man voldeden. *BUTT* verscheen vier keer op jaarbasis en was geheel in het Engels. Het magazine bracht een grote diversiteit aan geïnterviewden: van bekende homoartiesten en –kunstenaars tot onbekende namen. In 2006 brachten de makers van het blad in samenwerking met uitgeverij Taschen een boek uit dat dezelfde naam draagt als het blad. Eind 2011 verscheen het laatste nummer en ging *BUTT* verder op internet. De vrouwelijke tegenhanger van deze 'rauwe' titel was *KUTT* (zie 2.6.6).

2.5.17 PROUD Magazine[53] (2010-2012)
PROUD Magazine was, naar eigen zeggen, het eerste gay-minded lifestyle magazine van Nederland. De titel verscheen elke twee maanden en bracht artikelen over gadgets, theater, living, style, body en fashion. In tegenstelling tot de meeste andere homobladen interviewde *PROUD Magazine* ook niet-homoseksuele mannen. Met die aanpak wilde het tijdschrift zowel de gay community aanspreken als iedereen die zich hiermee kan identificeren. In de zomer van 2012 verscheen het laatste nummer van *PROUD Magazine*.

2.5.18 Overige bladen
Buiten de bladen die hierboven genoemd zijn, ontstonden ook een aantal kleinere titels. De hieronder genoemde magazines kenden slechts een aantal uitgaven[54]:

• *Flikkerkrant*. Opgezet door de Nijmeegse groep De Rooie Flikker in 1975 in samenwerking met het veel gematigder Nijmeegse Jongeren Werkgroep Homoseksualiteit).
• *De Roze Vuist*. Opgezet door de PVDA-homogroep in 1979.
• *De verkeerde k(r)ant*. Opgezet door de radicale flikkergroep De Roze Driehoek in 1979.
• *PSP-Homonieuws* later *Bevrijding* geheten. Opgezet door de PSP-homogroep in 1979.
• *Downtown Magazine*. Opgezet als podium voor gevestigde en onbekende kunstenaars uit de mode- en fotografiewereld in 1980.
• *Keerkring.* Opgezet door het Landelijk Verband van Kringen voor Homofiele Mensen in 1980.
• *ABOP-Homoblad*. Opgezet door de Onderwijsvakbond van de FNV in 1981.
• *Suho-Krant*. Opgezet voor Surinaamse homoseksuelen in 1981.
• *Fasade*. Een tijdschrift voor sadomasochistische mannen. Van deze titel, die werd opgezet in 1983, verscheen slechts één nummer.
• *Nieuwsbrief van de homogroep*. Opgezet door het Humanistisch Verbond in 1983.

---

[50] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (p. 221). Amsterdam: Anthos.

[51] Junes, T. (2011). *BUTT Magazine stopt*. Binnengehaald op 13 mei 2013 van: http://www.zizo-magazine.be/node/177.

[52] Keijser, L. (2006). *Butt-boek met behaarde billen en mollige jongen*. Binnengehaald op 13 mei 2013 van: http://vorige.nrc.nl/kunst/article1741482.ece.

[53] N.N. (2012). *PROUD Magazine*. Binnengehaald op 24 mei 2013 van: https://twitter.com/proud_magazine.

[54] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (pp. 73, 78-81). Utrecht: Homostudies Utrecht

• *Raffia*. Opgezet door de landelijke werkgroep homojongeren in 1983.
• *A Dutch Magazine* bleef bij een nulnummer in 1984. Het blad zette zich niet neer als een openlijk homoblad, maar richtte zich wel duidelijk op homoseksuele mannen.

2.6 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor vrouwen

2.6.1 Paarse September[55] (1972-1974)
Net als de vrouwen van Groep 7152 ontstond de radicale groep Purperen Mien[56] ook na een contactadvertentie in *Vrij Nederland*. Zo zag deze contactadvertentie er uit:

"Twee vriendinnen, het COC en andere contact- en opvangmogelijkheden beu (contact maak je niet, opvang is niet ons probleem en anyway they do a male thing) zoeken vrouwen tussen 18-95 jaar, al dan niet met ideeën, om te komen tot een hip en pienter sfeertje[57]*."*

De vrouwen die uiteindelijk na bovenstaande contactadvertentie bij elkaar kwamen, wilden dat hetero-organisaties ook aandacht zouden geven aan een invalshoek voor homoseksuele vrouwen. Daarnaast wilden de (Amsterdamse) vrouwen van *Purperen Mien* praten met het COC over de oorzaak van het (geringe) aantal vrouwen binnen de vereniging. *Purperen Mien* wilde onafhankelijk van de homo- en vrouwenbeweging opereren. Ze waren autonoom en beoefenden daardoor invloed uit op beide bewegingen. In 1972 stapten vijf vrouwen uit de groep en gingen vier vrouwen verder onder de naam *Paarse September*[58]. Onder die naam verscheen in oktober 1972 hun eerste tijdschrift. Na zes nummers stopte het blad in april 1974. *Paarse September* bestond uit agressieve stukken, doordringende vragen en ingezonden brieven. Alles wat het blad zei was provocerend ten opzichte van de heterobeweging. Ook gaf *Paarse September* het COC, het blad *Opzij* en gedragstherapeuten de wind van voren. De oprichters vonden de houding van het COC en *Opzij* tegenover de maatschappij niet goed en gingen in protest. Toen *Paarse September* ophield te bestaan, gaven homovrouwen hun emancipatiestrijd echter niet op. Zo ontstonden er nieuwe groepen die zich in het strijdperk bevonden. Dat waren onder andere De Dochters van Bep, waarin ook vrouwen van Paarse September meewerkten, D Zondagskinderen en Lesbian Nation. Deze groepen zetten de discussie die *Paarse September* het leven in had gebracht voort. De groepen besteedden veel aandacht aan fantasie, creativiteit, vrouwelijke cultuur en fantasieën van homoseksuele vrouwen. Deze lijn werd voortgezet in de Stichting Lust & Gratie en Stichting Tribade.

2.6.2 Pottenblad[59] (1980-1985)
Pottenblad ontstond in juni 1980 en werd uitgegeven vanuit Nijmegen, later Amsterdam. Het blad bestond uit verschillende artikelen voor en door homovrouwen. Het laatste nummer verscheen in 1985. Het blad telde 38 pagina's en werd uitgegeven op a5-formaat. Er stonden verhalen in, dagboekfragmenten, strips, besprekingen en recensies.[60]

---

[55] Bijleveld, L. en Sax, M. (2009). *Activisme & politiek. Liever lesbies, Paarse September en de Trotse Lesboot.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (pp.56-57). Amterdam: Ambo/Anthos.

[56] Bijleveld, L. en Sax, M. (2009). *Activisme & politiek. Liever lesbies, Paarse September en de Trotse Lesboot.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.57). Amterdam: Ambo/Anthos.

[57] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 72). Utrecht: Homostudies Utrecht

[58] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 72). Utrecht: Homostudies Utrecht

[59] N.N. (2013) *Archief Pottenblad: Lesbisch Tijdschrift.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.iisg.nl/archives/en/files/p/ARCH03356.php.

[60] Veen, E. Van der. (1985). *De Nederlandse homopers*. In Bakkers, E. en Schuyf, J. (red.), *Homoseksualiteit en de Media* (p. 87). Utrecht: Homostudies Utrecht

2.6.3 Diva (1982-1986)
Diva is het eerste landelijke tijdschrift voor homoseksuele vrouwen[61]. Dit is de eerste titel voor homoseksuele vrouwen met een commerciële insteek. De vrouwenredactie van het COC-gebonden tijdschrift *Sek* (zie 2.4.8) stapte in 1981 op om een magazine voor homovrouwen op te zetten. Het blad was een uitgave van Stichting Tribade[62] en het doel was om een bijdrage te leveren aan de emancipatie van homoseksuele vrouwen de cultuur van homovrouwen. De vrouwen noemden hun blad de lesbische Viva. Diva had een oplage van 3500 stuks. Helaas bleef deze oplage vier jaar gelijk en was dat niet voldoende om hun blad te blijven financieren. Na twee jaar voorbereiding verscheen in 1982 het eerste nummer. Waar bladen als *Sek, Homologie* en *Gay Krant* niet opgezet werden om uit te groeien tot een groot landelijk tijdschrift, was dat bij *Diva* wel het geval. Naast korte verhalen en een moderubriek bevatte *Diva* ook actuele items uit de vrouwenbeweging.

2.6.4 Lust en Gratie[63] (1983-2001)
Lust en Gratie was, naar eigen zeggen, een Lesbisch Cultureel Tijdschrift dat werd uitgegeven door Stichting Lust en Gratie. Het verscheen het eerste jaar maar twee keer. Vanaf 1984 kwam het vier keer per jaar uit. Sinds 1991 is *Lust en Gratie* een 'lesbisch cultureel universeel tijdschrift'. De Stichting Lust en Gratie had als doel het opzetten van culturele projecten voor homovrouwen. Door een subsidiestop ging in 2001 de stekker uit het tijdschrift. Daarnaast zag de stichting ook geen toekomst meer in een papierenblad.

2.6.5 Ma'dam/Madam[64] (1986 – 1999)
Ma'dam verscheen vanaf 1986 vijf keer per jaar en was het afdelingsblad van het COC Amsterdam. Vrouwen richtten dit blad op omdat zij gefrustreerd waren over de man-vrouw-verhouding in eerdere COC-bladen. *Ma'dam* richtte zich niet alleen op het COC, maar ook op de pottencultuur. Politiek, muziek, cultuur en sport kwamen vaak aan bod. Ook werden bekende en niet-bekende lesbiennes geïnterviewd. Het blad was gratis en richtte zich op de Amsterdamse COC-leden. *Ma'dam* had een oplage van 1.500 exemplaren. *Ma'dam* heette sinds 1995 *Madam* omdat het zich niet meer alleen op Amsterdam richtte, maar ook op de rest van Nederland en Vlaanderen. *Madam* was één van de langst bestaande bladen voor homovrouwen in Nederland. Wegens problemen als geldgebrek, terugloop van abonnees en het gebrek van vrijwilligers stopte *Madam* in 1999. Het blad verscheen zes keer per jaar.

2.6.6 KUTT[65](2001-2003)
KUTT ontstond naar aanleiding van *BUTT*, het homoseksuele magazine voor mannen (zie 2.5.16). Jessica Gysel, Martien Mulder en Marjolein Rams begonnen het tijdschrift in 2001. In het blad stonden veel foto's, tekeningen en zowel Nederlandse als Engelse interviews. Het magazine stond bekend om haar erotische invalshoek. Zo stonden er onder andere foto's van naakte yogastandjes op het strand in. Er verschenen maar drie edities van *KUTT* magazine.

---

[61] Bijleveld, L. en Sax, M. (2009). *Activisme & politiek. Liever lesbies, Paarse September en de Trotse Lesboot.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.47). Amterdam: Ambo/Anthos.

[62] N.N. (2013). *Archief Diva: Lesbisch Tijdschrift.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.iisg.nl/archives/nl/files/d/ARCH03351.php.

[63] N.N. (2013). *Archief Lust en Gratie.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.iisg.nl/archives/en/files/l/ARCH03390.php.

[64] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.121). Amterdam: Ambo/Anthos.

[65] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.120). Amterdam: Ambo/Anthos.

2.6.7 La Vita[66] (2001-2003)
La Vita was in 2001 opgericht door Hilda Abbing. Het tijdschrift had als doelgroep homo- en biseksuele vrouwen in Noord-Nederland (Groningen, Friesland, Drenthe, Overijssel en de Kop van Noord-Holland) van boven de dertig jaar. Het blad werd gemaakt door vrijwilligers en had een oplage van 1.000 exemplaren. Het blad stopte in 2003 met de papieren printversie, maar ging verder op het internet. Het internetmagazine (www.la-vita.nl) is niet het enige wat *La Vita* in huis heeft; daarnaast geeft LaVita Publishing ook boeken met een homovrouwen thema uit.

2.6.8 LEV Magazine[67] (2004-2005)
Bianca Hagenbeek was in 2000 de winnaar van het televisieprogramma Big Brother 2. Met haar gewonnen geld zette ze de interactieve site LetsBeOpen op. Deze site is toegankelijk voor lesbische en biseksuele vrouwen. In 2004 startte Bianca *LEV Magazine* voor dezelfde doelgroep. *LEV* stond voor Live Extraordinary Vibes en de rode draad in het magazine was vrouwenliefde. Dat voerde niet de boventoon, wat ook BN'ers die niet homo-of biseksueel waren, kwamen aan bod in het tijdschrift. Het blad werd te duur en kostte te veel tijd en energie, dus na een jaar ging de stekker er weer uit. Het internetplatform LetsBeOpen bestaat nog wel.

2.6.9 =Magazine (2012-2013)
=Magazine was een glossy voor homo- en biseksuele vrouwen en de geplande verschijningsfrequentie was acht keer per jaar. Het blad kostte 6,50 euro. Wegens financiële problemen is het blad al na vier uitgaves gestopt. Het blad, onder de hoofdredactie van Franc Craanen, telde maar 64 abonnees waardoor de investeringskosten niet terugverdiend konden worden. (Zie 4.3.4 voor het interview met de voormalig uitgever van *=Magazine*).

2.6.10 Overige bladen
Buiten de bladen die hierboven genoemd zijn, ontstonden ook een aantal kleinere titels. De hieronder genoemde magazines kenden slechts een aantal uitgaven:

• *'t Vlindertje*. Opgezet door de PPR-potten & flikkergroep in 1979.
• *Lesbisch Archivaria.* Verscheen twee keer per jaar met een oplage van vijfhonderd. *Lesbisch Archivaria* was een catalogus van het Lesbisch Archief Leeuwarden. Opgezet in 1982.
• *Slechte Meiden.* Het blad verscheen twee keer per jaar en richtte zich met name op sadomasochistische (SM). In het blad voerden informatie, verhalen en foto's toegespitst op SM de boventoon. Het blad telde twintig pagina's. Na drie nummers werd *Slechte Meiden*, dat in 1983 werd opgericht, opgeheven.

2.7 Geschiedenis niet COC-gebonden homobladen voor LHBT'ers

Vroom & Vrolijk[68] [69] (1989-2007)
Het tijdschrift *Vroom & Vrolijk* richtte zich zowel op homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen en ging over homoseksualiteit en geloof. De titel ontstond vanuit het netwerk Verkeerd Verbonden. Dit netwerk bestond uit gelovige homoseksuele vrouwen. *Vroom & Vrolijk* verscheen in zwart-wit op A4-formaat en werd in eerste instantie uitgegeven door de Protestantse Stichting tot Bevordering van het Bibliotheekwezen en de Lectuurvoorlichting in Nederland. Later werd de

[66] N.N. (2013). *Over LaVita.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.la-vita.nl/la-vita/lavita-top/over-lavita.

[67] Duijzers, C. en Hoesenie, L. (2010). *Interview Bianca Hagenbeek (Chabba Magazine, Special Homoseksualiteit).* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://131.174.235.41/islam/magazine_chebba.pdf.

[68] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 233). Amsterdam: Anthos.

[69] N.N. (2013). *Blad gelovige homo's stopt*. Binnengehaald op 11 mei 2013 van: http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/866448/2007/12/03/Blad-gelovige-homo-rsquo-s-stopt.dhtml.

Stichting Vroom & Vrolijk uitgever van het blad. Vanwege een sterke abonneedaling stopte het magazine in 2007.

2.8 Deelconclusie

In deze deelconclusie beantwoorden wij de deelvraag: *Was de situatie vroeger anders?*

Het COC heeft de afgelopen vijftig jaar verschillende tijdschriften onder zich gehad die fungeerden als spreekbuis. De eerste bladen die het COC verspreidde waren opgericht door homoseksuele mannen en richtten zich voornamelijk op hen. Daardoor waren er vroeger al meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen. Homoseksuele vrouwen klaagden van 1949 tot midden jaren tachtig over de inhoud van de COC tijdschriften. Er werd volgens deze vrouwen te weinig voor en over hen geschreven. Een vrouwelijk COC-lid gaf aan dat de onderdrukking door mannen binnen de organisatie werd veroorzaakt door een gebrek aan vrouwenartikelen. Een andere lezeres weet dit aan de laksheid van de homoseksuele vrouwen zelf, maar dit bleek niet voor de hele doelgroep op te gaan. Homoseksuele vrouwen zochten doordat zij zich achtergesteld voelden aansluiting bij vrouwelijke homobewegingen. Ze richtten in de jaren zeventig eigen tijdschriften op zoals *Paarse September* en *Amarant* (zie 3.2.2.2).

Diva was het eerste landelijke tijdschrift gericht op homoseksuele vrouwen. Deze titel legde, in tegenstelling tot de bestaande titels, meer nadruk op commercie. Waar de vroegere COC-gebonden tijdschriften bleven bestaan door hun binding aan de organisatie, wilde deze nieuwe en onafhankelijke titel op de markt blijven door ook in de losse verkoop verkrijgbaar te zijn.

Waar tot halverwege de jaren tachtig de bladen voor zowel homoseksuele mannen als vrouwen bij een homobeweging behoorden, werden de daarna opgerichte bladen onafhankelijk en daarmee commerciëler. Onafhankelijke vrouwenbladen slaagden daar minder in en verdwenen meestal al snel wegens financiële problemen. Met de mannenbladen ging het beter. Om hun bestaansrecht te ontlenen, werden deze bladen bijvoorbeeld tweetalig gedrukt of gratis verspreid. Het blad *Squeeze* wist als eerste homoblad voor homoseksuele mannen grote adverteerders (mode- en cosmeticamerken) aan zich te binden.

Hoofdstuk 3: Huidig aanbod

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beantwoorden wij de deelvraag hoe de markt van homobladen er op dit moment uitziet. Om dat te kunnen doen vermelden wij in dit hoofdstuk de kerngegevens van de bestaande titels in Nederland. Verder geven wij een overzicht van de actuele homobladen in België en Duitsland. Dit is noodzakelijk, omdat wij daarmee willen kijken of de situatie in Nederland opmerkelijk is of dat het beeld overeenkomt met omringende landen. We behandelen in dit hoofdstuk eerst de homobladen voor mannen, gevolgd door de homobladen voor vrouwen. Homomagazines voor zowel mannen als vrouwen behandelen komen ook aan bod, omdat deze titels betrekking hebben op de gehele homodoelgroep.

3.2 Situatie Nederland

In deze paragraaf geven wij een overzicht van het actuele aanbod van homobladen voor mannen, vrouwen en LHBT'ers in Nederland.

3.2.1 Homobladen voor mannen

3.2.1.1 FERRY Menly Magazine

Het jongste blad voor homoseksuele mannen is *FERRY Menly Magazine*. Deze titel ligt sinds 2011 in de schappen. Het is een 140 pagina's tellend blad dat gedrukt is op een hoge kwaliteit papier. *FERRY Menly Magazine* geeft veel aandacht aan mode, talent, kunst en achtergrond. Het blad bestaat, afgezien van een aantal grote interviews en verhalen, vooral uit artistiek beeld van (schaars)geklede mannen. Iedere uitgave is gekoppeld aan een bepaald thema. *FERRY Menly Magazine* wordt uitgegeven door Maarten Maarten & Hennys Creatie. Marc Kabbedijk is aangetrokken als hoofdredacteur. De titel kost 4,95 euro per nummer en verschijnt vier keer per jaar in een oplage van 10.000[70] stuks.

3.2.1.2 Gay Krant

Eén van de langst bestaande bladen voor homoseksuele mannen is de in 1980 opgerichte *Gay Krant*. Dit blad is erop gericht de emancipatie van homoseksuele mannen en vrouwen in Nederland te bevorderen. Tot februari 2013 was Henk Krol hoofdredacteur van deze titel die elke drie weken verschijnt in een oplage van 30.000 stuks en 4,95 euro kost. *Gay Krant* is meestal 48 pagina's groot, soms wordt dit aantal verhoogd naar 64. Half maart kwam abrupt een einde aan het bestaan van het blad dat uitgegeven wordt door de Best Publishing Group BV toen de titel failliet verklaard werd. Een aantal weken daarna werd bekend dat de *Gay Krant* onder leiding van website *Gay.nl*, tv-zender *Out TV* en glossy *Winq* een doorstart maakt als maandelijks opinieblad. Het eerste nummer moet in augustus verschijnen.

Noot: *Gay Krant* is zowel in dit hoofdstuk als het hoofdstuk Geschiedenis opgenomen, omdat de titel op dit moment niet verschijnt, maar vanaf deze zomer een doorstart maakt.

3.2.1.3 Gay News

Onder leiding van hoofdredacteur Ron Meijer (a.i.) verschijnt *Gay News* twaalf keer per jaar. De titel richt zich hoofdzakelijk op actualiteit, zowel op (inter)nationaal-, als regionaal- (Amsterdam) niveau. Daarnaast geeft *Gay News* veel aandacht aan opinie, entertainment, mode, cultuur en uitgaan. Net als *Gay & Night* is ook deze titel tweetalig; de belangrijkste artikelen verschijnen ook in het Engels. Het blad maakte ook een periode voor elke uitgave speciale vrouwenpagina's, maar *Gay News* stopte

[70] Bartelds, R. en Koetsier, H. (2011) *Retriever nieuwsbrief nr. 4, april 2011*. Binnengehaald op 23 april 2013 van: http://www.retriever.nl/files/upload/bestand/4_retrievernieuwsbrief_april11.html.

hiermee omdat adverteerders niet voldoende interesse toonden[71]. De titel pretendeert dé gids te zijn voor homoseksuele mannen die Amsterdam aandoen als toerist. Het blad, dat in een oplage van 20.000 stuks verschijnt, kost 3,75 euro per nummer en telt 68 pagina's. Gay International Press geeft de titel uit, die sinds 1995 op de markt is.

3.2.1.4 Gay & Night

Elke maand brengt *Gay & Night* een overzicht van uitgaansplekken van homoseksuele mannen en een agenda van homofeesten die de komende maand plaatsvinden. Hoewel het uitgaansleven centraal staat, gaat *Gay & Night* ook in op sociale kwesties en ontwikkelingen in de homogemeenschap. Deze gratis titel bestaat sinds 1997 en wordt uitgegeven door Stichting OUT Media. *Gay & Night* verschijnt in een oplage van 20.000 exemplaren en wordt verspreid op talloze plekken in het land waar homoseksuele mannen komen. De titel ligt ook in Antwerpen. *Gay & Night* is tweetalig; de belangrijkste artikelen verschijnen ook in het Engels.

3.2.1.5 L'HOMO

Met een drukoplage van 100.000 exemplaren is *L'HOMO*, de jaarlijkse special van tijdschrift *LINDA.*, het homoblad met de hoogste oplage. De editie van 2011 verkocht 61.500 exemplaren, van de 2012-editie gingen 46.500 exemplaren over de toonbank[72]. Deze 164 pagina's tellende glossy confronteert; Arie Boomsma stond in de eerste uitgave in 2009 in een uitdagende pose op de cover. Hij was destijds nog presentator bij de Evangelische Omroep (EO). Verder richt het blad zich vooral op ontspanning en amusement. Ook doorbreekt het blad stereotypen door bijvoorbeeld stoere mannen die homoseksueel zijn te portretteren. *L'HOMO* wordt uitgegeven door Mood for Magazines, kost 5,50 euro en staat onder hoofdredactie van Linda de Mol en Iebele van der Meulen. Jildou van der Bijl is algemeen hoofdredacteur.

3.2.1.6 Winq

Met een oplage van 38.000 exemplaren is *Winq* de grootste homoglossy voor homoseksuele mannen in Nederland. Sinds 2006 komt deze titel, die uit 100 pagina's bestaat, zeven keer per jaar uit. Edwin Reinerie is de oprichter en hoofdredacteur van deze titel die 5,45 euro per nummer kost. Inmiddels zijn er ook een Engelse, Spaanse en Duitse uitgave van het blad op de markt die onder de naam *Mate* verschijnen. Alle titels maken deel uit van de Mate Media Group. De inhoud van alle titels komen grotendeels overeen. Artikelen worden vertaald, maar er ook ruimte voor eigen kopij. De belangrijkste speerpunten in *Winq* zijn body, mind, reizen, cultuur mode en design. Voorin het blad bespreekt de redactie ontwikkelingen op homogebied en sociale kwesties.

3.2.2 Homobladen voor vrouwen

3.2.2.1 Zij aan Zij[73]

Al meer dan twintig jaar verschijnt *Zij aan Zij*, het blad voor homo- en biseksuele vrouwen in Nederland, onder leiding van Maria van Oosten. Het blad kost 5,50 euro en verschijnt acht keer per jaar in een oplage van 8.000 exemplaren. *Zij aan Zij* wordt uitgegeven door UitgeverZij BV, een onafhankelijke uitgeverij die Van Oosten zelf is gestart. In 1992 vond de oprichtster dat homo- en biseksuele vrouwen makkelijker met elkaar in contact moesten kunnen komen en dus begon ze *Zij aan Zij*: een zelf gekopieerd blaadje met contactadvertenties[74]. Het 'tijdschrift' verscheen toen in een oplage van 25 stuks. In de loop der jaren ontwikkelde *Zij aan Zij* zich tot een magazine met onder

[71] Smits, T. (persoonlijke communicatie, 13 mei, 2013).

[72] Redactie LINDA. (persoonlijke communicatie, 15 mei, 2013).

[73] Oosten, M. Van. (persoonlijke communicatie, 8 mei, 2013).

[74] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.130). Amterdam: Ambo/Anthos.

andere nieuwsverhalen, achtergrondverhalen en interviews. Toen Franc Craanen het blad in 2009 overnam gaf hij het blad een restyling. Hij veranderde de naam in *Z/Z This=us* en maakte er een lesbische glossy van. Dit sloeg niet aan bij de doelgroep en daardoor daalde de oplage enorm. Door deze teruglopende lezersaantallen kocht Van Oosten 'haar' blad in 2012 terug. In 2013 kreeg het blad ook weer haar oude naam terug.

3.2.2.2 Overige bladen

Buiten bovengenoemd magazine *Zij aan Zij* zijn er in Nederland nog twee andere titels voor homo- en biseksuele vrouwen: *Girls Like Us* en *Amarant.* Deze bladen zijn echter niet gelijkwaardig aan het publiekstijdschrift *Zij aan Zij*. Deze magazines benoemen wij hieronder in het kort, maar nemen wij verder niet op in ons onderzoek. *Girls like Us* is in Nederland gevestigd, maar richt zich op het buitenland en *Amarant* is een ledenblad en richt zich alleen op leden van Groep 7152.

• *Girls Like Us*[75]. Opgezet in 2005 door de Nederlandse Jessica Gysel en Kathrin Hero als de volwassen opvolger van *KUTT Magazine* (zie 2.6.6). *KUTT Magazine* zette zij destijds op uit een geintje, als tegenhanger van het mannelijke homomagazine *BUTT. Girls Like Us* werd daarentegen geboren uit een serieus gemis aan een tijdschrift voor homovrouwen. Het tijdschrift wordt gemaakt in Amsterdam en uitgegeven in New York door Capricious[76]. Het blad heeft een onregelmatige verschijningsfrequentie.
• *Amarant*[77]. Opgericht in 1971. Na een oproep in *Vrij Nederland* in 1971, onder nummer 7152, kwamen homo- en biseksuele vrouwen, die zich geïsoleerd voelden, bijeen en startten ze een vrouwenorganisatie: Groep 7152. Vier keer per jaar verschijnt *Amarant* alleen voor de leden van deze kleine groep[78].

3.2.3 Homobladen voor LHBT'ers

3.2.3.1 Expreszo[79]

Expreszo is het enige Nederlandse homoblad dat is gericht op mannen, vrouwen, biseksuelen en transgenders. De eerste editie van het jongerenblad verscheen in 1988 bij Stichting Hoezo. *Expreszo* was de opvolger van het toenmalige regionale *Vijgeblad* van de Rotterdamse homojongerenvereniging Apollo. Stichting Hoezo wilde van *Expreszo* een landelijk blad maken en dat gebeurde vanaf 1991. Het blad verschijnt zes keer per jaar met een oplage van 9.000 exemplaren. Dit is niet altijd zo geweest, want in 1995 verscheen het blad maandelijks. *Expreszo* heeft van begin af aan abonnees gehad in Nederland en daarnaast ook in België, Suriname en zelfs op de Nederlandse Antillen. De titel wordt gemaakt door vrijwilligers uit dezelfde leeftijdscategorie als de doelgroep (16-26 jaar). Stichting Hoezo is onafhankelijk. Vereniging Expreszo is twee jaar geleden ontstaan vanuit het blad. Dat is de jongerenvereniging van het COC en deze staat los van het magazine. Leden van het COC ontvangen daarentegen wel een 'gratis' *Expreszo*, maar het blad hoeft niet te schrijven wat het COC opdringt. *Expreszo* is in 1988 emancipatiegericht opgezet en nog steeds speelt emancipatie een rol. In oktober 2004 werd dat duidelijk toen het blad in een oplage van 420.000 exemplaren ongevraagd naar scholen

---

[75] Lit, A. Van. (2009). *Fotografie. Lesbian ConneXion/s en van vriendinnenalbums tot Risk Hazekamp.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.163). Amterdam: Ambo/Anthos.

[76] N.N. (2013). *About.* Binnengehaald op 16 mei 2013 van: http://www.glumagazine.com/v1/about

[77] Steege, M. Van der. (2009). *Lesbocultuur & -lifestyle. Motorsien, het Pinksterpottenkamp en lesbische mode.* In Hemker, M. en Huijsmans, L. (red.), *Lesbo encyclopedie* (p.118). Amterdam: Ambo/Anthos.

[78] N.N (2013). *Amarant.* Binnengehaald op 12 mei 2013 van: http://www.groep7152.nl/new-page-2/amarant.html

[79] Keilson-Lauritz, M. (2005). *Tijdschriften: Van vlugschrift naar glossy*. In Bartels, T. en Versteegen J. (red.), *Homo Encyclopedie van Nederland* (pp. 222-223). Amsterdam: Anthos.

[79] Haines, T. (persoonlijke communicatie, 10 mei, 2013).

werden gestuurd. Het doel van die actie was om homoseksualiteit bespreekbaar te maken en om dus de tolerantie op scholen te vergroten.

3.2.4 COC-gebonden regiobladen
Het COC heeft geen landelijk blad meer sinds de stop van *Update*, maar het COC brengt wel diverse regiobladen uit, waaronder:

• COC Nijs (Friesland)[80]. Twee keer per jaar, zowel print als digitaal.
• Pink (Nijmegen)[81]. Vijf keer per jaar, zowel print als digitaal.
• De Kroon (Leiden)[82]. Vier keer per jaar, alleen print.
• ZO (Midden-Gelderland)[83]. Zes keer per jaar, alleen print.
• Zinnen (Rotterdam)[84]. Zes keer per jaar, zowel print als digitaal.
• COC Zwolle Magazine (Zwolle)[85]. Vier keer per jaar, alleen print.
• ZoZo (Noord-Holland Noord)[86]. Alleen digitaal.

Bovengenoemde titels zijn allemaal regionaal georiënteerd en worden gerund door vrijwilligers. De inhoud bestaat vooral uit regionieuws, agendapunten, lokale ontwikkelingen op LHBT-gebied en informatie over het COC. De meeste titels verschijnen zowel in print als online en hebben als doelgroep homoseksuelen, biseksuelen en transgenders.

[80] N.N. (2011). *COC Nijs*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://cocfries.piweb.com/index.php/organisatie/coc_frieslands_blad_nijs/.

[81] N.N. (2012). *COC Nijmegen*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.pink-nijmegen.nl/index.shtml.

[82] N.N. (2013). *Word lid!* Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocleiden.nl/vereniging/word-lid.

[83] N.N. (2013). *Lid worden*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocmiddengelderland.nl/lidworden.html.

[84] N.N. (2013). *Ledenblad Zinnen*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocrotterdam.nl/pages/nieuws/ledenblad-zinnen.php.

[85] N.N. (2013). *Magazine*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://coczwolle.nl/index.php/vereniging/magazine.

[86] N.N. (2013). *Lid worden*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocnoordhollandnoord.nl/lid-worden/.

3.3 Situatie België en Duitsland

Om te onderzoeken of de verhouding tussen homobladen voor mannen en voor vrouwen opmerkelijk is in Nederland, vergelijken we het huidige aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen in Nederland met buurlanden België en Duitsland. Wij kiezen voor deze landen omdat de acceptatie van homoseksualiteit in België en Duitsland vergelijkbaar is met Nederland[87].

Om het reflectiewerkstuk zo bondig mogelijk te houden is de uitwerking van deze titels in de bijlagen te vinden (vanaf pagina 66). In dit hoofdstuk brengen wij de buitenlandse markt kort in kaart door de aantallen te benoemen.

België		*Duitsland*	
Mannen	1	Mannen	13
Vrouwen	0	Vrouwen	2
LHBT	2	LHBT	3
Totaal	3	Totaal	18

3.4 Deelconclusie

In deze deelconclusie beantwoorden wij de deelvraag: *Hoe ziet de markt eruit?*

Nederland telt op dit moment zes homobladen voor mannen, één voor LHBT'ers en één voor vrouwen. Er bestaan nog twee andere titels voor homoseksuele vrouwen, te weten: *Girls Like Us* en *Amarant*, maar deze zijn wegens verschijningsfrequentie en bereik niet vergelijkbaar met het publiekstijdschrift *Zij aan Zij*. *Girls Like Us* en *Amarant* liggen niet in de reguliere tijdschriftwinkels. Ook zijn ze niet gratis, waardoor ze niet aan de eisen voldoen die wij stellen aan het begrip 'homobladen' in deze reflectie.

In Duitsland zijn er dertien homobladen die alleen gericht zijn op mannen en twee homobladen voor alleen vrouwen. In Duitsland richten tot slot drie bladen zich op LHBT'ers.

België kent daarentegen één titel voor homoseksuele mannen. Onze zuiderburen hebben geen blad voor homoseksuele vrouwen. Wel zijn er in België twee bladen voor LHBT'ers.

Aan de hand van deze verdeling kan gesteld worden dat de situatie in Nederland niet opmerkelijk is gezien de verhouding van het aanbod tussen mannen en vrouwenbladen in Duitsland en België. De situatie in Duitsland kan het best met Nederland vergeleken worden, omdat in dit land ook veel meer bladen voor homoseksuele mannen zijn dan voor homoseksuele vrouwen. Opmerkelijk is dat bij onze oosterburen het merendeel van de markt uit gratis homobladen voor mannen bestaat, namelijk acht titels. Met België gaat deze vergelijking ten dele op; daar zijn geen bladen voor homoseksuele vrouwen.

[87] N.N. (2013). *Homo's worden meer geaccepteerd.* Binnengehaald op 16 mei 2013 van: http://nos.nl/artikel/507317-homos-worden-meer-geaccepteerd.html.

Hoofdstuk 4: Verklaringen

4.1 Inleiding
In dit hoofdstuk geven wij verklaringen voor de verhouding in het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen. Wij geven deze verklaringen aan de hand van doelgroepenquête, gesprekken met onder andere hoofdredacteuren/uitgevers van homobladen en interviews met externe personen.
Wij behandelen in dit hoofdstuk steeds eerst de homoseksuele mannen, gevolgd door de homoseksuele vrouwen.

4.2 Doelgroepenquête
Voor onze doelgroepenquête ondervroegen wij twaalf homoseksuele mannen en twaalf vrouwen uit verschillende leeftijdscategorieën. Aan deze deelconclusie hechten wij niet teveel waarde, omdat het doelgroepenquête geen representatief beeld geeft wat het leesgedrag en –behoefte is van de gehele Nederlandse homogemeenschap. In ons land leven namelijk 8,2 miljoen mannen en 8,4 miljoen vrouwen[88]. Van de mannen is 4,0 procent homoseksueel en 3,1 procent biseksueel. Bij vrouwen is dit respectievelijk 2,6 procent en 3,3 procent[89]. Dit betekent dat er 328.000 homoseksuele mannen en 254.000 biseksuele mannen in Nederland wonen. In totaal zijn dit 582.000 homo- en biseksuele mannen. Tegelijkertijd leven in ons land 218.000 homoseksuele vrouwen en 276.000 biseksuele vrouwen. In totaal zijn dit 494.000 homo- en biseksuele vrouwen.
Wij hebben ervoor gekozen de resultaten van deze enquête op te nemen in dit vakreflectiewerkstuk, omdat wij naast literatuuronderzoek en kenners ook de doelgroep aan het woord wilden laten. De representativiteit hebben wij zo goed mogelijk proberen na te bootsen door vier leeftijdscategorieën op te stellen waaruit wij steeds drie mensen ondervraagd hebben. Dit hebben wij zowel gedaan bij de homoseksuele mannen als bij de homoseksuele vrouwen:

• 15-25 jaar
• 25-35 jaar
• 35-45 jaar
• 45-55 jaar

Onze enquête bestond uit vijftien vragen. In deze paragraaf zijn de uitkomsten per vraag voor zowel de mannen als de vrouwen uitgewerkt. De volledig ingevulde enquêtes zijn terug te vinden in de bijlagen.

<u>Opleiding</u>

Mannen
n=12

Opleidingsniveau	*Absolute aantallen*
HBO	8
WO	4
MBO	0

[88] Wobma, E. (2011). *Mannen en vrouwen in Nederland* in *Bevolkingstrends, 1e kwartaal 2011*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek

[89] Kuyper, L. (2006). *Seksualiteit en seksuele gezondheid bij homo- en biseksuelen*. In Bakker, F. en Vanwesenbeeck, I. (red.), *Seksuele gezondheid in Nederland 2006* (pp. 167-170). Delft: Uitgeverij Eburon.

Vrouwen
n=12

Opleidingsniveau	*Absolute aantallen*
MBO	7
HBO	3
WO	2

1a. Leesgedrag: Lees je tijdschriften?

Mannen
n=12

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	10
Nee	2

Vrouwen
n=12

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	12
Nee	0

1b. Leesgedrag: Welke tijdschriften lees je het vaakst?

Mannen
n=12, elke deelnemer mocht maximaal vijf titels noemen.

Titels	*Absolute aantallen*
Elsevier	5
L'HOMO	3
Men's Health	3
Overig	21

Vrouwen
n=12, elke deelnemer mocht maximaal vijf titels noemen.

Titels	*Absolute aantallen*
Happinez	6
Psychologie	5
Zij aan Zij	5
Overig	15

2a. Leesgedrag: Welke van onderstaande homotitels ken je?

Mannen
n=12

Titels	*Absolute aantallen*
Gay Krant	12
L'HOMO	12
Expreszo	11
Winq	10
FERRY Menly Magazine	6
Zij aan Zij	6
Gay & Night	5
Gay News	2
Update	0

Vrouwen
n=12

Titels	*Absolute aantallen*
Zij aan Zij	12
Gay Krant	10
Expreszo	8
L'HOMO	5
Gay & Night	3
Winq	3
Gay News	2
FERRY Menly Magazine	1
Update	0

2b. Leesgedrag: welke homobladen lees je regelmatig? (= meerdere keren per jaar)

Mannen
n=7

Titels	*Absolute aantallen*
L'HOMO	6
Winq	4
Gay Krant	3
Gay & Night	2

Vrouwen
n=5

Titels	*Absolute aantallen*
Zij aan Zij	4
Expreszo	1

3. Herkenning: Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden, afkomsten en leefstijlen zich met één of meerdere van deze bladen identificeren?

Mannen
n=8

Identificeren	*Absolute aantallen*
Ja	6
Nee	2

Ja:
• Homo's met verschillende geloofsovertuigingen komen aan bod, zoals de moslimhomo in *L'HOMO* bijvoorbeeld.
• De homobladen schetsen, omdat ze zich veelal op subculturen binnen de homogemeenschap richten, gezamenlijk een gevarieerd beeld.

Nee:
• Turkse of Marokkaanse homoseksuele mannen zijn nauwelijks te vinden in het bestaande aanbod.
• Bepaalde zaken, zoals emancipatievraagstukken, blijven onderbelicht. Dit wordt veroorzaakt omdat veel aandacht in de titels uitgaat naar glamour en uitstraling. Daardoor is de onderwerpskeuze niet variërend genoeg.
• De modellen zijn bijna altijd jong. Oudere homoseksuele mannen kunnen zich minder goed met zijn 'broekies' identificeren.

Vrouwen
n=9

Identificeren	*Absolute aantallen*
Ja	5
Nee	4

Ja:
• Het is een breed blad met diverse artikelen, dus daardoor kun je verschillende leeftijdsgroepen aanspreken.
• Er komen verschillende soorten vrouwen aan bod in *Zij aan Zij*.
• Er komen in *Zij aan Zij* steeds vaker lesbische en biseksuele rolmodellen met een andere cultuur aan bod. Zo wordt de aangesproken doelgroep steeds groter.

Nee:
• *Zij aan Zij* geeft te weinig diepgang.
• De doelgroep is te breed, om helemaal aan te spreken.

4. Redenen: Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen/vrouwen leest?

Mannen
n=9

Redenen	*Absolute aantallen*
Informatie/achtergrond speciaal voor homomannen	6
Tips	5
Identificeren	5
Knappe mannen	2
Ontspanning	2
Overig	5

Vrouwen
n=10

Redenen	*Absolute aantallen*
Informatie/achtergrond speciaal voor homovrouwen	5
Identificeren	4
Interesse	4
Ontspanning	4
Overig	2

5. Leesbehoeften: Vind je de onderwerpen waarover jij wilt lezen terug in homobladen voor mannen/vrouwen?

Mannen
n=10

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	8
Nee	2

Vrouwen
n=3

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	2
Nee	1

6. Leesbehoeften: Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen/vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen.

Mannen
n=10

Onderwerpen	*Absolute aantallen*
Lifestyle en trends	10
Persoonlijke verhalen	7
Emancipatie / maatschappelijke ontwikkelingen	5
Overig	3

Vrouwen
n=8

Onderwerpen	*Absolute aantallen*
Emancipatie / maatschappelijke ontwikkelingen	8
Persoonlijke verhalen	7
Amusement	4
Overig	1

7. Leesbehoeften: Vullen de bestaande homobladen voor mannen/vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeften op?

Mannen
n=9

Antwoorden	Absolute aantallen
Ja	7
Nee	2

Ja:
• Er is genoeg variatie
• Buiten de persoonlijke verhalen om hoef je tegenwoordig geen homoblad meer te lezen. Goede mode vind je bijvoorbeeld ook in de mannen Vogue. Zowel homo- als heterobladen geven invulling aan de behoeften van homomannen.

Nee:
• Homobladen richten zich op de provincienicht (Gay Krant) of hedonistische gym bunnies (Gay & Night). Ze zijn weinig vernieuwen bezig.
• Er moet meer focus op emancipatie komen.

Vrouwen
n=7

Antwoorden	Absolute aantallen
Ja	3
Nee	4

Ja:
• Verschillende onderwerpen komen aan bod
• Als ik een tijdschrift lees, is dat omdat anderen me wijzen op een interessant artikel. Daardoor vervult een tijdschrift mijn behoeften.

Nee:
• Verhalen over oudere vrouwen spreken me niet aan
• Verhalen over jongeren spreken me niet aan
• Er is maar één blad en doordat de doelgroep zo breed is voel ik me niet snel aangesproken
• De enige overeenkomst met Zij aan Zij is dat ik ook op vrouwen val. Verder zijn mijn interesses anders.

8. Verbeterpunten: Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen/vrouwen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

Mannen
n=9

Antwoorden	Absolute aantallen
Ja	6
Nee	3

Het meest wordt gemist:
• Originele invalshoeken; afwisseling
• Informatie komt te weinig uit heel Nederland; de bladen zijn vooral op Amsterdam en de Randstad gefocust.

Vrouwen
n=10

Antwoorden	Absolute aantallen
Ja	3
Nee	7

Het meest wordt gemist:
• Ontwikkelingen in de maatschappij wat betreft homoseksualiteit
• Topics voor jonge meiden en ouderen boven de zestig
• Variatie, alles wat er is voor vrouwen lijkt op elkaar

9a. Homomedia: Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)?

Mannen
n=12

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	6
Nee	6

Vrouwen
n=12

Antwoorden	*Absolute aantallen*
Ja	4
Nee	7

9b. Homomedia: Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

Mannen
n=6

Media	*Absolute aantallen*
Out TV	4
Gay.nl	2
Overig	5

Vrouwen
n=4

Media	*Absolute aantallen*
Gay.nl	2
Overig	10

10a. Rol: In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien?

Mannen
n=12

Rol	*Absolute aantallen*
Wel rol	7
Geen rol	5

Vrouwen
n=12

Rol	*Absolute aantallen*
Wel rol	4
Geen rol	8

10b. Rol: Is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

Mannen
n=12

Rollen	*Absolute aantallen*
Gedaalde rol	4
Gelijk gebleven rol	3
Gestegen rol	0

• Die rol is gedaald, omdat toen ik net uit de kast kwam ik naar mensen zocht met wie ik mij kon identificeren. Die behoefte heb ik niet meer. Homomedia zijn leuk om te volgen, maar geen vereiste voor mij.
• Ik ben helemaal mezelf nu en daardoor heb ik geen homomedia meer nodig om me aan te spiegelen of om zaken uit te vinden.

Vrouwen
n=12

Rollen	*Absolute aantallen*
Gedaalde rol	2
Gelijk gebleven rol	9
Gestegen rol	1

• Ik heb tegenwoordig een vaste relatie, dus mijn behoefte is afgenomen. Homomedia speelden wel een belangrijke rol in mijn leven, want ik vond het prettig om blogs, fora en nieuws te lezen van en voor homoseksuelen.
• Door de komst van internet spelen homomedia een steeds grotere rol.
• Door mijn werk bij het COC spelen media een grote rol in mijn leven. Privé is dat wat minder.

11. Leesduur: Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen/vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

Mannen
n=12

Leesduur	*Absolute aantallen*
Wel verandert	3
Geen verandering	9

Leesduur	*Absolute aantallen*
Gedaald	3
Gestegen	0
Gelijk	0

• Leesgebruik is afgenomen, omdat Gay Krant niet meer verschijnt.
• Door meer activiteiten online wordt op links op Twitter en Facebook geklikt die te maken hebben interesses op homogebied.

Vrouwen
n=12

Leesduur	*Absolute aantallen*
Wel verandert	3
Geen verandering	9

Leesduur	*Absolute aantallen*
Gedaald	3
Gestegen	0
Gelijk	0

• Leesgebruik is afgenomen door de komst van internet.

12a. Aanbod: Het aanbod van homomedia voor mannen/vrouwen vind ik....

Mannen
n=10

Aanbod	*Absolute aantallen*
Precies goed	7
Te weinig	2
Te veel	1

Te weinig:
• Het aanbod is eenzijdig en biedt weinig variatie. Meer pluriformiteit is wenselijk

Precies goed:
• Het aanbod is gevarieerd; er zit voor iedereen wat tussen.
• De markt bepaalt zelf of het aanbod goed is of niet, omdat dit samenhangt met de vraag naar bladen. Het aanbod is dus altijd precies goed.

Vrouwen
n=9

Aanbod	*Absolute aantallen*
Precies goed	4
Te weinig	5
Te veel	0

Precies goed:
• Het aanbod is gevarieerd; er zit voor iedereen wat tussen.
• Programma's als *Uit de Kast* en *Spuiten en Slikken* zijn ook erg goed.

Te weinig:
• Er mogen meer sites komen voor alleen vrouwen.
• Als er al iets uitgezonden wordt, ligt er veel nadruk op het homo zijn. Als het gewoon dagelijks te zien zou zijn, wordt homoseksualiteit wellicht meer geaccepteerd.
• De mediavormen die er zijn, lijken qua vorm en inhoud veel op elkaar.

12b. Aanbod: Het aanbod van homobladen voor mannen/vrouwen vind ik....

Mannen
n=10

Aanbod	*Absolute aantallen*
Precies goed	7
Te weinig	2
Te veel	1

Te weinig:
• Een gay glossy voor het hogere segment of een titel met een nog betere combinatie tussen informatie en entertainment is nog wenselijk.

Precies goed:
• De onderwerpen zijn te eenzijdig, maar er zijn wel goed bladen op de markt.

Vrouwen
n=10

Aanbod	*Absolute aantallen*
Precies goed	2
Te weinig	8
Te veel	0

Te weinig:
• Er mag nog wel een blad voor jonge meiden komen.
• Er mogen meer vrouwenbladen zijn die gericht zijn op specifieke doelgroepen binnen de populatie van homoseksuele vrouwen.

Precies goed:
• Als je jong en zoekende bent, kun je zeker bij een blad terecht.
• Ik vind niet dat er te weinig aanbod is. Zo lees ik bijvoorbeeld liever een blad als *Opzij*, die allerlei aspecten van het vrouw zijn belicht en niet alleen het lesbisch zijn.

13. Redenen: Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

Mannen
n=4

Belangrijkste redenen	*Absolute aantallen*
Ik ben niet bijzonder geïnteresseerd in gay iconen of homo rolmodellen	1
Ik ben druk met andere activiteiten, zoals werk en hobby's	1
Ik raakte erop uitgekeken: teveel van hetzelfde	1
Overig	1

Vrouwen
n=7

Belangrijkste redenen	*Absolute aantallen*
Geen behoefte	6
Geen tijd	3
Geen interesse	3
Overig	3

14. Bekendheid: Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

Mannen
n=12

Oorzaken	*Absolute aantallen*	*Percentage in procenten*
Er zijn meer bladen voor homomannen en de oplage van deze titels is hoger	5	41,7 procent
Homomannen treden meer op de voorgrond	4	33,3 procent
Homobladen voor mannen zijn spraakmakender/ nieuwswaardiger/ meer taboedoorbrekend	2	16,7 procent
Er zijn meer homomannen	2	16,7 procent
Overig	2	16,7 procent

Vrouwen
n=12

Oorzaken	*Absolute aantallen*	*Percentage in procenten*
Homomannen treden meer op de voorgrond	8	66,7 procent
Er zijn meer bladen voor homomannen en de oplage van deze titels is hoger	2	16,7 procent
Homomannen willen zich graag identificeren aan anderen	2	16,7 procent
Mannelijke homoseksualiteit wordt meer besproken	2	16,7 procent

15. Onderzoeksvraag: Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

Mannen
n=12

Verklaringen	*Absolute aantallen*	*Percentage in procenten*
Homomannen treden meer op de voorgrond en ze hebben meer behoefte aan mode, gay iconen en mooie mannen	4	33,3 procent
Homomannen hebben een uitgesproken en meer georganiseerde subcultuur.	4	33,3 procent
Er zijn meer homomannen dan homoseksuele vrouwen en vrouwen zijn vaker zowel homo- als biseksueel	4	33,3 procent
Mannen hebben meer last van een gebrek aan emancipatie. Daardoor hebben ze meer behoefte aan iets herkenbaars, zoals een homoblad	3	25 procent
Heterovrouwenbladen verweven homoseksuele vrouwen al in hun formule. Bij heteromannenbladen is dit niet geval; deze titels doen er alles aan om elke zweem van homoseksualiteit te vermijden	3	25 procent

Vrouwen
n=12

Verklaringen	*Absolute aantallen*	*Percentage in procenten*
Mannen hebben meer last van een gebrek aan emancipatie. Daardoor hebben ze meer behoefte aan iets herkenbaars, zoals een homoblad.	6	50,0 procent
Homoseksuele mannen zijn meer met seks bezig dan homoseksuele vrouwen. Homobladen bevatten vaak seksueel getinte onderwerpen en zijn daardoor populair onder homoseksuele mannen.	5	41,7 procent
De heterovrouwenbladen verweven homoseksuele en biseksuele vrouwen al in hun formule. Homoseksuele vrouwen vinden dus ook herkenning in de reguliere bladen en hebben geen homoblad nodig om zich geaccepteerd te voelen.	5	41,7 procent
Homoseksuele mannen treden meer op de voorgrond dan homoseksuele vrouwen. Zij vormen een aparte groep buiten de samenleving en hebben zodoende behoefte aan eigen media.	3	25,0 procent

4.2.1 Deelconclusie

In deze deelconclusie beantwoorden wij de deelvraag: *Welke verklaringen zijn er, volgens de doelgroep, voor het grote verschil in aanbod van homobladen voor mannen ten opzichte van homobladen voor vrouwen?*

De belangrijkste argumenten die de mannelijke respondenten gaven als antwoord op de deelvraag (er mochten meerdere redenen ingevuld worden, waardoor de totaalscore hoger dan 100 procent kan uitvallen):

• Homomannen treden meer op de voorgrond en ze hebben meer behoefte aan mode, gay iconen en mooie mannen (33,3 procent).
• Homomannen hebben een uitgesproken en meer georganiseerde subcultuur (33,3 procent).
• Er zijn meer homomannen dan homoseksuele vrouwen en vrouwen zijn vaker zowel homo- als biseksueel (33,3 procent).

De belangrijkste argumenten die de vrouwelijke respondenten gaven als antwoord op de deelvraag (er mochten meerdere redenen ingevuld worden, waardoor de totaalscore hoger dan 100 procent kan uitvallen):

• Mannen hebben meer last van een gebrek aan emancipatie. Daardoor hebben ze meer behoefte aan iets herkenbaars, zoals een homoblad (50,0 procent).
• Homoseksuele mannen zijn meer met seks bezig dan homoseksuele vrouwen (41,7 procent).
• Homobladen bevatten vaak seksueel getinte onderwerpen en zijn daardoor populair onder homoseksuele mannen (41,7 procent).
• Heterovrouwenbladen verweven homoseksuele en biseksuele vrouwen al in hun formule. Homoseksuele vrouwen vinden dus ook herkenning in de reguliere bladen en hebben geen homoblad nodig om zich geaccepteerd te voelen (25,0 procent).

Uit het doelgroepenquête blijkt ook dat de leesbehoeften van homoseksuele mannen en vrouwen verschillen. Mannen lezen het liefst over lifestyle/trends en persoonlijke verhalen. Vrouwen lezen daarentegen het liefst over emancipatie en maatschappelijke ontwikkelingen. De overgrote meerderheid van de mannen vindt dat de bestaande homobladen zijn behoeften voldoende vervullen. Bij de vrouwen vindt juist een meerderheid dat hun behoeften niet voldoende wordt vervuld. Eén verklaring: ‘Er is maar één blad en doordat de doelgroep zo breed is voel ik me niet snel aangesproken.’

Een ruime meerderheid van de homoseksuele mannen noemt het aanbod van homobladen ‘precies goed’ of ‘te veel.’ Daarentegen laat 20 procent van de homoseksuele vrouwen weten het aanbod van homobladen ‘precies goed’ te vinden. Tachtig procent noemt het aanbod ‘te weinig’.

4.3 Medewerkers homobladen

In deze paragraaf laten we de medewerkers van homobladen aan het woord. Dat zijn achtereenvolgend:

• Ton Smits, *Gay News*
• Marc Kabbedijk, hoofdredacteur *FERRY Menly Magazine*
• Tom Haines, hoofdredacteur *Expreszo*
• Meija Bosma, uitgever *=Magazine*
• Maria van Oosten, hoofdredacteur *Zij aan Zij*

4.3.1 Tom Smits, uitvoerend uitgever Gay News

Gesproken op 13 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Ik denk dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn, omdat er publicitair gezien geen markt is om voor homoseksuele vrouwen een tijdschrift te beginnen. Ze hebben niet, zoals homoseksuele mannen, hun eigen winkels of kroegen. Zeker als gratis titel kun je daardoor nauwelijks bereik opbouwen.'

Is er een tekort aan aanbod of is er simpelweg geen behoefte onder homoseksuele vrouwen voor eigen tijdschriften?
'Er is geen behoefte om voor homoseksuele vrouwen een blad uit te brengen. Dit merk ik zowel bij homoseksuele vrouwen als adverteerders. We hebben het ooit geprobeerd, door vrouwenpagina's in Gay News op te nemen, maar dat liep op niets uit. Er waren geen adverteerders bereid om zich specifiek op homoseksuele vrouwen te richten en ik hoor nooit van homoseksuele vrouwen dat ze, naast Zij aan Zij, nog een eigen blad missen.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Homoseksuele vrouwen hebben in Nederland vooral besloten feesten. Waar homoseksuele mannen hun gay zijn publiekelijk uitdragen, door het meedoen aan de Gay Pride of het bezoeken van eigen winkels, speelt de leefwereld van homovrouwen zich meer binnenshuis af. Het is een underground cultuur, ze verstoppen zich. In het buitenland is dat anders. In San Francisco bestaat bijvoorbeeld een grote, actieve scene van homovrouwen.'

Wat vindt u van het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen?
'Ik vind het aanbod prima; de markt wordt goed bediend. Of er nog veel blijvende bladen bij zullen komen? Ik denk het niet, want de markt is verzadigd omdat alle doelgroepen binnen de homocultuur worden bediend. Je ziet ook dat sinds de komst van L'HOMO 'hetero' uitgevers geen uitstapjes meer hebben ondernomen om homobladen op de markt te brengen.'

Wat is uw toekomstverwachting? Blijft het verschil in aanbod zo groot?
'Het verschil in aanbod tussen bladen voor homoseksuele mannen en vrouwen zal altijd groot blijven; er is geen markt om een blad voor homoseksuele vrouwen op te zetten. Het huidige aanbod zal dalen, omdat er momenteel titels zijn die niet goed aarden. Het blad Gay & Night is daar een voorbeeld van. Dit magazine richt op Amsterdam, maar ik merk dat het nauwelijks aansluiting vindt op de doelgroep; je ziet het bijna nergens liggen, terwijl je als gratis blad juist op plekken moet zijn waar je doelgroep komt. Anders mis je een belangrijk deel van je bereik. Ook moet je blad gesetteld zijn om te kunnen voortbestaan. Dat is in hoge mate van belang voor je overlevingskans. Gay News draait bijvoorbeeld beter dan ooit, omdat adverteerders tegenwoordig kiezen voor oude, vertrouwde titels.'

4.3.2 Marc Kabbedijk, hoofdredacteur FERRY Menly Magazine

Gesproken op 8 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Heel simpel: er zijn nu eenmaal minder homoseksuele vrouwen dan homoseksuele mannen. Die doelgroep is veel kleiner. Daarbij zijn homoseksuele vrouwen in commercieel opzicht ook minder interessant; ze geven minder geld uit, ze zijn minder ijdel en ze zijn minder materialistisch ingesteld. Tijdschriften zijn voor het belangrijkste deel afhankelijk van de adverteerders, dus als bijna niemand het nut ziet om te adverteren is je blad een kort bestaan beschoren. Ook zijn homoseksuele vrouwen in heel andere dingen geïnteresseerd dan homoseksuele mannen. Zij hebben bijvoorbeeld lesbische boeken. Mannen hebben dat bijvoorbeeld weer niet.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?
'Homoseksuele mannen houden van mooie dingen, ze zijn ijdel. Naast het geven van informatie voldoet een tijdschrift ook nog aan iets anders: hij kan zijn identiteit er in kwijt en tegelijkertijd kan hij het blad, dat er mooi uitziet, op de salontafel neerleggen. Homoseksuele vrouwen gedragen zich op tijdschriftgebied wat dat betreft als heteromannen: ze kopen minder tijdschriften en ze hechten minder waarde aan uiterlijk.'

Is er een tekort aan aanbod of is er simpelweg geen behoefte onder homoseksuele vrouwen voor eigen tijdschriften?
'Je zou zeggen dat er geen behoefte is, want het laatste tijdschrift (= Magazine, red.) voor homoseksuele vrouwen heeft het niet gered. Tegelijkertijd gaat het economisch slechter, waardoor adverteerders minder geld uitgeven. Het was dus misschien ook de verkeerde tijd en een ander concept had misschien wel goed aangeslagen, maar dat blijft altijd gissen. Al was toen het economisch beter ging Zij aan Zij ook toen het enige blad voor homovrouwen. Ik denk dus dat er geen behoefte bestaat onder homoseksuele vrouwen in combinatie met te weinig vertrouwen van adverteerders.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Je kunt eigenlijk geen enkele vergelijking maken; hoewel voor allebei geldt dat ze op hetzelfde geslacht vallen, zijn dit twee totaal aparte werelden. Je vervalt snel in stereotypen, maar homoseksuele mannen hebben vaak vrouwelijke genen, ze zijn zachtaardiger. Homoseksuele vrouwen zijn juist weer feller, wat waarschijnlijk door hun mannelijke genen komt.'

Wat vindt u zelf van het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen?
'Het aanbod is fantastisch. Elke titel vertegenwoordigt duidelijk het doel waar hij voor staat. Natuurlijk, er is concurrentie onder de homobladen, maar de concurrentie van 'buiten' is nog veel groter. Denk maar aan JFK of het nieuwe Grazia Man. Wanneer je als homoseksuele man van mode of mooie dingen houdt, hoef je niet meer per se FERRY, L'HOMO of Winq te lezen. Deze heterotitels, die goed in elkaar zitten, geven ook invulling aan de behoefte van homoseksuele mannen.'

Wat is uw toekomstverwachting: blijft het verschil in aanbod zo groot?
'Ik verwacht dat het aanbod breed blijft. Tegelijkertijd denk ik dat elke titel zich nog meer gaat richten op zijn eigen sterke punten. In plaats van te verbreden, verengen we. Wat inhoudt: wat niche is, wordt nog meer niche.'

4.3.3 Tom Haines, hoofdredacteur Expreszo

Gesproken op 10 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Homoseksuele mannen willen meer uitgeven aan tijdschriften en bovendien lezen ze meer bladen dan homoseksuele vrouwen. Wat dat betreft gedragen homomannen zich bij het kopen van tijdschriften als heterovrouwen. Dat betekent niet dat alle homomannen zich zo opstellen; er zijn ook homoseksuele mannen die voetballen en sportblad Helden lezen.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?
'Ik denk dat dit gewoon komt door de interesses van de homoseksuele man. Hij houdt, vergeleken met homoseksuele vrouwen, meer van dingen kopen, op een terrasje zitten en lezen. Dat geldt natuurlijk niet voor elke homoman; de doelgroep is eigenlijk net zo divers als andere groepen uit de samenleving.'

Is er een tekort aan aanbod of is er simpelweg geen behoefte onder homoseksuele vrouwen voor eigen tijdschriften?
'Er is onder vrouwen wel behoefte voor eigen tijdschriften, maar ze willen er liever geen geld aan uitgeven. Je kunt dan wel een gratis titel op de markt brengen, maar dan krijg je dezelfde situatie als je gratis cola op een treinstation aanbiedt: iedereen zal dan opeens cola gaan drinken, maar je verdient er alleen niks aan. En dat is een beetje de kern, denk ik.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Het enige verschil tussen hen is dat homoseksuele mannen, omdat ze vaker fulltime werken, meer te besteden hebben dan homoseksuele vrouwen.'

Wat vindt u zelf van het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen?
'Ik vind het aanbod een spiegelbeeld van wat ik hier zelf meemaak; de bladen laten duidelijk zien dat er verschillende doelgroepen zijn binnen de scene van homoseksuele mannen. Elke subgroep heeft een eigen blad. Je hebt Winq voor hippe mannen, Gay & Night is gratis en gaat weer meer over het uitgaansleven. Bij FERRY Menly Magazine spelen juist kunst en cultuur een grote rol.'

Denkt u dat zowel homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen zich kunnen identificeren met het blad Expreszo?
'De doelgroep van Expreszo zijn zowel mannen als vrouwen in de leeftijd van 16 tot 26 jaar. Expreszo is jong, trots, informatief en uit de kast, dus we hopen dat we zo veel mogelijk mensen aan kunnen spreken. Natuurlijk kan niet iedereen zich identificeren met het blad, want iedereen is net zo divers als de rest van de samenleving. Je kunt dus ook nooit kiezen om alles te behandelen, want dan wordt je blad vaag.'

Hoe wisselt u de vertegenwoordiging van homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen in Expreszo af?
'We proberen zoveel mogelijk een balans te vinden tussen mannen en vrouwen. Ik let daarbij op de onderwerpkeuzes, verhalen, foto's en de cover. Zo staat er de ene keer een man op de cover en de andere keer een vrouw. Soms vraagt het thema om iets anders of staan een man en een vrouw samen op de cover. Ik probeer het in ieder geval wel om en om te doen. Doe ik dat niet, en staat er bijvoorbeeld al twee nummers een man op de cover, dan hoor ik dat ook wel. Vrouwen klagen daar best snel over. Dan vinden ze bijvoorbeeld dat er te veel onderwerpen over mannen in het blad staan of dat het nieuws op de website alleen over mannen gaat.'

Waarom kies je er dan soms wel voor om vaker een man op de cover te plaatsen?
'Uit de verkoopcijfers van Expreszo blijkt dat mannen op de cover beter verkopen. Als homoseksuele jongens een blote man met buikspieren op de cover zien staan, dan trekt hen dat allemaal aan. Bij vrouwen is dat anders. Ik moet dan kiezen of ik het stereotype homovrouw neerzet of een heel vrouwelijke vrouw of iets daar tussenin. Bij vrouwen is dat heel lastig, want aan de ene kant willen we vooroordelen doorbreken, maar aan de andere kant identificeren veel homoseksuele vrouwen zich toch meer met een mannelijke vrouw. En als je ziet dat covers met mannen beter verkopen, dan ben je eerder geneigd om een goeduitziende jongen op de voorkant te plaatsen; je wilt toch geld verdienen.'

Volgens Maria van Oosten (hoofdredacteur Zij aan Zij) komt een blad voor homoseksuele vrouwen moeilijker aan adverteerders dan een blad voor homoseksuele mannen. Hoe zit dat bij Expreszo?
'Expreszo heeft een jonger publiek met minder koopkracht, dus het is in die zin sowieso lastig om aan adverteerders te komen. Wij moeten het hebben van advertenties van organisaties die voorlichting geven, zoals onder andere Soa Aids Nederland. Voor hen is het juist fijn dat wij zowel door jongens als meiden gelezen worden, omdat zij beide groepen willen bereiken.'

Wat is uw toekomstverwachting: blijft het verschil in aanbod zo groot? En: hoe denkt u dat deze branche zich ontwikkelt?
'Het verschil in aanbod blijft groot, omdat er geen markt voor nog een homovrouwenblad is. De rol van internet blijft stijgen, maar of daardoor bestaande bladen verdwijnen? Dat durf ik niet te zeggen. De rol van Expreszo zal ook in de toekomst hetzelfde blijven. Met dit blad willen we onder andere mensen helpen die nog moeite hebben met hun geaardheid. Voor elke generatie blijven die problemen hetzelfde, dus dat is voor Expreszo erg gunstig.'

4.3.4 Meija Bosma, uitgever =Magazine

Gesproken op 17 mei 2013.

Wat was uw drijfveer om =Magazine op te zetten?
'Er zijn in Nederland ongeveer 600.000 homoseksuele vrouwen en een veelvoud van dit aantal aan biseksuele vrouwen. Dat is een behoorlijke doelgroep, waarvan ik vind dat ze recht hebben op een glossy en een keuze daarin. Heterovrouwen kunnen kiezen uit een heel pakket aan glossy's, zoals LINDA., Elle, Elegance, Nouveau, Cosmopolitan en Marie Claire. Voor de homoseksuele en biseksuele vrouw bestond tot dat moment alleen Zij aan Zij. Een glossy ontbrak. Dat was de aanleiding om =Magazine te beginnen. Verder hebben mijn ondernemersinstelling, enthousiasme voor mooie tijdschriften en mijn eigen levensstijl als homoseksuele vrouw ervoor gezorgd dat ik dit blad ben gestart.'

Was er volgens u behoeften voor een nieuwe lesbische glossy? Zo ja, waarom dacht u dat?
'We hebben voorafgaand onderzoek gedaan naar de behoefte aan een lesbische glossy onder de doelgroep via social media. Het enthousiasme was groot en de vraag bleek er zeker te zijn.'

Kunt u verklaren waarom =Magazine maar vier edities heeft gehad?
'We hadden een beginkapitaal van 65.000 euro en een investeerder stond achter ons. Deze liet het echter op het laatste moment afweten. Na vier nummers was dit bedrag op en het aantal abonnees bleef steken op 64. De losse verkoop viel tegen en het lukte ons niet om op deze korte termijn grote adverteerders te winnen voor ons blad waarna =Magazine is stopgezet. Dit lage abonneeaantal heeft met de levensstijl van de homoseksuele vrouw te maken. Veel van 'ons' zijn alleenstaand of hebben een latrelatie. Zij moeten dus in hun eentje de kosten van wonen en levensonderhoud opbrengen. Met vaak een lager inkomen dan mannen hebben zij dus minder te besteden.'

Waarom denkt u dat er meer homobladen zijn voor mannen dan voor vrouwen?
'Dat draait allemaal om één ding: zichtbaarheid. Homoseksuele vrouwen zijn minder zichtbaar dan homomannen, zo simpel is het. Het is natuurlijk ook een heel diverse doelgroep waarvan de omvang en diversiteit door velen niet wordt (h)erkend. De homoman laat in tegenstelling tot de homovrouw duidelijker en zichtbaarder zijn seksuele voorkeur prevaleren boven alle andere rollen die hij in het leven vervult. Dit doen doen homoseksuele mannen onder meer in hun eigen tijdschriften.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?
'In de traditionele omgeving is het toch vaak de vrouw die meer tijd voor het lezen van tijdschriften heeft. Verder zijn vrouwen van nature meer gericht op de zaken die in de meeste bladen onder de aandacht worden gebracht, zoals lifestyle, wonen, relatie en niet te vergeten: mode en uiterlijk. Homomannen gedragen zich anders dan heteromannen; ze hebben meer 'vrouwelijk' interesses en de verschillende homobladen komen daar aan tegemoet.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Zichtbaarheid. Dat is de denk ik het grootste verschil. Homomannen exposeren hun homoseksualiteit veel meer dan homovrouwen.'

4.3.5 Maria van Oosten, hoofdredacteur Zij aan Zij

Gesproken op woensdag 8 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Ik denk dat dit een ordinaire centenkwestie is. Vrouwen gaan zuiniger met geld om. Uit ons lezersonderzoek van 2008 bleek dat homoseksuele vrouwen vaker alleen wonen dan homomannen. Vrouwen vinden het prettig om hun autonomie te behouden. Daardoor kiezer ze er dus sneller voor om apart te wonen. Mannen zijn daar minder benauwd voor. Ook werken zij over het algemeen vaker fulltime en hebben ze daardoor meer geld te besteden. En dus geven ze makkelijker geld uit. De meeste vrouwen werken parttime en met een gemiddeld inkomen van twaalfhonderd euro per maand houd je naast je vaste lasten, een huis en af en toe een vakantie niet veel geld over voor andere dingen.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?'Homomannen en heterovrouwen hebben één ding gemeen; ze houden allebei van exhibitioneren. Kijk bijvoorbeeld naar de Gay Pride en het Caribisch Festival in Rotterdam. Aan de Gay Pride nemen veel homomannen deel, bij het Caribisch Festival zie je veel heterovrouwen. Ik generaliseer natuurlijk enorm, maar ik denk dat ze ook op het gebied van tijdschriften veel met elkaar gemeen hebben. Bladen gaan, voor een groot deel, ook over uiterlijk vertoon. Homoseksuele vrouwen hebben daar minder behoefte aan.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Homoseksuele vrouwen treden minder naar buiten dan homoseksuele mannen. Ik plaats soms een oproepje op de website voor bijvoorbeeld een boekrecensent en een vrijwillige pr-functie. Binnen een dag krijg ik wel tien aanmeldingen voor boekrecensenten, terwijl niemand op het andere oproepje reageert. Voor de pr moet je iets meer naar buiten treden. Daaruit blijkt dat het gevoelig kan liggen om je als vrouw als homoseksueel te manifesteren.
Daarnaast zijn vrouwen ook zuiniger met hun geld. Ik stond een keer met mijn tijdschrift op Roze Zaterdag en daar zag ik duidelijk het verschil. Vrouwen bekeken het blad, lazen het nummer vervolgens van voor tot achter uit en liepen daarna weg. Mannen kwamen daarentegen langs, kenden het blad niet, bekeken het en bestelden meteen een proefabonnement voor een homoseksuele vriendin. Mijn lezeressen willen van alles, maar het moet altijd gratis zijn Een chatroom kost bijvoorbeeld al snel zesduizend euro en daarnaast moet er dan ook een moderator zijn. Het kost allemaal geld, maar het levert verder niks op.'

Is er een tekort aan aanbod of is er simpelweg geen behoefte onder homoseksuele vrouwen voor eigen tijdschriften?
'De behoefte voor meer tijdschriften is bij de doelgroep denk ik niet groot genoeg; alle initiatieven buiten Zij aan Zij om hebben het niet gered. Deels komt dat door een gebrek aan adverteerders en deels doordat homoseksuele vrouwen blijkbaar niet meerdere doelgroeptijdschriften willen kopen.'

Kunt u verklaren waarom de initiatieven buiten Zij aan Zij het niet gered hebben?
'Volgens de mensen van La Vita was Zij aan Zij gericht aan lesbiennes in de randstad en werden vrouwen in het noorden genegeerd. Met lesbische vrouwen heb je al een kleine doelgroep te pakken, dus dan is het riskant om dan ook nog een klein segment eruit te pakken. Lev Magazine bracht wat mode, interviews; allemaal heel breed. Zo werden er ook actrices geïnterviewd die niet lesbisch waren. Dan mis je signatuur. Het was niet professioneel gemaakt. =Magazine is maar vier edities verschenen en had weinig abonnees. Franc Craanen kan het, dat weet ik. Maar hij deed hetzelfde kunstje als bij mij. Dat was niet slim, want bij mij liepen veel abo's weg. Blijkbaar mis je dan een touch.'

Hoe komt het dat advertentie-inkomsten een zwak punt zijn bij een magazine voor homo- en biseksuele vrouwen?
'Adverteerders veronderstellen dat een magazine voor homoseksuele vrouwen minder door mannen wordt meegelezen. Ze plaatsen dan ook niet graag advertenties in bladen voor homoseksuele vrouwen, omdat de meeste advertenties betrekking hebben op het mannelijke homocirquit. Daarnaast vinden

ondernemingen, zoals homosauna's, het niet nodig om voor homoseksuele vrouwen te adverteren omdat zij volgens hen toch minder geld uitgeven dan homoseksuele mannen.'

Klagen lezeressen soms over het feit dat er maar één magazine is voor lesbische en biseksuele vrouwen?
'Ik krijg daar geen klachten over. Oudere lezeressen zeggen wel eens dat het blad jong oogt, maar jongeren zeggen juist dat het soms net een tijdschriften voor 'ouwewijven' is. Je kunt moeilijk een duidelijke smalle doelgroep aanspreken. Ik probeer daarom mijn onderwerpen te kiezen voor een zo breed mogelijk publiek. Iedereen vindt versiertips bijvoorbeeld leuk. Homoseksuele vrouwen hebben ook andere interesses dan hun geaardheid, maar die vinden ze ook in andere bladen. Ik heb een special interest blad, dus dan moet ik me daaraan houden. Als een magazine voor paardenliefhebbers gaat schrijven over nieuwe viswateren, dan haken ruiters ook af.'

Wat is uw toekomstverwachting: blijft het verschil in aanbod zo groot?'Er gaan tijdschriften vervallen; daar kun je niet omheen. Hoe minder de oplagen worden, hoe duurder het wordt om een blad te laten drukken. De vaste kosten moet je blijven betalen. Daarnaast denk ik dat de jongere lezers steeds meer op het internet bekijken en geen abonnementen meer afsluiten. Er heerst in Nederland een bezuinigingsdrift en het schrappen van abonnementen staat bijna bovenaan het lijstje van mensen om op kosten te besparen.
Ik weet in ieder geval bijna zeker dat niemand een nieuwe lesbisch magazine op de markt kan hebben en houden. De advertentie-inkomsten zijn een zwak punt, maar dat is maar een heel klein toefje op de taart. Het hebben van voldoende abonnees is namelijk nog veel belangrijker.'

4.3.6 Deelconclusie

In deze deelconclusie beantwoorden wij de deelvraag: *Welke verklaringen zijn er, volgens de hoofdredacteuren/uitgevers, voor het grote verschil in aanbod van homobladen voor mannen ten opzichte van homobladen voor vrouwen?*

Volgens Maria van Oosten, hoofdredacteur van *Zij aan Zij*, zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen vanwege een 'ordinaire centenkwestie'. Zij meent dat vrouwen minder verdienen en zuiniger met hun geld omgaan. Daardoor hebben zij minder budget voor tijdschriften. De behoefte is er volgens haar wel, maar ze willen er niet voor betalen. Daarnaast hebben mannen volgens Van Oosten meer behoefte aan uiterlijk vertoon. Dit komt tot uiting in hun koopgedrag (meer tijdschriften) en leefstijl (Gay Pride).

Tom Haines, hoofdredacteur van *Expreszo*, beaamt dit en voegt hier aan toe dat homomannen zich bij het kopen van tijdschriften als heterovrouwen gedragen. Dit houdt in: ze houden ervan om dingen aan te schaffen, op een terrasje te zitten en te lezen.

De uitgever van het inmiddels opgeheven blad =*Magazine* zegt juist dat er meer homobladen voor mannen zijn dan voor vrouwen door het gebrek aan zichtbaarheid van de homoseksuele vrouw. Meija Bosma zegt dat homomannen in tegenstelling tot homoseksuele vrouwen duidelijker en zichtbaarder hun seksuele voorkeur prevaleren boven alle andere rollen in het leven. Dit doen ze onder meer in hun eigen tijdschriften.

Marc Kabbedijk, hoofdredacteur *Ferry Menly Magazine*, geeft als belangrijkste oorzaak voor het verschil in aanbod dat de doelgroep van homoseksuele vrouwen veel kleiner is. Daarnaast benoemt Kabbedijk het gebrek aan adverteerders bij homobladen voor vrouwen. Tom Smits, uitvoerend uitgever van *Gay News*, haakt hier op in. Ook hij vindt dat er publicitair gezien geen markt is voor homoseksuele vrouwen. Dat komt omdat ze niet net als homoseksuele mannen hun eigen winkels of kroegen hebben. Als gratis titel kun je daardoor nauwelijks bereik opbouwen. Verder denkt Smits door een mislukt experiment van vrouwenpagina's in *Gay News* dat er geen behoeften is onder homoseksuele vrouwen. Het blad kreeg geen klachten over de verdwenen vrouwenpagina's en adverteerders wilden toch al niet rond deze pagina's adverteren.

4.4 Externen

In deze paragraaf komen de volgende externen achtereenvolgend aan bod:

• Gert Hekma, hoogleraar Gay and Lesbian Studies aan de Universiteit van Amsterdam
• Rob van Vuure, BLDNDKTR en voormalig creatief directeur van Sanoma
• Marianne Hoogma, werkte als redacteur bij het blad *Homologie* en was daarnaast jaren werkzaam bij de vakgroep Homostudies van Utrecht.

4.4.1 Gert Hekma, hoogleraar Gay and Lesbian Studies aan de Universiteit van Amsterdam

Gesproken op dinsdag 7 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Homoseksuele mannen hebben van alles meer. Ze hebben meer kroegen, meer feesten, eigen winkels, ze gaan meer uit in de homoscene. Ook hebben ze cruiseplaatsen. Homoseksuele vrouwen hebben eigenlijk niets van dat alles, zij houden het homo zijn meer privé. Vanuit dat oogpunt geredeneerd is het eigenlijk logisch dat homoseksuele mannen dus ook meer eigen bladen hebben.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?
'De behoeften van lesbische vrouwen worden al bevredigd in reguliere vrouwenbladen als Opzij en Viva. Deze titels zijn 'lesbovriendelijk'. Eigen tijdschriften, gericht op hun seksuele voorkeur, zijn voor homoseksuele vrouwen daarom overbodig. Bij de reguliere mannentitels is dat precies omgekeerd. Deze bladen mijden homoseksualiteit zoveel mogelijk, omdat dat niet bij hun macho imago zou passen. Homoseksuele mannen vinden in hun eigen bladen de herkenning die ze in reguliere titels missen.'

Is er een tekort aan aanbod of is er simpelweg geen behoefte onder homoseksuele vrouwen voor eigen tijdschriften?
'Ik denk het laatste; ze willen liever niet op hun seksuele voorkeur aangesproken willen worden. Ook treden ze er niet mee op de voorgrond. Bij mannen is die behoefte er wél. Aan de ene kant omdat ze zich niet thuis voelen in de reguliere mannenbladen, maar ook omdat homoseksuele mannen nog steeds gediscrimineerd worden. Van deze discriminatie wordt in Amsterdam 96 procent gemeld door homomannen en 4 procent door homovrouwen[90]. Homobladen gaan, in tegenstelling tot de reguliere mannenbladen, in op dit soort sociale kwesties.'

Waarin verschillen homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen van elkaar?
'Homoseksuele mannen zijn explicieter en treden met hun seksuele voorkeur meer naar buiten dan homoseksuele vrouwen. Ook bevinden zich onder homoseksuele mannen meer subculturen; je hebt bijvoorbeeld bears (behaarde mannen, red.), leerfetisjisten, nichten (vrouwelijke homoseksuele mannen, red.) en Drag Queens (man die zich op openbare optredens op uitbundige wijze als vrouw verkleed, red.). Een ander verschil is dat de homoscene van mannen hoofdzakelijk draait om seks; deze mannen zijn zeer actief op seksueel gebied.'

Waarom telde het COC in de eerste jaren zo weinig vrouwelijke COC leden? (1953: 7 procent, 1959: 13 procent)
'In de beginjaren van het COC mochten homoseksuele jongeren onder de 21 geen relatie of seks met elkaar hebben. Daarnaast was het verboden voor homoseksuele volwassenen om een relatie of seks te hebben met jongeren onder de 21, terwijl de minimumleeftijd voor hetero's op zestien jaar lag. Vooral mannen werden hier voor vervolgd. Ook de discriminatie richtte zich voornamelijk op mannen. Om die reden was het overgrote merendeel van het ledenbestand van het COC man. Daarbij moest de seksuele revolutie bij vrouwen zich nog voltrekken. In die jaren werden vrouwen als aseksueel gezien; ze deden niet aan masturberen en uitten zich niet. Het duurde tot de jaren zeventig voordat de eerste bar voor homoseksuele vrouwen de deuren opende. Deze ontwikkelingen lopen parallel met het gegeven dat homoseksuele vrouwen voor 1961 nauwelijks aan het woord kwamen in de bladen van het COC of lid waren van deze organisatie.'

Waarom manifesteren homomannen zich meer dan homoseksuele vrouwen?
'Mannen hebben, zowel hetero- als homoseksueel, altijd meer op de voorgrond getreden dan vrouwen.

[90] Buijs, L., Hekma, G. en Duyvendak J.W. (2008). *Als ze maar van me afblijven. Een onderzoek naar antihomoseksueel geweld in Amsterdam* (p. 55). Amsterdam: Amsterdam University Press.

In de 18de eeuw was de opvatting dat de man deel moest nemen aan het openbare leven en dat de vrouw thuis voor de kinderen moest zorgen. Dit beeld is inmiddels veranderd, maar door deze lange ingebakken traditie worden mannen nog altijd gezien als *players*; vrouwen zijn de trutjes.'

Wat is uw toekomstverwachting van de homobladen? Zullen er titels verdwijnen?
'De openstelling van het homohuwelijk betekende de doodsteek voor de homoseksuele pers. Vanaf dat moment richtten homomedia zich eigenlijk alleen nog op de onderdrukte moslimhomo's in Nederland. Tegelijk daarmee verdween de strijdkracht van het COC en veranderde de organisatie in een overheidsafdeling. Door de toegenomen homohaat keert deze strijdbaarheid de laatste jaren weer langzaam terug.'

4.4.2 Rob van Vuure, BLDNDKTR en voormalig creatief directeur van Sanoma

Gesproken op maandag 6 mei 2013.

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'Gemiddeld genomen houden homoseksuele mannen zich meer met lifestyle bezig dan homoseksuele vrouwen. Ze hebben vaak dezelfde vrouwelijke interesses als heterovrouwen. Ook hebben ze gemiddeld meer smaak dan heteromannen. Alle meningen over deze materie zijn ontzettend gegeneraliseerd, maar toch zijn er om die reden meer bladen voor homomannen, met L'HOMO als hoogtepunt. Juist omdat homomannen meer dan heteromannen geïnteresseerd zijn in mode, lifestyle en *the joy of life* is er een markt voor homoglossy's.'

Op de reguliere markt zijn het juist de vrouwen die meer tijdschriften kopen en lezen. Onder homoseksuelen lijkt dit geheel andersom te zijn. Wat is daar volgens u de reden van?
'Besef dat dit stereotypen zijn, maar homoseksuele mannen gedragen zich als heterovrouwen. Zij zoeken, net als heterovrouwen, steun in bladen. Ze zijn onzekerder en zien een magazine als een goede vriend. Heteromannen lezen alleen gespecialiseerde nichebladen over bijvoorbeeld voetbal, vissen of modelspoorwegen.'

Wat vindt u van het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen?
'Bij elke verschijning van L'HOMO zeg ik: waar blijft de L'ESBO? Eenmalig zie ik wel wat in zo'n blad voor de chique op mode- en lifestylegebied geïnteresseerde homoseksuele vrouw. Een dergelijke titel bestaat namelijk nog niet. L'ESBO kan dan, net als L'HOMO, één keer per jaar uitgebracht worden. Voor homoseksuele mannen zijn er meer dan genoeg titels. Voor de zeer geïnteresseerden is er zelf nog de Amerikaanse en Engelse markt waar diverse homomagazine bestaan.'

Wat is uw toekomstverwachting: blijft het verschil in aanbod zo groot? En: hoe denkt u dat deze branche zich ontwikkelt?
'Net als bij de reguliere tijdschriftmarkt denk ik ook dat in dit segment bladen om gaan vallen. Ik zie wel een toekomst voor bladen voor homoseksuele vrouwen. Voor hen zullen er meer titels komen.'

4.4.3 Marianne Hoogma, werkte als redacteur bij het blad Homologie en was daarnaast jaren werkzaam bij de vakgroep Homostudies van Utrecht.

Wat is uw verklaring waarom vrouwen pas later aan het woord kwamen in homobladen voor mannen en vrouwen?
'De 'opstand' van vrouwen hangt volgens mij samen met de opkomst van het feminisme in de jaren zeventig. Om die reden waren er in de jaren vijftig en zestig nog maar heel weinig vrouwen lid van het COC. Er ontstonden vanaf de 'opstand' ook radicale bewegingen als Paarse September die niets met mannen samen wilden doen. Vanuit die bewegingen werden de eerste tijdschriften voor homoseksuele vrouwen opgericht. Homomannen organiseerden zich al eerder dan homoseksuele vrouwen, omdat zij minder werden geaccepteerd. Denk aan de vervolging in de Tweede Wereldoorlog.'

Hoe kwam het dat de bestaande vrouwenbladen vrijwel altijd snel verdwenen?
'Dat bladen als DIVA en Lust en Gratie het niet hebben gered, heeft vooral te maken financiële oorzaken. Het is duur om een professioneel blad te maken voor een toch relatief kleine doelgroep. Homoseksuele mannen zijn over het algemeen wat kapitaalkrachtiger dan homovrouwen. Deze groep is daarom voor adverteerders commercieel interessanter dan vrouwen die van vrouwen houden. Homoseksuele mannen worden meer dan homovrouwen geassocieerd met seks en wisselende contacten. Veel van de mannenbladen spelen of speelden daar bijvoorbeeld op in met contactadvertenties.'

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?
'In de jaren tachtig was er onder mannen een enorme behoefte aan informatie over aids, iets wat minder speelde bij vrouwen. Vrouwen hadden toen vooral behoefte aan informatie over boeken en films met op homoseksuele vrouwen afgestemde inhoud. Tegelijkertijd zijn veel homovrouwen ook erg geïnteresseerd in 'vrouwendingen' en een blad als Opzij speelt daar al op in.'

Wat is uw toekomstverwachting? Zullen er titels verdwijnen?
'In de jaren tachtig van de vorige eeuw waren homoseksuelen actiever en strijdlustiger dan tegenwoordig. Door die strijd is er veel bereikt voor homomannen en –vrouwen, zoals de Wet Gelijke Behandeling en het homohuwelijk, waar de Gay Krant voor streed. Maar die krant van Henk Krol is nu ook ter ziele. Mensen kopen door de economische crisis geen tijdschriften meer; wat ze willen weten kunnen ze ook op internet vinden. Mijn mening is dat de markt van homotijdschriften voor zowel mannen als vrouwen zal krimpen.'

4.4.4 Deelconclusie

In deze deelconclusie beantwoorden wij de deelvraag: *Welke verklaringen zijn er, volgens kenners, voor het grote verschil in aanbod van homobladen voor mannen ten opzichte van homobladen voor vrouwen?*

Marianne Hoogma werkte als redacteur bij het blad *Homologie* en was daarnaast werkzaam bij de vakgroep Homostudies van Utrecht. Volgens haar vervullen typisch vrouwenbladen als *Opzij* al een groot deel van de behoeften van homoseksuele vrouwen. Een homoblad is daar niet voor nodig. Dit komt omdat de lesbische vrouw geïnteresseerd is in vrouwendingen en dus hoeft de nadruk niet gelegd te worden op homoseksualiteit. Daarnaast zegt ook Hoogma dat mannen kapitaalkrachtiger zijn en dat adverteerders daar op inspelen.

Volgens Gert Hekma, hoogleraar Gay and Lesbian Studies aan de Universiteit van Amsterdam, zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen omdat homomannen van alles meer hebben. Hiermee doelt hij op: meer kroegen, meer feesten, eigen winkels en ze gaan meer uit in de homoscene. Volgens Hekma is het hierdoor logisch dat mannen ook meer eigen bladen hebben. Hekma zegt net als Hoogma dat reguliere vrouwentitels al in de behoeften van homovrouwen voorzien, terwijl de reguliere mannenbladen elke zweem van homoseksualiteit vermijden. Daarnaast richt bijna alle homodiscriminatie zich op de mannen. Homobladen gaan in tegenstelling tot reguliere mannenbladen in op dit soort sociale kwesties.

Homomannen zoeken volgens Rob van Vuure, BLDNDKTR en voormalig creatief directeur van Sanoma, net als heterovrouwen steun in bladen. Deze steun krijgen zij in homobladen. Zij zijn onzekerder dan homoseksuele vrouwen en zien een magazine als een goede vriend.

Hoofdstuk 5: Conclusie

5.1 Inleiding

In dit gedeelte van het reflectiewerkstuk vormen wij een conclusie die van toepassing is op de hoofdvraag:

Waarom zijn er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen?

Na de conclusie presenteren Saskia Geurds en Thomas de Heide afzonderlijk een reflectie.

5.2 Conclusie

Het verschil in aanbod tussen homobladen voor mannen en voor vrouwen bestaat al vanaf het moment dat de eerste Nederlandse homotitel *Wij* (1932) werd opgericht. Dit homoblad richtte zich op mannen. De daaropvolgende veertig jaar bestonden er alleen homobladen voor mannen. Later werden er wel bladen voor vrouwen opgericht, maar het aanbod van vrouwenmagazines stond altijd in een schril contrast met het aantal mannenbladen.

Geschiedenis
De eerste homotitels richtten zich dus alleen op mannen. Vrouwen kwamen in deze bladen niet of nauwelijks aan bod. *Amarant* (1971) en *Paarse September* (1972) waren in Nederland de eerste tijdschriften voor homoseksuele vrouwen. Volgens Gert Hekma, hoogleraar Gay and Lesbian Studies aan de Universiteit van Amsterdam, zaten er enkele decennia tussen het eerste homoblad voor mannen en de eerste titel voor vrouwen, omdat pas in de jaren zeventig de seksuele revolutie van vrouwen zich voltrok. Voor die tijd werden vrouwen als aseksuele types gezien en hielden (homoseksuele) vrouwen zich op de achtergrond.
Homovrouwen startten vanaf die periode uit protest (radicale) groepen. Vanuit deze groepen ontstonden de eerste homobladen voor vrouwen, omdat de bestaande titels volgens hen te weinig voor en over homoseksuele vrouwen schreven. De al bestaande magazines richtten zich hoofdzakelijk op mannen en daarnaast schreven de COC-bladen, die zowel voor mannen als vrouwen bedoeld moesten zijn, nagenoeg alleen over mannen.
Tot 1980 maakten alle homobladen – zowel voor mannen als vrouwen - deel uit van een (politieke) organisatie of beweging. *Gay Krant* was de eerste onafhankelijke titel. Met het oprichten van onafhankelijke bladen nam de commercialisering van homomagazines toe. Vooral bij de mannenbladen kwam dit goed tot uiting. Er ontstonden gratis titels (*Gay & Night*), of tijdschriften vergrootten hun bereik door volledig in het Engels (*Trash in the Streets*) of tweetalig (*GA. A Monthly Gay magazine*) te verschijnen. *Squeeze* (1995) was de eerste titel waar grote mode- en cosmeticamerken zich aan verbonden. Met de komst van de commercialisering veranderde ook de oorzaak waarom homobladen voor homoseksuele mannen en vrouwen werden opgericht. Waar de meeste titels voor de jaren negentig hoofdzakelijk werden opgericht uit emancipatie- of frustratieoogpunt was dat daarna niet meer het geval. Het emancipatieproces maakte namelijk een stormachtige ontwikkeling door. Dit kwam door de komst van de Algemene Wet Gelijke Behandeling (1994), het geregistreerd partnerschap (1998), de adoptiewet (2000) en met als hoogtepunt de openstelling van het burgerlijk huwelijk (2001). Deze laatste doorbraak betekende volgens Hekma de ‘doodsteek van de homoseksuele pers’, omdat het emancipatiedoel bereikt was. *Zij aan Zij* bleef uiteindelijk als enig magazine voor homoseksuele vrouwen bestaan. Ook enkele titels voor homomannen verdwenen, maar deze werden steeds succesvol opgevolgd door nieuwe initiatieven.

Huidige situatie
Nederland telt op dit moment zes homobladen voor mannen, één voor LHBT’ers en één voor vrouwen. In vergelijking met de verhouding van homobladen voor mannen en vrouwen in de buurlanden Duitsland en België kan gesteld worden dat de situatie in Nederland niet opmerkelijk is. De markt van homobladen in Duitsland komt het meest overeen met Nederland, omdat in dit land ook meer bladen zijn voor homoseksuele mannen (dertien) dan voor homoseksuele vrouwen (twee). Met

België gaat deze vergelijking ten dele op; daar is één titel voor homoseksuele mannen. Voor homoseksuele vrouwen bestaan bij onze zuiderburen geen tijdschriften.
Vrouwen blijken, in de woorden van Meija Bosma, uitgever van het in 2013 geflopte =*Magazine*, niet bereid te zijn om aan (meerdere) bladen geld uit te geven. Naast dit gebrek aan behoefte onder de doelgroep tonen ook adverteerders geen interesse. Tom Smits, uitvoerend uitgever van *Gay News*: 'We hebben geprobeerd homoseksuele vrouwen te benaderen door vrouwenpagina's in *Gay News* op te nemen, maar dat liep op niets uit. Er waren geen adverteerders bereid om zich specifiek op homoseksuele vrouwen te richten.' Homoseksuele vrouwen hebben, in de woorden van Maria van Oosten (hoofdredacteur *Zij aan Zij*), minder geld te besteden dan homoseksuele mannen. Volgens haar wordt het koopgedrag van homoseksuele vrouwen dan ook veroorzaak door deze 'ordinaire centenkwestie'. Het minimale aanbod van adverteerders bij bladen voor homoseksuele vrouwen staat daar mogelijk mee in verband. Doordat homovrouwen minder geld uitgeven dan homomannen plaatsen adverteerders volgens Van Oosten liever geen advertenties in magazines voor homoseksuele vrouwen.
Een andere verklaring voor de scheve verhouding in het aanbod van homobladen voor mannen en vrouwen komt uit de doelgroep zelf. Uit onze enquête onder homomannen en -vrouwen blijkt dat homoseksuele vrouwen geen nadruk op hun seksuele geaardheid willen (laten) leggen. Zo zegt 41,7 procent van de vrouwelijke respondenten dat zij geen blad nodig heeft om zich geaccepteerd te voelen. Daarnaast meent 50,0 procent van de vrouwelijke respondenten dat mannen meer last hebben van het gebrek aan emancipatie en daardoor meer behoefte hebben aan iets herkenbaars, zoals een homoblad. Van de mannen gaf 33,3 procent aan dat zij meer op de voorgrond treden dan homoseksuele vrouwen. Mannen kopen, in de woorden van Marc Kabbedijk (hoofdredacteur *FERRY Menly Magazine*), vanwege hun grotere behoefte aan uiterlijk vertoon meer tijdschriften dan homoseksuele vrouwen: 'Hij kan zijn identiteit er in kwijt en tegelijkertijd kan hij het blad, dat er mooi uitziet, op de salontafel neerleggen.'
Ook speelt, in de woorden van Tom Haines (hoofdredacteur *Expreszo*), de diversiteit van de mannelijke homogemeenschap een rol in het aanbod van titels. De mannengemeenschap bestaat uit meer subculturen, die zich beter en meer verenigen dan de vrouwen. Hekma voegt hier aan toe dat deze vereniging onder meer tot uiting komt in het aanbod van eigen feesten, kroegen en tijdschriften. Tot slot zijn er simpelweg meer homoseksuele mannen dan vrouwen in Nederland: 328.000 mannen tegenover 218.000 vrouwen. Wanneer het aantal biseksuelen hierbij wordt opgeteld, leven er in Nederland 582.000 homo- en biseksuele mannen en 494.000 homo- en biseksuele vrouwen.

Toekomst
In de toekomst zullen er naar verwachting meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen bestaan, zeggen kenners. Maar tegelijkertijd zullen enkele bestaande titels verdwijnen. Kabbedijk: 'Doordat het aanbod zal verengen wordt niche nog meer niche.'
Rob van Vuure (BLDNDKTR) ziet nog markt voor één vrouwentitel: een jaarlijkse special voor 'de chique op mode- en lifestylegebied geïnteresseerde homoseksuele vrouw'. Andere experts, waaronder Van Oosten (*Zij aan Zij*), Marianne Hoogma (*Homologie*) en Smits (*Gay News*), zijn van mening dat er naast *Zij aan Zij* geen ruimte is voor nog een vrouwentitel. Hoogma: 'Typische vrouwenbladen als *Opzij* vervullen de behoeften van homoseksuele vrouwen al. Nog een homoblad is daardoor niet nodig.'
Voor homoseksuele mannen gaat die vlieger niet op, stelt Hekma. Reguliere mannenbladen vermijden elke zweem van homoseksualiteit. Als deze reguliere herentitels volgens Hekma ook in de toekomst niet op sociale kwesties ingaan die betrekking hebben op homoseksuele mannen, blijven homobladen voor mannen van waarde en dus bestaan.

5.3 Reflectie Thomas de Heide

Het is, naar mijn mening, niet voor niets dat er meer homobladen voor mannen (zes) dan voor vrouwen (één) zijn. Waar reguliere vrouwentitels zoals *Opzij* en *Viva* met verhalen of reportages regelmatig inhaken op de behoeften en interesses van homoseksuele vrouwen, vermijden mannenbladen elk vleugje homoseksualiteit. Ik val zelf in de doelgroep en wanneer ik een heterotitel lees, dan komt homoseksualiteit daarin vrijwel nooit aan bod. En als deze magazines wél over homoseksuele onderwerpen schrijven, dan is dit veelal met een negatieve ondertoon of volgens stereotypen. Wanneer ik over interesses of kwesties wil lezen die speciaal op homoseksuele mannen gericht zijn, dan ben ik verplicht om gebruik te maken van homobladen. Kranten spelen bijvoorbeeld wel in op sociale kwesties zoals geweld of acceptatie, maar dagbladen gaan niet in op de verdere leefwereld van homoseksuelen
Daarnaast hebben homomannen over het algemeen ten opzichte van homoseksuele vrouwen een grotere behoefte zich te manifesteren. Neem als voorbeeld de Gay Pride. Verder meent een deel van de homoseksuele mannen dat op het gebied van acceptatie nog - zo merk ik in mijn omgeving – vooruitgang is te boeken. Deze drang om zich te uiten en dus zichtbaar te willen zijn verklaart de grote behoefte aan eigen bladen. Deze behoefte krijgt extra kracht doordat homomannen voor mijn gevoel vaker negatief in het nieuws komen, minder geaccepteerd en meer gediscrimineerd worden dan homovrouwen; alle aangiften tegen homodiscriminatie wordt voor 96 procent door mannen gedaan. Ik lees bijvoorbeeld dat homoseksuele mannen in elkaar geslagen worden of hun huis uit worden gepest. Dit soort nieuws heeft, zover ik weet, (vrijwel) nooit betrekking op vrouwen.

Subculturen

De zes huidige homobladen voor mannen ontlenen hun bestaansrecht naast bovenstaande ook aan het feit dat ze zich allemaal op een andere subcultuur binnen de homogemeenschap richten. Om een paar voorbeelden te noemen: *Gay Krant* was/is er voor de (oudere) en weinig mondige provinciehomo, *Winq* richt zich op de jonge(re) en trendy homoseksuele man met grote portemonnee en *Gay News* focust zich op het alternatieve circuit: de *leather* (de homo die zich graag in leren kleding hult) en de *bear* (de stevig gebouwde en dik behaarde man). En dit is slechts een selectie van het aantal subculturen; *L'HOMO*, *FERRY Menly Magazine* en *Gay & Night* richten zich weer op andere groepen binnen de homogemeenschap.

Ik heb verschillende vriendinnen die homoseksueel zijn. Als ik naar hen kijk, valt mij op dat er onder homoseksuele vrouwen veel minder subculturen zijn, namelijk slechts twee: de *lipstick* (de zeer vrouwelijke homovrouw) en de 'tuinbroek' (de homovrouw met mannelijke trekjes). Buiten *Zij aan Zij* om, zijn er naar mijn mening, geen andere homobladen voor vrouwen wenselijk zijn; beide subculturen vinden voldoende aansluiting in dit blad; anders was er vast zowel een tijdschrift geweest voor de *lipstick* als een titel voor de 'tuinbroek'.

Diverse mislukte initiatieven hebben, in mijn ogen, bewezen dat er naast *Zij aan Zij* dus geen markt voor tijdschriften voor homoseksuele vrouwen is. Recente titels als *LEV* en *=Magazine* hebben het niet gered en stopten al na enkele nummers. Naast deze flops liggen er nog twee redenen ten grondslag aan de zeer beperkte tijdschriftmarkt voor homovrouwen. Homovrouwen verdienen minder geld dan homoseksuele mannen, waardoor adverteerders op hun beurt afhaken; commercieel gezien verdienen ze te weinig aan homoseksuele vrouwen.

Onderscheiden

Uit onze enquête blijkt dat tachtig procent van de ondervraagde vrouwen het aanbod van homobladen voor vrouwen te weinig vindt. Tegelijkertijd zijn deze vrouwen niet of nauwelijks bereid om homomagazine te kopen, gezien het mislukken van diverse experimenten. Gezien deze constatering is er, voor mijn gevoel, alleen markt voor een gratis vrouwen homomagazine. Een grote kans van slagen geef ik deze titel helaas niet; adverteerders zullen afhaken, omdat ze de homovrouw commercieel gezien oninteressant vinden.

De homobladen voor mannen zullen er op hun beurt voor moeten waken dat ze voor hun doelgroep een bijbehorende subcultuur van waarde blijven. Ze moeten zich blijven onderscheiden. Mode is bijvoorbeeld een aandachtsgebied dat ook door bladen als *Grazia Man* en de mannen *Vogue* wordt opgepakt. Homobladen maken het verschil door naast mode hun *unique selling point* (USP) in te

zetten: (persoonlijke) verhalen en achtergronden die alleen door homobladen gebracht kunnen worden. Bijvoorbeeld: drie homoseksuelen en hun stoere beroep (weg stereotype!), reconstructie van het weggepeste homostel in Leidsche Rijn en dergelijke.

Tegelijkertijd moeten de bestaande homobladen zich niet alleen ten opzichte van heterotitels onderscheiden, maar ook van elkaar. *L'HOMO*, *FERRY Menly Magazine* en *Winq* lopen anders bijvoorbeeld het risico teveel op elkaar te gaan lijken. De drie titels richtten zich weliswaar allemaal op een andere subcultuur, maar ze vertonen ook veel overeenkomsten. Bij alle drie staat de knappe, jonge man centraal en is luxe een belangrijk onderdeel binnen de bladformule. Als de redacties dit tijdens het maken van hun uitgaven in het achterhoofd houden, dan zie ik een mooie toekomst voor de homobladen in het verschiet met diverse (digitale) mannentitels en eventueel één vrouwenmagazine.

5.4 Reflectie Saskia Geurds

Homoseksuele vrouwen lijken geen doelgroep voor een magazine te zijn. Althans, dit komt naar voren uit de ontwikkeling van de markt voor homobladen. Homomannen beschikken over zes titels, terwijl homovrouwen het slechts met één titel moeten doen. Of dit huidige aanbod prima is? Ik vind van niet, want ik ben van mening dat het perfecte magazine voor de homo- of biseksuele vrouw nog niet bestaat, terwijl daar wel ruimte voor is. De recent ondernomen initiatieven (*La Vita, LEV Magazine* en *=Magazine*) mislukten niet voor niets. Deze bladen vervulden niet volledig de behoefte van homo- en biseksuele vrouwen, getuige het floppen van deze titels. Als homoseksuele vrouw heb ik bijvoorbeeld behoefte aan een homoblad voor vrouwen, maar niet omdat ik in de clinch zit over mijn geaardheid. Ik ben nieuwsgierig naar de 'lesboscene' en ik wil daar over lezen. Als ik kijk naar mezelf en naar mijn homoseksuele netwerk, merk ik ook dat homoseksualiteit niet of nauwelijks gevoelig ligt. Ik voel me zelfs niet anders dan mijn heterovriendinnen. Gert Hekma, hoogleraar Gay and Lesbian Studies: 'De behoeften van homoseksuele vrouwen worden al bevredigd in reguliere vrouwenbladen als *Opzij* en *Viva*. Deze titels zijn 'lesbovriendelijk'. Dat klopt, maar toch vervulleen deze reguliere titels mijn behoeften ook maar ten dele. Een fotoreportage met naakte vrouwen of een interview met een lesbisch rolmodel zou een goede aanvulling zijn op de al bestaande formules. En dus denk ik dat er nog markt is voor een jaarlijks verschijnende glossy als special bij een bestaande reguliere titel, zoals *LINDA.* dat met *L'HOMO* doet. Deze frequentie is prima, omdat ik niet elke zes weken een homoblad voor vrouwen hoef te lezen en daarnaast scheelt dit in kosten. Eens per jaar is voldoende.

Adverteerders
Naast de recent ondernomen initiatieven bestonden ook de homotitels voor vrouwen die in de jaren zeventig door (radicale) bewegingen werden opgericht over het algemeen niet lang. De meeste magazines verdwenen nadat de (homo)emancipatie voltooid was. Dat was immers ook de reden waarom deze bladen opgericht waren. Waar na de voltooiing van de emancipatie van homoseksuele mannen en vrouwen de herentitels opnieuw bestaansrecht kregen door (meer) te focussen op (homo)mode, lifestyle en andere (persoonlijke) verhalen, verliep dat bij de vrouwelijke titels minder goed. Homobladen voor vrouwen die zich de afgelopen tien jaar echter wel richtten op onder andere mode en lifestyle (*LEV Magazine, =Magazine),* konden niet financieel onafhankelijk opereren. Homo- en biseksuele vrouwen zijn een relatief kleine doelgroep in Nederland, dus om te kunnen blijven bestaan is het binden van lezers en het werven van adverteerders onmisbaar. Volgens Maria van Oosten (*Zij aan Zij)* zijn homo- en biseksuele vrouwen echter niet interessant voor adverteerders. Homoseksuele mannen zijn in de woorden van Van Oosten kapitaalkrachtiger dan homoseksuele vrouwen. Adverteerders haken af, omdat homoseksuele vrouwen minder budget hebben dan homoseksuele mannen. Om die reden zijn homovrouwen voor hen als doelgroep commercieel niet interessant. Een special voor homo- en biseksuele vrouwen die gekoppeld is aan een reguliere titel kan naar mijn mening een oplossing bieden. Een deel van het gewone publiek, maar ook het nieuwe publiek, zal het tijdschrift lezen waardoor de al bestaande adverteerders financiële zekerheid kunnen bieden. Een groot deel van de adverteerders in *LINDA.* duikt namelijk ook op in *L'HOMO.* Met een oplage van 100.000 exemplaren (ongeveer de helft van de oplage van *LINDA.*) wordt *L'HOMO* ook gelezen door de heterovrouw die zich interesseert voor homoseksualiteit. Het blad wordt namelijk ook bij de abonnees bezorgd.

Discriminatie
In tegenstelling tot de reguliere vrouwentitels mijden heteromannenbladen homoseksualiteit zoveel mogelijk, omdat dat niet bij hun macho imago zou passen. Homoseksuele mannen vinden in hun eigen bladen de herkenning die ze in reguliere titels missen, aldus Hekma. Dit verklaart ook meteen de scheve verhouding in het aanbod, want homoseksuele mannen hebben zodoende wel behoefte aan een eigen tijdschrift. Zij voelen zich niet thuis in de reguliere mannentitels. Daarnaast worden zij ook nog steeds gediscrimineerd. Ik hoor maandelijks nieuwsberichten over gepeste, mishandelde of zelfs vermoorde homomannen. Gelijke nieuwsberichten over vrouwen zijn er – in mijn ogen - nauwelijks. Van alle aangiftes met betrekking tot homodiscriminatie in Amsterdam was dan ook 96 procent door homomannen aangegeven, slechts 4 procent door homoseksuele vrouwen. De helft van de vrouwelijke

respondenten uit ons onderzoek beaamt dat mannen meer last hebben van een gebrek aan acceptatie en daardoor meer behoefte hebben aan iets herkenbaars, zoals een homoblad. Een vierde deel van de mannelijke respondenten geeft dat zelf ook aan.
Naast deze behoefte aan acceptatie lijkt het wel of mannen zich meer dan vrouwen in een hokje willen stoppen. Als je kijkt naar het aantal homokroegen, –feesten en –winkels is er altijd meer voor homomannen dan voor vrouwen. Zelfs op feesten voor homoseksuele mannen én vrouwen (Gay Pride) zijn het ook altijd de mannen die de boventoon voeren. Het is daardoor bijna vanzelfsprekend dat er ook meer homobladen zijn voor mannen dan voor vrouwen. De mannengemeenschap bestaat daarnaast ook uit meer subculturen dan de homoseksuele vrouwengroepering. Bladen spelen daar op in en blijven zich zodoende onderscheiden van elkaar. Tom Haines (*Expreszo)* geeft aan: 'Je hebt *Winq* voor hippe mannen. *Gay & Night* is gratis en gaat weer meer over het uitgaansleven. Bij *FERRY Menly Magazine* spelen juist kunst en cultuur een grote rol'. Bij homovrouwen lijken er slechts twee subculturen te zijn: de lipsticks (vrouwelijke vrouw) en de tuinbroek (mannelijke vrouw). Zouden bladen inspelen op deze subculturen, dan resulteert dat echter nog niet in eenzelfde verscheidenheid in aanbod zoals dat bij homomannen het geval is.

Toekomst
Maar waar homomannen zich beduidend meer manifesteren dan homoseksuele vrouwen, wil dat niet vanzelfsprekend zeggen dat vrouwen geen behoeften hebben aan (een) eigen blad(en). Van Oosten denkt dat homo- en biseksuele vrouwen wel degelijk behoefte hebben, maar dat het tegenvallende koopgedrag van deze doelgroep te maken heeft met een 'ordinaire centenkwestie', omdat homovrouwen een minder groot budget hebben.
Zij aan Zij probeert als enige blad voor homo- en biseksuele vrouwen de gehele doelgroep aan te spreken, maar het is een lastige opgave om dat per nummer te kunnen realiseren. Van Oosten: 'Oudere lezeressen zeggen wel eens dat het blad jong oogt, maar jongeren zeggen juist dat het soms net een 'oudewijven-tijdschrift' is'.
Mijn oplossing voor dit probleem is om, zoals eerder in deze reflectie toegelicht, een jaarlijkse special bij een reguliere titel op te zetten waar een groot deel van de homovrouwen zich in zal herkennen. Een special heeft vaak extra volume, waardoor je makkelijker een brede doelgroep aan kunt spreken. Een abonnement op een maandelijks blad dat zich alleen richt op homo- en biseksuele vrouwen is – gezien de geflopte titels – te duur. Daarom zou een homoblad met een lagere verschijningsfrequentie en lagere kosten de behoeften van veel homo- en biseksuelen vrouwen opvullen. De markt van homobladen zal echter altijd gedomineerd worden door mannentitels, maar ik denk dat deze jaarlijkse special een welkome aanvulling zou zijn.

Hoofdstuk 6: Taakverdeling

6.1 Inleiding
In dit hoofdstuk geven wij een overzicht van onze individuele input in deze reflectie. Hiermee kunnen wij duidelijk aantonen wie welke onderdelen gemaakt heeft.

6.2 Thomas de Heide

- Hoofdstuk 1: Toelichting

- Hoofdstuk 2: Geschiedenis
    - Homobladen voor mannen

- Hoofdstuk 3: Markt
    - Homobladen voor mannen

- Hoofdstuk 4: Verklaringen
    - Doelgroepenquête homomannen
    - Interview Gert Hekma
    - Interview Rob van Vuure
    - Interview Marc Kabbedijk
    - Interview Tom Smits

- Hoofdstuk 5: Conclusie

- Hoofdstuk 5: Eigen reflectie

6.3 Saskia Geurds

- Hoofdstuk 2: Geschiedenis
    - COC bladen
    - Homobladen voor vrouwen

- Hoofdstuk 3: Markt
    - Homobladen voor vrouwen

- Hoofdstuk 4: Verklaringen
    - Doelgroepenquête homovrouwen
    - Interview Marianne Hoogma
    - Interview Maria van Oosten
    - Interview Tom Haines
    - Interview Meija Bosma

- Hoofdstuk 5: Conclusie

- Hoofdstuk 5: Eigen reflectie

Hoofdstuk 7: Bronnen

Bronnen hoofdstuk 1

Gedrukte bronnen

Bartels, T. en Versteegen, J. (2005). *Homo-encyclopedie van Nederland* (p. 42). Amsterdam: Anthos.

Huysmans, F. en Haan, de J. (2010). *Alle kanalen staan open: de digitalisering van mediagebruik* (pp. 39-42). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Online bronnen

Huiskamp, F. (2013). *Gay Krant maakt doorstart, wordt een maandelijks opinieblad*. Binnengehaald op 22 april van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/04/09/gay-krant-maakt-doorstart-wordt-een-maandelijks-opinieblad/.

Kampen, van A. (2013). *Gay Krant vraagt vandaag na 34 jaargangen faillissement aan*. Binnengehaald op 22 april 2013 van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/03/12/gay-krant-vraagt-vandaag-faillissement-aan/.

N.N. (2012). *Bereik*. Binnengehaald op 25 april van http://www.magazines.nl/nl/research-en-results/bereik.

Bronnen hoofdstuk 2

Gedrukte bronnen

Hemker, M. en Huijsmans, L. (2009). *Lesbo encyclopedie*. Amterdam: Ambo/Anthos.

Hekma. G. (2004). *Homoseksualiteit in Nederland van 1730 tot de moderne tijd.* Amsterdam: Meulenhoff.

Bartels, T. en Versteegen J. (2005). *Homo Encyclopedie van Nederland*. Amsterdam: Anthos.

Bakkers, E. en Schuyf, J. (1985). *Homoseksualiteit en de Media*. Utrecht: Homostudies Utrecht.

Online bronnen

Duijzers, C. en Hoesenie, L. (2010). *Interview Bianca Hagenbeek (Chabba Magazine, Special Homoseksualiteit).* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://131.174.235.41/islam/magazine_chebba.pdf.

Huiskamp, F. (2013). *Gay Krant maakt doorstart, wordt een maandelijks opinieblad*. Binnengehaald op 22 april van http://www.nrc.nl/nieuws/2013/04/09/gay-krant-maakt-doorstart-wordt-een-maandelijks-opinieblad/.

Junes, T. (2011). *BUTT Magazine stopt*. Binnengehaald op 13 mei 2013 van: http://www.zizo-magazine.be/node/177.

Keijser, L. (2006). *Butt-boek met behaarde billen en mollige jongen*. Binnengehaald op 13 mei 2013 van: http://vorige.nrc.nl/kunst/article1741482.ece.

N.N. (2013). *Archief Lust en Gratie*. Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.iisg.nl/archives/en/files/l/ARCH03390.php.

N.N. (2013) *Archief Pottenblad: Lesbisch Tijdschrift.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.iisg.nl/archives/en/files/p/ARCH03356.php.

N.N. (2013). *Blad gelovige homo's stopt*. Binnengehaald op 11 mei 2013 van: http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/866448/2007/12/03/Blad-gelovige-homo-rsquo-s-stopt.dhtml.

N.N. (2013). *COC Praatje.* Binnengehaald op 8 mei 2013 van: www.homoinfo.nl/downloads/voorlichting/COC%20Geschiedenis.doc.

N.N. (2013). *Over LaVita.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.la-vita.nl/la-vita/lavita-top/over-lavita.

N.N. (2013). *Over ons. In actie voor LHBT'ers.* Binnengehaald op 6 mei 2013 van: http://www.coc.nl/over-ons.

N.N. (2012). *PROUD Magazine*. Binnengehaald op 24 mei 2013 van: https://twitter.com/proud_magazine.

Spinhoven, S. (2008). *Winq neemt abonnees Squeeze.* Binnengehaald op 14 mei 2013 van: http://www.adformatie.nl/nieuws/bericht/winq-neemt-abonnees-squeeze-over/.

Gesproken bronnen

Meeuwissen, K. (persoonlijke communicatie, 16 mei, 2013).

Bronnen hoofdstuk 3

Gedrukte bronnen

Hemker, M. en Huijsmans, L. (2009). *Lesbo encyclopedie*. Amterdam: Ambo/Anthos.

Bartels, T. en Versteegen J. (2005). *Homo Encyclopedie van Nederland*. Amsterdam: Anthos.

Online bronnen

Bartelds, R. en Koetsier, H. (2011) *Retriever nieuwsbrief nr. 4, april 2011*. Binnengehaald op 23 april 2013 van: http://www.retriever.nl/files/upload/bestand/4_retrievernieuwsbrief_april11.html.

N.N. (2013). *About.* Binnengehaald op 16 mei 2013 van: http://www.glumagazine.com/v1/about

N.N (2013). *Amarant.* Binnengehaald op 12 mei 2013 van: http://www.groep7152.nl/new-page-2/amarant.html.

N.N. (2012). *COC Nijmegen*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.pink-nijmegen.nl/index.shtml.

N.N. (2011). *COC Nijs*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://cocfries.piweb.com/index.php/organisatie/coc_frieslands_blad_nijs/.

N.N. (2013). *Homo's worden meer geaccepteerd.* Binnengehaald op 16 mei 2013 van: http://nos.nl/artikel/507317-homos-worden-meer-geaccepteerd.html.

N.N. (2013). *Ledenblad Zinnen*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocrotterdam.nl/pages/nieuws/ledenblad-zinnen.php.

N.N. (2013). *Lid worden*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocmiddengelderland.nl/lidworden.html.

N.N. (2013). *Lid worden*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocnoordhollandnoord.nl/lid-worden/.

N.N. (2013). *Magazine*. Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://coczwolle.nl/index.php/vereniging/magazine.

N.N. (2013). *Word lid!* Binnengehaald op 25 april 2013 van: http://www.cocleiden.nl/vereniging/word-lid.

Gesproken bronnen

Haines, T. (persoonlijke communicatie, 10 mei, 2013).

Oosten, M. Van. (persoonlijke communicatie, 8 mei, 2013).

Redactie LINDA. (persoonlijke communicatie, 15 mei, 2013).

Smits, T. (persoonlijke communicatie, 13 mei, 2013).

Bronnen hoofdstuk 4

Gedrukte bronnen

Wobma, E. (2011). *Mannen en vrouwen in Nederland* in *Bevolkingstrends, 1e kwartaal 2011*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek

Bakker, F. en Vanwesenbeeck, I. (2006). *Seksuele gezondheid in Nederland 2006*. Delft: Uitgeverij Eburon.

Buijs, L., Hekma, G. en Duyvendak J.W. (2008). *Als ze maar van me afblijven. Een onderzoek naar antihomoseksueel geweld in Amsterdam*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Bronnen hoofdstuk 8

Online bronnen

N.N. (2013). *Blu (Zeitschrift)*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://de.wikipedia.org/wiki/Blu_%28Zeitschrift%29.

N.N. (2013). *Box (Zeitschrift*). Binnengehaald op 29 april 2013 van http://de.wikipedia.org/wiki/Box_%28Zeitschrift%29.

N.N. (2013). Die *Verbreitungsgebiete*. Binnengehaald op 6 mei 2013 van www.publigayte.de/publigayte_mediadaten_2013.pdf.

N.N. (2013). *DU&ICH*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://www.homowiki.de/Du_und_ich.

N.N. (2013). *Escape - Hamburgs Magazin für Lesben.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.escape-hamburg.de/.

N.N. (2013). *Het roze huis.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.hetrozehuis.be/node/28.

N.N. (2013). *Hinnerk (magazine)*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van http://en.wikipedia.org/wiki/Hinnerk_%28magazine%29.

N.N. (2013). *Impressum.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.l-mag.de/impressum.html.

N.N. (2010). *LABELS #2: boekje dikker en oplage verhoogd*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://www.gaybelgium.be/content/EkyuZuAyEpswhLnWYg.shtml.

N.N. (2013). *L.Mag. Das Magazin für Lesben.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.l-mag.de/.

N.N. (2013). *Mediadaten zum Download (PDF)*. Binnengehaald op 8 mei 2013 van http://www.sissymag.de/media.html.

N.N. (2013). *Queer Travel.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.queer-travel.net/fileadmin/files/pdf/mediadaten/QT_mediadaten_2013.pdf.

N.N. (2013). *Siegessäule.de.* Binnengehaald op 19 mei van: http://www.siegessaeule.de/no_cache.html.

N.N. (2013). *Schwulissimo*. Binnengehaald op 6 mei 2013 van http://de.wikipedia.org/wiki/Schwulissimo.

N.N. (2013). *Spartacus Traveler*. Binnengehaald op 8 mei 2013 van http://www.touristiklounge.de/user/spartacus-traveler.

N.N. (2013). *ZIZO Online.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.zizo-magazine.be/.

Hoofdstuk 8: Bijlagen

8.1 Situatie Duitsland – homobladen voor mannen

8.1.1 DU&ICH[91]

Het oudste nog bestaande homoblad voor homoseksuele mannen in Duitsland is *DU&ICH*. De titel verschijnt sinds 1969. Andreas Hergeth is hoofdredacteur van dit homoblad dat zes keer per jaar verschijnt in een oplage van 20.000 exemplaren. *DU&ICH* kost 7,95 euro en wordt uitgegeven door Special Media SDL GmbH. Deze uitgeverij geeft ook de homobladen *Siegessäule, L-Mag* en *Queer Travel* uit. Op de cover van *DU&ICH* staan vaak (half)naakte gespierde modellen of beroemdheden afgebeeld. De belangrijkste aandachtsgebieden van deze titel zijn lifestyle, cultuur, seks (fotoreportages met veel bloot), discussies, homobijeenkomsten en de (inter)nationale homoactualiteit.

8.1.2 Männer

Sinds 1987 verschijnt *Männer*, een tijdschrift voor homoseksuele mannen dat zich richt op lifestyle, entertainment, actualiteit, reizen, sport en cultuur. De titel wordt uitgegeven door Bruno Gmünder Verlag GmbH, het bedrijf dat ook reismagazine *Spartacus Traveler* en diverse boeken en kalenders voor homoseksuele mannen uitgeeft. *Männer* telt 100 pagina's en verschijnt elke maand in een oplage van 24.000 exemplaren. De titel staat onder hoofdredactie van Paul Schulz. Met een kostprijs van 7,95 euro per nummer is *Männer* het duurste magazine voor homoseksuele mannen in Duitsland.

8.1.3 Spartacus Traveler

Spartacus Traveler is het enige homoblad in Duitsland dat alleen over reizen gaat. Het blad bestaat sinds 2006. Vier keer per jaar bedient deze titel de lezer over vakanties, lifestyle en (reis)trends. De titel verschijnt sinds 2006 in een oplage van 25.000 exemplaren[92]. Het blad kost 3,95 euro per nummer en telt 84 pagina's. Bruno Gmünder Verlag GmbH, de uitgever van homoblad *Männer* en diverse boeken en kalenders voor homoseksuele mannen, geeft ook *Spartacus Traveler* uit. Dirk Baumgartl is hoofdredacteur van deze titel.

8.1.4 Blu/Rik/Gab[93]*:*

Blu Media Network GmbH maakt onder hoofdredactie van Michael Rädel een gratis homoblad dat maandelijks in diverse Duitse stedelijke regio's wordt verspreid. De titel heeft in elke regio andere katernen. Ook heet het magazine in elk gebied anders. Het gratis blad telt 84 pagina's en heet in Berlijn, Bremen, Hamburg, Hannover, Nürnberg en München *Blu*. In Düsseldorf, Keulen en het Ruhrgebied ligt de titel als *Rik*. In Frankfurt en Stuttgart draagt het blad de naam *Gab. Blu, Rik* en *Gab* verschijnen in een gezamenlijke oplage van 119.000 exemplaren. De belangrijkste aandachtsgebieden zijn mode, cultuur, reizen, wellness, uitgaan en design. Lezers die *Blu, Rik* of *Gab* thuis willen laten bezorgen, betalen 2,50 euro per nummer. Blu Media Network GmbH startte in 1997 met dit concept, dat tot 2007 de naam *Sergej* droeg.

8.1.5 Mate

Mate is de Duitse versie van de Nederlandse homoglossy *Winq* en verschijnt sinds 2011. *Mate* kost in Duitsland 6,95 euro en verschijnt vier keer per jaar in een oplage van 50.000 exemplaren. De Duitse versie is met 98 pagina's dikker dan *Winq*. Net als in Nederland is ook Edwin Reinerie van deze editie hoofdredacteur. *Mate* bestaat voor een gedeelte uit eigen content en voor een deel uit vertaalde artikelen uit *Winq*. De belangrijkste speerpunten in *Mate* zijn body, mind, reizen, cultuur mode en design. In het katern Fashion & Design schuwt *Mate* geen confronterende situaties, door bijvoorbeeld schaars geklede homoseksuele modellen in een kerk te fotograferen. De titel behandelt ook sociale

---

[91] N.N. (2013). *DU&ICH*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://www.homowiki.de/Du_und_ich.

[92] N.N. (2013). *Spartacus Traveler*. Binnengehaald op 8 mei 2013 van http://www.touristiklounge.de/user/spartacus-traveler.

[93] N.N. (2013). *Blu (Zeitschrift)*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://de.wikipedia.org/wiki/Blu_%28Zeitschrift%29.

kwesties, zoals een islamitische beweging in Duitsland die ook homoseksuele leden toestaat.

8.1.6 BOX[94]
Het gratis tijdschrift *BOX* bestaat sinds 1993 en ligt elke maand voor homoseksuele mannen op zevenhonderd locaties verspreid door heel Duitsland. *BOX* kan ook thuisbezorgd worden en kost dan 3,33 euro per nummer. De oplage van dit 48 pagina's tellende tijdschrift bedraagt 40.000 exemplaren. *BOX* is het ruigste magazine onder de Duitse homobladen: de gekozen modellen zijn vaak afgebeeld in leer en hebben veel tatoeages. De belangrijkste aandachtsgebieden van *BOX* zijn actualiteit, gezondheid, eten en vrije tijd. BOX Medien GmbH geeft deze titel uit, die onder hoofdredactie staat van Michael Zgonjanin.

8.1.7 Hinnerk[95]
Na *Blu* en *Schwulissimo* is *Hinnerk* het derde gratis stadsmagazine voor homoseksuele mannen in Hamburg. *Hinnerk* bestaat sinds 2003 en ligt op honderden locaties verspreid in door de stad. De titel telt 68 pagina's en verschijnt elke maand in een oplage van 25.000 exemplaren. *Hinnerk* kan ook thuisbezorgd worden en kost dan 3,75 euro per nummer. Uitgever Publigayte brengt naast *Hinnerk* in andere regio's ook homomagazines *LEO, Flash, FRESH* en *Siegessäul*e uit. De drie eerstgenoemde bladen oriënteren zich op homoseksuele mannen, *Siegessäul*e richt zich op zowel homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen. De belangrijkste aandachtsgebieden van *Hinnerk* zijn cultuur, reizen, uitgaan en relatie. Christian Ewert is de hoofdredacteur van dit blad.

8.1.8 LEO
Naast homoblad *Blu* is ook *LEO* een gratis maandelijks stadsmagazine voor homoseksuele mannen in München. *LEO* bestaat sinds 1998, telt 52 pagina's en ligt in een oplage van 20.000 exemplaren[96] door heel München. Bernd Müller is hoofdredacteur van het magazine. *LEO* kan ook thuisbezorgd worden en kost dan 3,75 euro per nummer. Uitgever Publigayte brengt naast *LEO* in andere regio's ook homomagazines *Hinnerk, Flash, FRESH* en *Siegessäul*e uit. De drie eerstgenoemde bladen oriënteren zich op homoseksuele mannen, *Siegessäul*e richt zich op zowel homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen. De belangrijkste aandachtsgebieden van *LEO* zijn actualiteit, vrije tijd, cultuur en lifestyle. Tot 2007 droeg *LEO* de naam *sergej.münchen.*

8.1.9 FRESH
Naast *Schwulissimo* en *Rik* is ook *FRESH* een gratis maandelijks regionaal magazine dat verspreid wordt in Düsseldorf en Noord-Rijnland-Westfalen. *FRESH* bestaat sinds 2009, telt 52 pagina's en verschijnt in een oplage van 15.000 exemplaren. Uitgever Publigayte brengt naast *FRESH* in andere regio's ook homomagazines *Hinnerk, Flash, LEO* en *Siegessäul*e uit. De drie eerstgenoemde bladen oriënteren zich op homoseksuele mannen, *Siegessäul*e richt zich op zowel homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen. De belangrijkste aandachtsgebieden van *FRESH* zijn actualiteit, gezondheid, reizen, cultuur en uitgaan. De hoofdredacteur van dit magazine is Dietrich Dettmann.

8.1.10 Flash
Naast *Rik* is ook *Flash* een gratis maandelijks regionaal magazine dat verspreidt wordt in Keulen. *Flash* bestaat sinds 2009, telt 28 pagina's en wordt in een oplage van 20.000 exemplaren verspreidt. Uitgever Publigayte brengt naast *Flash* in andere regio's ook homomagazines *Hinnerk, FRESH, LEO* en *Siegessäul*e uit. De drie eerstgenoemde bladen oriënteren zich op homoseksuele mannen, *Siegessäul*e richt zich op zowel homoseksuele mannen als homoseksuele vrouwen. De belangrijkste

[94] N.N. (2013). *Box (Zeitschrift*). Binnengehaald op 29 april 2013 van http://de.wikipedia.org/wiki/Box_%28Zeitschrift%29.

[95] N.N. (2013). *Hinnerk (magazine)*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van http://en.wikipedia.org/wiki/Hinnerk_%28magazine%29.

[96] N.N. (2013). Die *Verbreitungsgebiete*. Binnengehaald op 6 mei 2013 van www.publigayte.de/publigayte_mediadaten_2013.pdf.

aandachtsgebieden van *Flash* zijn actualiteit, relatie en uitgaan. Het tijdschrift is tweetalig; de artikelen zijn zowel in het Duits als Engels.

8.1.11 Schwulissimo[97]
In een totale oplage van 71.000 exemplaren verschijnt elke maand in Noord- en West-Duitsland *Schwulissimo*. De titel kent twee versies: *Schwulissimo Nord* en *Schwulissimo West*. Het magazine telt 84 pagina's is gratis te verkrijgen in het verspreidingsgebied. *Schwulissimo* kan ook thuisbezorgd worden en kost dan 4 euro per nummer. Uitgever is Fash Medien Verlag GmbH. De belangrijkste aandachtsgebieden van *Schwulissimo* zijn actualiteit, entertainment, reizen, auto's en uitgaan. Michael Gold is hoofdredacteur van beide edities. Editie Noord is verkrijgbaar in het gebied Hamburg, Bremen, Nedersaksen, Sleeswijk-Holstein en Mecklenkburg-Voor-Pommern. Editie West verschijnt in in Noord-Rijnland-Westfalen.

8.2 Situatie Duitsland – homobladen voor vrouwen

8.2.1 Escape[98]
Escape bestaat sinds 1997 en is een Hamburgs tijdschrift gericht op homoseksuele vrouwen. Het blad kost 3,50 euro en verschijnt twaalf keer per jaar. De onderwerpen die in dit magazine aan bod komen zijn onder andere projecten van vrouwen in Hamburg, bezoeken aan lesbiennes in het Buitenland (bijv. Argentinië), buitenactiviteiten voor vrouwen, cultuur, amusement (tv en boeken tips). Ook behandelt *Escape* maatschappelijke ontwikkelingen zoals de acceptatie van lesbiennes in andere landen (De Democratische Republiek Congo). Het blad is ook actueel want activiteiten als Rainbowflash 2013: Internationale dag tegen homofobie.

8.2.2 L Mag[99]
L Mag is sinds 2003 het Duitse magazine voor de moderne lesbienne. Het blad kost 4,50 euro in Duitsland, maar is ook in andere landen te koop (Zwitserland, Oostenrijk, Italië en Luxemburg). Naar eigen zeggen is *L Mag* een lustvol en levendig tijdschrift. Met een oplage van 11.000 exemplaren[100] verschijnt het blad zes keer per jaar onder de redactie van Manuela Kay, Simone Veenstra en Stephanie Kuhnen. Het blad heeft ook een internetportal met thema's als dating, cultuur en actueel nieuws. Special Media SDL geeft het blad uit. Deze uitgeverij geeft ook de homobladen *DU&ICH*, *Siegessäule* en *Queer Travel* uit. *DU&ICH* is een blad voor homoseksuele mannen en *Siegessäule* en *Queer Travel* zijn gericht op homoseksuele mannen en vrouwen.

8.3 Situatie Duitsland – homobladen voor LHBT'ers

8.3.1 SISSY
Sinds 2009 verschijnt *SISSY*, het enige magazine over homofilms in Duitsland. Het blad telt 48 pagina's en komt vier keer per jaar uit in een oplage van 20.000 exemplaren[101]. *SISSY* staat onder hoofdredactie van Jan Künemund. Het magazine is gratis en ligt in heel Duitsland bij (homo)bioscopen, videotheken, filmhogescholen en andere plekken waar homoseksuele mannen en homoseksuele vrouwen komen. Een abonnement is ook gratis. Salzgeber & Co. Medien GmbH is de uitgever van *SISSY*. Het magazine bestaat voornamelijk uit lange achtergrondverhalen over nieuwe films of rolprenten die op dvd verschijnen.

---

[97] N.N. (2013). *Schwulissimo*. Binnengehaald op 6 mei 2013 van http://de.wikipedia.org/wiki/Schwulissimo.

[98] N.N. (2013). *Escape - Hamburgs Magazin für Lesben.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.escape-hamburg.de/

[99] N.N. (2013). *L.Mag. Das Magazin für Lesben.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.l-mag.de/

[100] N.N. (2013). *Impressum.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.l-mag.de/impressum.html

[101] N.N. (2013). *Mediadaten zum Download (PDF)*. Binnengehaald op 8 mei 2013 van http://www.sissymag.de/media.html.

8.3.2 Siegessäule[102]
Dit gratis magazine voor homoseksuele mannen en vrouwen bestaat sinds 1984 en is het stadsmagazine van Berlijn. Het blad verschijnt twaalf keer per jaar met een oplage van 53.000. Het ligt op 572 locaties in berlijn en wordt uitgegeven door Special Media SDL. Deze uitgeverij geeft ook de homobladen *DU&ICH, L-Mag* en *Queer Travel* uit. Cultuur, uitgaanstips en andere hotspots in Berlijn komen in dit magazine aan bod. Daarnaast maakt het blad ook plaats voor homoseksuele onderwerpen als liefde en lust.

8.3.2 Queer Travel[103]
Dit reismagazine voor homoseksuele vrouwen en mannen verschijnt twee keer per jaar met een oplage van 100.000 exemplaren. Het blad brengt vakantienieuws, reisverslagen en service tips; speciaal geselecteerd voor homoseksuele mannen en vrouwen. *Queer Travel* wordt uitgegeven door Media SDL. Deze uitgeverij geeft ook de homobladen *DU&ICH, L-Mag* en *Siegessäule* uit.

8.4 Situatie België – homobladen voor mannen

8.4.1 INCH
Het enige homoblad voor homoseksuele mannen in België is het Nederlandstalige *INCH*. Deze glossy heette tot de zomer van 2012 *LABELS*, maar onderging kort daarna een naamsverandering. Deze titel kost 5,90 euro en verschijnt zes keer per jaar op A5 formaat. *INCH* telt 164 pagina's. De glossy heeft een jonge uitstraling, door voornamelijk twintigers aan het woord te laten of af te beelden. De belangrijkste aandachtsgebieden zijn mode, reizen, psyche, verzorging, entertainment en cultuur. Net als *L'HOMO* doorbreekt *INCH* stereotypen, door homoseksuele mannen met stoere beroepen te portretteren. *INCH* staat onder hoofdredactie van Stefan Scheers en verschijnt in een oplage van 11.500[104] exemplaren. De titel wordt uitgegeven door LABELS Media & Publishing Comm.V.

8.5 Situatie België - homobladen voor LHBT'ers

8.5.1 ZiZo[105]
ZiZo is een driemaandelijks Belgisch magazine voor holebi's en transgenders. Het blad wordt onderhouden door Çavaria, een holebi- en transgenderfederatie. In *ZiZo* vind je nieuws over sociale vraagstukken, politiek en cultuur, interviews, muziek, literatuur, strips en agendapunten. Naast het papieren tijdschrift heeft *ZiZo* ook een actieve internetsite. *ZiZo* bestaat sinds 1993 en verschijnt met een oplage van 10.000 exemplaren.

8.5.2 De Magneet[106]
De eerste editie van *De Magneet* verscheen in 1994. Voorheen was *De Magneet* de nieuwsbrief van *Het Roze Huis* in Antwerpen, maar het 'blad' groeide snel uit tot een tijdschrift. *Het Roze Huis* is een organisatie in Antwerpen voor alle holebi- en transgender groepen. Het blad verschijnt vier keer per jaar met een oplage van 1.800. *De Magneet* richt zich met name op holebi's en transgenders in de provincie Antwerpen, maar geeft ook aandacht aan buitenlandse ontwikkelingen.

---

[102] N.N. (2013). *Siegessäule.de.* Binnengehaald op 19 mei van: http://www.siegessaeule.de/no_cache.html

[103] N.N. (2013). *Queer Travel.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.queer-travel.net/fileadmin/files/pdf/mediadaten/QT_mediadaten_2013.pdf

[104] N.N. (2010). *LABELS #2: boekje dikker en oplage verhoogd*. Binnengehaald op 3 mei 2013 van: http://www.gaybelgium.be/content/EkyuZuAyEpswhLnWYg.shtml.

[105] N.N. (2013). *ZIZO Online.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.zizo-magazine.be/

[106] N.N. (2013). *Het roze huis.* Binnengehaald op 19 mei 2013 van: http://www.hetrozehuis.be/node/28

8.6 Ingevulde enquêtes homoseksuele mannen

LEEFTIJDSCATEGORIE 15 - 25 JAAR

Naam: Stefan G.
Opleidingsniveau: HBO/VWO
Leeftijd: 22

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Elsevier
2) Linda.
3) L'homo
4) Donald Duck

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo X
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant X
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO X
7) Update
8) Winq X
9) Zij aan Zij

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO X
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Nou, in het blad wat ik lees zie je eigenlijk alleen maar blanke, Nederlandse homo's, maar er moeten ook homoseksuele Turkse, Marokkaanse mannen zijn. Die kom je eigenlijk niet tegen in de bladen.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Staat dicht bij mijzelf
2) Spreekt me aan

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Uitgaan, ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat ze genoeg tips geven.
2) Leefstijl, ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat dit vaak besproken wordt.

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Nou ik lees maar één blad en dat vind ik een prima blad.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) De 'normale' homo
2) -
3) -

Vraag 9 en 10 heeft deze respondent niet ingevuld.

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee, want ik maak geen gebruik van andere homomedia.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed X
3) Te veel

Toelichting op je keuze: *'Ik maak geen gebruik van dus vind het wel prima.'*

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed X
3) Te veel

Toelichting op je keuze: *'Wederom ook hier: ik maak niet veel gebruik van homomedia en bladen dus ik zoek het ook niet echt.'*

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) Ik lees er wel een, maar ik ben niet echt op zoek naar andere bladen. Trekt me niet.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Omdat er voor mijn gevoel meer homo's in de mediawereld werken en ook meer naar buiten treden dan lesbische vrouwen. Het ligt dus dichter bij.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat het ligt aan het feit dat er meer homoseksuele mannen naar voren treden en de aandacht zoeken dan lesbische vrouwen. Als ik naar mezelf kijk ken ik ook meer mannen dan vrouwen die homoseksueel zijn.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 15 - 25 JAAR

Naam: Daan V.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 21

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels. (Ga bij 'nee' door naar vraag 9)

Antwoord: Nee

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo x
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant x
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO x
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

<u>Vraag 3 t/m 9 heeft deze kandidaat niet ingevuld.</u>

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

'Nee, die gebruik ik niet.'

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Niet van toepassing.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Niet van toepassing.'

VRAAG 12a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik snap niet waarvoor deze media nodig zijn. Ik heb er zelf totaal geen behoefte aan.'

VRAAG 12b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Zie vraag 12a.'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) geen behoefte
2) geen interesse
3) geen zin

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Bij vrouwen valt het lesbo zijn meestal minder op, dus waarschijnlijk vallen de tijdschriften ook minder op?!'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat mannen er meer behoefte aan hebben en meer met hun geaardheid bezig zijn dan vrouwen.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 15 - 25 JAAR

Naam: Sander van V.
Opleidingsniveau: hbo
Leeftijd: 23

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Men's Health
2) Quest
3) NRC Next

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	*x*
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	*x*
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Dat geloof ik wel. In alle homobladen zit variatie maar gaat het vaak over de vrijheid van het homo zijn. Dit is iets wat alle homo's willen en dus herkenbaar is voor iedereen. Het blad L'HOMO heeft zo ooit een moslimhomo in zijn blad gehad en ook in de Gay Krant staan homo's van verschillende geloofsovertuigingen.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Herkenbare onderwerpen en personen
2) Interessante artikelen bij sommige homobladen (dit kan ook voor reguliere tijdschriften gelden)
3) Soms knappe mannen

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) relaties en seks
2) emancipatie bij homo's
3) leuke foto's en kleding

'Ik vind dit wel terug in sommige bladen.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Ja, er is genoeg variatie.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

'Nee.'

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

'Nee, maar ik ga wel eens op stap naar een homokroeg of –feest.'

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'n.v.t.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee. N.v.t.'

VRAAG 12a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Persoonlijk mis ik niks, maar ik durf niet te zeggen hoe andere mannen daarover denken. Goede voorlichting (enz.) op middelbare scholen zou wel goed zijn!'

VRAAG 12b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Persoonlijk mis ik niks.'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

'N.v.t.'

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Dat durf ik niet te zeggen. Ik geloof dat er meer homo's zijn dan lesbiennes. Ook denk ik dat mannen meer last hebben van een gebrek aan emancipatie en daarom wellicht meer behoefte hebben aan iets herkenbaars als een homoblad.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Zie ook vraag 14.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 25 - 35 JAAR

Naam: Martin van G.
Opleidingsniveau: WO
Leeftijd: 34

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Vanity Fair
2) Quote
3) Elsevier
4) Vrij Nederland

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	*x*
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	*x*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	
4) Gay News	
5) Gay & Night	*x*
6) L'HOMO	
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Voor oudere/serieuzere mannen, die niet meer alleen maar interesse hebben in uitgaan, gadgets en de nieuwste Justin Bieber-kloon, is er volgens mij alleen de Gay Krant. Dat lijkt me niet zo'n sprankelende uitgave, volgens mij erg blijven hangen in het activisme-tijdperk, veel politiek, weinig lifestyle en persoonlijke onderwerpen (kan veranderen nu Winq het uitgeeft).'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Voor Winq werk ik weleens, daarom heb ik een gratis abonnement.
2) Gay & Night lees ik weleens gratis in de horeca.

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Persoonlijke verhalen
2) Reizen
3) Lifestyle

*'Ik vind dit **wel** terug in deze bladen, omdat vooral in Winq is een goeie mix van reizen, lifestyle en persoonlijke verhalen. Lifestyle (kleding etc) vind ik iets minder belangrijk en ik vind de keuzes in homobladen vaak te uitgesproken 'gay'.'*

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Ja, ik heb het idee dat mannen tegenwoordig niet per se meer een homoblad hoeven lezen. Om goeie mode te zien koop je bijvoorbeeld de mannen-Vogue, daar heb je geen homoblad voor nodig. En waarom zou je in een homoblad een autorecensie willen lezen? Het enige wat je niet in de mainstream media vindt, zijn persoonlijke verhalen van/over homomannen en over specifieke homo-onderwerpen ('monogamie, ja of nee', ik noem maar wat).'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

'Nee.'

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

'Nee.'

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Ik heb eigenlijk nooit gebruik gemaakt van specifieke homomedia.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
*2) **Precies goed***
3) Te veel

'Ik gebruik het niet, dus het maakt mij niet uit.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

*1) **Te weinig***
2) Precies goed
3) Te veel

'Voor Nederland zou er een gay glossy in het hogere segment mogen komen. Die zou ik eventueel wel lezen. (Let op, de L'Homo is geen gay glossy, dat is een blad voor heterovrouwen uit de provincie die het spannend vinden om over homo's te lezen).'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) Ik heb bij de meeste onderwerpen geen behoefte aan een gay invalshoek
2) Ik ben niet bijzonder geïnteresseerd in gay rolmodellen of iconen
3) De mode/lifestyle-keuzes sluiten doorgaans niet aan bij mijn smaak

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Er zijn er meer en ze hebben een hogere oplage.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Heel simpel: er zijn veel meer homomannen dan lesbische vrouwen.
Daarbij komt dat homomannen volgens mij een uitgesprokener/meer georganiseerde subcultuur hebben. Overdreven gezegd: veel homo's gaan naar dezelfde plaatsen op vakantie, dragen dezelfde soort kleding, gaan door heel Europa naar grote gay feesten etc. Logisch dat ze dan ook over die subcultuur willen lezen. Lesbische vrouwen hebben dat denk ik minder. Die hebben wel een subcultuur, maar die is minder massaal, minder georganiseerd en misschien ook minder commercieel.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 25 - 35 JAAR

Michiel van der V.
Leeftijd: 25
Opleidingsniveau: HBO

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja (vaak alleen van die eenmalige glossy's, maar die zal ik niet allemaal noemen)

Titels:
1) L'homo

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	*X*
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	-
5) Gay & Night	*X*
6) L'HOMO	*X*
7) Update	-
8) Winq	*X*
9) Zij aan Zij	-

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	-
2) FERRY Menly Magazine	-
3) Gay Krant	-
4) Gay News	-
5) Gay & Night	-
6) L'HOMO	*X*
7) Update	-
8) Winq	-
9) Zij aan Zij	-

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Ja. Als je zelf accepteert dat je homo bent, kan je jezelf identificeren met de artikelen. Ze geven een gevarieerd beeld van de homogemeenschap. Accepteer je het (nog) niet, wil je ook niet in een hokje gedrukt worden.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) "lotgenoten", je deelt dezelfde minderheid
2) interessante onderwerpen
3) Tips over uitgaan e.d.

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Levensverhalen
2) Trends

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat ik weet welke bladen ik moet kopen om die verhalen te lezen.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Ja, ik heb veel bladen wel eens onder ogen gehad. Uiteindelijk lees je alleen de bladen die je echt interessant vindt.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) Soms een iets te veel "wij moeten geaccepteerd worden"-standpunt. Gelovige homo's worden bijvoorbeeld regelmatig weggezet als zielige mensen, maar dat valt in werkelijkheid best mee.

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) Uit de kast (KRO)

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Is minder geworden. Vijf jaar geleden was ik 'net nieuw' en zocht ik naar mensen met wie ik me kon identificeren. Die behoefte heb ik niet meer. Homomedia zijn leuk om te volgen, maar het is voor mij geen vereiste.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee. Vroeger las ik vaak de Expreszo, nu interesseert dat me niet meer.'

VRAAG 12a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
*2) **Precies goed***
3) Te veel

'Ik denk dat er voor iedereen wel iets bij zit. Gevarieerd aanbod.'

VRAAG 12b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
*2) **Precies goed***
3) Te veel

'Gevarieerd aanbod. Ik denk dat er voor iedereen wel iets bij zit.'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

'N.v.t.'

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Er is meer vraag naar bladen voor mannen. Enorm vooroordeel: ik denk dat de homomannen liever bladen lezen dan homovrouwen. Het heeft waarschijnlijk toch ergens met mannelijkheid/vrouwelijkheid te maken. Hele mannelijke homo's zie ik zelden een homoblad lezen.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Wat ik bij de vorige vraag ook al aangaf: ik denk dat er meer vraag is naar bladen voor mannen. Ik ken weinig lesbiennes dus voor hen kan ik niet oordelen. Maar het valt mij wel op dat homo's veel op zoek zijn naar acceptatie, identificatie en emancipatie. Dat vind je wel terug in die bladen. Ik weet niet hoe dat onder de vrouwen is, maar mijn algemene indruk is dat er onder hen veel minder vraag naar is.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 25 - 35 JAAR

Naam: Jules P.
Opleidingsniveau: hbo
Leeftijd: 32

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) VPRO Gids
2) Elsevier
3) Hockey.nl
4) Kampioen
5) Communicatie Magazine

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	*X*
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*X*
7) Update	
8) Winq	*X*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant *X*
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO *X*
7) Update
8) Winq *X*
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Ik denk dat L'Homo daar het dichtste bij komt, omdat dit blad juist doordat het maar één keer per jaar verschijnt, een breed onderwerpenscala uitkiest om voor een zo breed mogelijke doelgroep aansprekend te zijn. Dat lukt de redactie aardig.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Nieuwsgierigheid
2) Mooie mannen
3) Interessante verhalen

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Bijzondere persoonlijke verhalen van homoseksuele mannen/stellen
2) Gadgets
3) Geloof en homoseksualiteit en hoe mannen dat überhaupt kunnen combineren

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat dit onderwerpen zijn die voor de hand liggen in de homowereld denk ik.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'De bladen vullen niks op ;-) Ik vind het prima zo. Er is geen enkel blad dat ik iedere week/maand zou lezen en die behoefte heb ik ook niet.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

'Nee, ik mis niks.'

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

'Ik houd me niet specifiek bezig met andere homomedia om in mijn behoeften te voorzien. Als er eens wat langskomt, dan kijk ik wel eens, maar dat is meer in de 'standaard'-media. Ik ga wel eens naar een Pann-feest, maar dat zie ik niet als een medium.'

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'De homomedia spelen geen rol in mijn behoefte van nu. In het verleden was dat meer, omdat ik toen ook nog naar mijn eigen identiteit op zoek was. Nu ik helemaal mezelf ben, heb ik homomedia niet meer nodig om me aan te spiegelen of zaken uit te vinden.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee.'

VRAAG 12a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik denk dat er voor ieder wat wils is. Als er al een 'teveel' is aan media, dan heb ik daar geen last van. Uiteindelijk bepaalt de markt of het aanbod goed is of niet.'

VRAAG 12b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Zelfde toelichting als 12a.'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

'N.v.t.'

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik denk dat ze op meer plaatsen zichtbaar zijn en er grotere oplages van zijn. Bovendien zijn er meer 'bekende homo's' dan 'bekende lesbo's'.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat homo's wat extravaganter zijn dan hun lesbische medemens. En van daaruit ook meer aandacht willen en gezien worden. Dat kan goed via allerlei media. Ik geloof ook (maar durf mijn hand daar niet voor in het vuur te steken) dat er meer mannen zijn die homoseksueel zijn (en daar voor uitkomen) dan vrouwen. De doelgroep is dus groter.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35 - 45 JAAR

Naam: Danny P.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 40

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) World of Interiors
2) Cornucopia

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	*x*
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	*x*
5) Gay & Night	*x*
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	*x*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

'Geen, ik ben daar een jaar of twee geleden mee opgehouden. Daarvoor las ik altijd elke maand Attitude. En dat sinds eind jaren negentig. Maar het begon me te vervelen. Ik heb ook nog twee jaar bij Expreszo gewerkt (1998-2000).'

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Ik denk het wel, al gaat het altijd en eeuwig over pikken en seks. Net als die eeuwige 'modereportages' met mannen in kleine broekjes. Daarom vond ik Attitude altijd zo leuk. Dat had humor, en de reportages waren een goede mix van camp en informatief. Maar sinds hun nieuwe hoofdredacteur zijn ook zij op de kleine broekjes toer. Ik moet ook zeggen dat hoe ouder ik word, ik steeds minder gay bladen lees. Ik ben meer dan alleen homo.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Amuseren
2) Informeren
3) Inspireren

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Maatschappelijke reportages
2) Persoonlijke verhalen
3) Interviews met celebrities

'Ik vind dit wel/niet terug in deze bladen, omdat... (zie eerder antwoord, veel bladen blijven hangen in dat standaardplaatje van wat een homo zou moeten zijn. Een soort pubers met het salaris van een volwassene; dat vermoeit me).'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Nee, zie eerdere antwoorden. Ze zijn weinig vernieuwend bezig. Ze richten zich of op de provincienicht (Gaykrant) of de hedonistische gym bunnies (Gay en Night).'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) Diepgang
2) Originele invalshoeken
3) Aangeklede modellen

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) Dlisted.com
2) Ohlalamag
3) Out TV

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Een zeer geringe rol.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee, het een kan een aanvulling zijn op het ander. Sluit elkaar niet uit. Maar goed, ik lees ze amper nog.'

VRAAG 12a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Te weinig in de zin van variatie. Aanbod is erg eenzijdig.'

VRAAG 12b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Idem.'

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) Ik vind er te weinig herkenning in.
2) Ze irriteren me vaak.
3) Teveel nadruk op vlees.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik denk dat er sowieso meer homomannen dan lesbiennes zijn. Ik geloof dat de verhouding 3 op 1 is. Dus het verschil zit hem in die aantallen.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat er sowieso meer homomannen dan lesbiennes zijn. Ik geloof dat de verhouding 3 op 1 is. Dus het verschil zit hem in die aantallen. Maar het zal ook wel komen omdat gays van nature meer paradijsvogeltjes zijn die behoefte hebben aan bladen vol mode, gay iconen en mooie mannen. Ik heb de indruk dat bij lesbiennes minder leeft of zo. En misschien vinden zij ook genoeg herkenning in bladen als Viva of Grazia, waar lesbische en biseksuele vrouwen natuurlijker in de formule verweven zijn. Iets dat je bij de diverse hetero mannenbladen minder aantreft. Daar doet men er meestal alles aan om elke zweem van homoseksualiteit te vermijden.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35 - 45 JAAR

Naam: Korneel A.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 38

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Tuinjournaal (vd Nederlandse Tuinenstichting)
2) Monumenten
3) Elsevier
4) Heemschut
5) Home and Garden

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	*x*

Deze respondent heeft vraag 3 t/m 5 niet ingevuld.

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) lifestyle
2) gelardeerd met wat aantrekkelijk uitziende (min èn meer) geklede mannen ☺
3) homo-gerelateerd nieuws en opinie

'Ik vind dit niet terug in deze bladen, omdat ik al jaren eigenlijk geen homo-bladen meer lees. Voorheen vond ik dat er zeker wel in terug.'

Deze respondent heeft vraag 7 en 8 niet ingevuld.

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) Out-tv, kijken we regelmatig naar. Voor films en series. De nieuwslezers zijn helaas doorgaans tè saai in hun voordracht…

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Dienaangaande heb ik eigenlijk geen behoeften. Tien jaar geleden wel, maar die behoefte is dus sterk gedaald. Out-tv kijken vind ik leuk om n beetje te volgen omdat het doelgroep-gerelateerd is.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee, ik las de bladen al jaren niet meer. En sinds ongeveer een jaar zie ik pas Out-tv.'

Deze respondent heeft vraag 12a en 12b niet ingevuld.

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) Omdat ik er op een gegeven moment op uitgekeken was; 'meer van hetzelfde'.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Homomannen zijn tot voor kort altijd al veel meer op de voorgrond/ naar buiten getreden dan homovrouwen. Dat geldt daarbij denk onoverkomelijk ook voor hun lifestyle en bijbehorende tijdschriften.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Mogelijk omdat (generaliserend) homo's sowieso al van mooie tijdschriften houden en dus ook meer behoefte hebben aan glossy-achtige doelgroepbladen. En misschien vooral; Er zijn al veel vrouwen-glossy's waarin het over dames gaat, maar geen of nauwelijks heren-glossy's waar het over heren gaat.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35 - 45 JAAR

Naam: Wim de H.
Opleidingsniveau: WO
Leeftijd: 43

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Elsevier
2) Carros
3) Quote
4) Management Team
5) L'HOMO

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	
9) Zij aan Zij	

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Ja, ik denk van wel. Al vind ik persoonlijk dat de modellen vrij jong zijn. Ik ben nu zelf boven de veertig en zie nauwelijks mannen van mijn eigen leeftijd in homobladen. Het zijn veel 'jonkies'.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Informeren (ontwikkelingen in homogemeenschap)
2) Ontspanning
3) Tips (producten/verzorging/uitjes e.d.)

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Achtergrond, opinie over onderwerpen die op de homogemeenschap betrekking hebben
2) Interviews met homoseksuele mannen, voor herkenning
3) Trends / producten.

*'Ik vind dit **wel** terug in deze bladen, omdat ik door de bladen die ik lees voldoende geïnspireerd/geïnformeerd raak.'*

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Ja, al vind ik wel dat er dus meer oudere mannen/modellen in de bladen terug mogen komen. Dat is dus nog zeker een verbeterpunt.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) Oudere modellen
2) Meer afwisseling (het is veel van hetzelfde)

Deze respondent heeft vraag 9 en 10 niet ingevuld.

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Ik gebruik geen andere homomedia. Mijn leesgebruik is wel iets afgenomen, omdat ik de Gay Krant minder frequent ben gaan lezen en tegenwoordig lees ik het blad zelfs helemaal niet meer, omdat het blad gestopt is.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
*2) **Precies goed***
3) Te veel

'Al maak ik er zelf geen gebruik van: het aanbod is goed in orde, met een eigen tv-zender en diverse sites.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
*2) **Precies goed***
3) Te veel

'Er is voor iedereen wat wils, je kunt daardoor het blad uitkiezen dat het best bij je past.'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Het zijn er meer, dus ze vallen in de winkel sowieso ook meer op. En volgens mij zijn ze meer nieuwswaardig/shockerend (Gay Krant, L'HOMO), waardoor ook andere media over ze berichten. Kranten en tv-programma's hadden het bijvoorbeeld over de tongende Tygo Gernandt en Thijs Römer op de cover van L'HOMO.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Homoseksuele mannen zijn er in meer subculturen binnen de homogemeenschap dan homoseksuele vrouwen. Ik kan mij daarom voorstellen dat lesbo's zich allemaal in één blad thuisvoelen en mannen niet. Voor elke subcultuur binnen de homogemeenschap van mannen is er dus in principe aanbod.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45 - 55 JAAR

Naam: Jan Willem van W.
Opleidingsniveau: WO
Leeftijd: 49

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Nee (Ga bij 'nee' door naar vraag 9)

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant x
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO x
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

Deze respondent heeft vraag 3 t/m 12 niet ingevuld.

VRAAG 13
Indien je geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor mannen leest?

1) druk met andere activiteiten, werk en hobby's
2) lees al zoveel andere bladen en kranten

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ze zijn minder aanwezig of hebben een kleinere oplage.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat de groep homomannen groter is en meer georganiseerd. Vrouwen zijn vaker homo en bi.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45 - 55 JAAR

Naam: Vincent B.
Opleidingsniveau: HBO+
Leeftijd: 50

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Historisch nieuwsblad
2) KCK magazine
3) Autoweek
4) diverse vakbladen

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	*x*
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	*x*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Ik denk dat er zaken onderbelicht blijven omdat de meeste aandacht uitgaat naar glamour en uitstraling en minder over het dagelijks leven van mensen die andere hobbies hebben dan uitgaan en mode. Het zou iets meer mogen gaan over emancipatievraagstukken als homosexualiteit in subgemeenschappen (bv geloof) homosexualiteit op het werk, acceptatie van homosexualiteit in de buurt (denk aan dorpen op het platte land).'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) omdat homosexualiteit een aspect is van de maatschappij waar ik zelf onderdeel van uit maak en vanuit dit perspectief de duiding van maatschappelijke ontwikkelingen wil volgen
2) leuke tips op te doen
3) actualiteiten te volgen

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) persoonlijke ervaringen van homoseksuelen in positieve en negatieve zin
2) homoseksualiteit in het buitenland en waar je vooral rekening mee moet houden als je op vakantie gaat naar bijvoorbeeld Rusland of Zimbabwe of een islamitisch land zoals Indonesië of Saoedi Arabië.

*'Ik vind dit **niet** terug in deze bladen, omdat ik weinig lees over homofobe landen. Alleen als er echte conflicten zijn wordt er aandacht aan besteed. Hoe vene homoseksuele mensen in deze landen en welke offers brengen zij? Kun je daar dan met goed fatsoen toch op vakantie gaan?'*

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Ik denk het nog niet. Zolang er groepen homoseksuelen worstelen met hun eigen gevoelens in hun eigen omgeving, mag emancipatie meer focus krijgen.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) zie vraag 7
2) vakantie ervaringen van homo´s wereldwijd

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) OutTV
2) Gay.nl

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Het is leuk dat je deze media er bij hebt gekregen. Maar de rol is de afgelopen vijf jaar niet gestegen.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Ja, ik las steeds minder de Gay Krant.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'De hoeveelheid media best breed, maar wel iets te eenzijdig gericht. Iets meer pluriformiteit met de huidige media zou mij meer aanspreken.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Hoewel de onderwerpen in mijn ogen iets te eenzijdig zijn, zijn er wel genoeg bladen op de markt.'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik denk dat homomannen als doelgroep commercieel interessanter is voor uitgeverijen om die als aparte doelgroep specifiek te bedienen.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Homo-emancipatie voor vrouwen en vrouwenemancipatie hebben qua onderwerpen in z'n algemeenheid veel mee overlap lijkt me waardoor de scheidslijn tussen vrouwenbladen enerzijds en homobladen voor vrouwen anderzijds veel vager is. De onderwerpen die in homobladen voor mannen hoofdzakelijk voorkomen, spreken heteromannen veel minder aan en komen in de mannenbladen dus ook nauwelijks terug.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45 - 55 JAAR

Naam: Rob M.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 47

VRAAG 1
Lees je (digitale) tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Quote
2) Eigen Huis en Interieur
3) Mens Health
4) Gay en Night

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	*X*
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	*X*
5) Gay & Night	*X*
6) L'HOMO	*X*
7) Update	
8) Winq	*X*
9) Zij aan Zij	*X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	
4) Gay News	
5) Gay & Night	*X*
6) L'HOMO	*X*
7) Update	
8) Winq	*X*
9) Zij aan Zij	

VRAAG 4
Nederlandse homobladen voor mannen zijn er in overvloed. Kunnen homoseksuele mannen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou met één of meerdere van deze bladen identificeren? Licht je antwoord kort toe.

'Er is een verscheidenheid aan bladen, ieder met een eigen karakter. Afgelopen jaren een opkomst van glossy bladen, meer op jongeren gericht. Sommigen bladen zijn puur voor de 'mooie plaatjes', maar ook voldoende aandacht voor achtergronden in reportages en interviews mbt verschillende doelgroepen.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor mannen leest?

1) Herkenning in artikelen, interviews en reportages
2) Ontspanning, ook info over uitgaan etc.
3) Nieuws en achtergronden specifiek voor homo's

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor mannen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Ervaringsverhalen en interviews
2) Uitgaanstips (feesten, theater)
3) Modetrends

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat deze in de verschillende bladen aan bod komen: Gay en Night (en Winq) voor uitgaanstips, L'Homo ook meer interviews.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor mannen naar jouw mening voldoende je behoeften op? Licht kort toe.

'Op dit moment wel, ik mis geen informatie, al komen er meer bladen die, naar mijn idee, op elkaar gaan lijken (Winq, L'Homo en Ferry bv).'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor mannen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) Info uit de rest van Nederland? Meeste bladen zijn erg op Amsterdam en Randstad gefocust.

VRAAG 9
Maak je gebruik van andere homomedia (om in je behoeften te voorzien)? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) gaysite.nl
2) out.tv
3) coc.nl

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Kan er voldoende info uit halen; is niet gestegen.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor mannen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Vroeger wel meer in bladen gelezen, nu meer online; ook wel via links op Facebook, Twitter en via de andere homosites.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor mannen vind ik...

1) ***Te weinig***
2) Precies goed
3) Te veel

'Er zijn veel sites, maar aanbod toch te weinig en redelijk beperkt, bv gk.nl sla ik nu over, heeft geen toegevoegde waarde tov bv gaysite.nl.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor mannen vind ik...

1) Te weinig
2) ***Precies goed***
3) Te veel

'Precies goed, volop keuze, ik mis niks. Een blad met nog meer een combi van de info/entertainment etc. zou nog leuker zijn.'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Volgens mij zijn er ook gewoon meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen. Ze zijn in de historie vaak ook spraakmakender door artikelen, covers. De GayKrant bestaat dan wel niet meer, maar dat is in alle jaren wel een instituut geweest tussen de homobladen, vooral ook door Henk Krol die veel naar buiten trad. Ik denk dat als je mensen buiten de doelgroep vraagt een titel te noemen, de GayKrant voor meer dan 80% als eerste keus genoemd wordt.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Naar mijn idee zijn homomannen meer geïnteresseerd in uitgaan, in mode en om actief te zijn, om iets te ondernemen rondom hun 'homozijn'. Zo zijn er ook meer homobars voor mannen dan vrouwen, meer winkels op het gebied voor mannen.
Vroeger waren er al meer homobladen voor mannen, maar ook onder de nieuwe titels zijn er meer homobladen voor mannen. Kijk maar in het rijtje van 9 genoemde hierboven. Update ken ik niet, maar verder is Zij aan Zij een homoblad voor vrouwen, de anderen zijn voor mannen. Ook in het buitenland zie je dit.
Het voert wat ver om hier een vergelijking te maken met het opkomen voor de rechten van de homo's. Volgens mij hebben vrouwen daar net zoveel in gedaan, maar de mannen komen altijd meer in de publiciteit. En dat laatste voert overal door, ook kijkend naar de GayPride.
Ik denk dan ook dat het niet iets specifieks voor de homobladen is, maar breder getrokken kan worden. Zijn homomannen meer ondernemend? Of geldt dit misschien zelfs voor mannen in het algemeen? Een goede vraag ook voor een socioloog.
Je zou kunnen kijken hoe de stand tussen mannen- en vrouwenbladen is buiten de homodoelgroep om, al is voor veel bladen moeilijk vast te stellen of het een specifiek mannen- of vrouwenblad is.
Tenslotte zou ik me nog voor kunnen stellen dat mannen meer homobladen lezen om er zich goed bij te voelen en zich een te voelen in de groep van alle homomannen. Ze zoeken elkaar meer op, misschien behoefte aan bevestiging, maar misschien ook interesse om naar andere mannen te kijken en over ze te lezen en te kunnen zien wat hen interesseert om zich hierin te vereenzelvigen.'

8.7 Ingevulde enquêtes homoseksuele vrouwen

LEEFTIJDSCATEGORIE 15-25

Naam: Elvi P.
Opleidingsniveau: WO
Leeftijd: 21

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Psychologie Magazine
2) Happinez

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo *X*
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO *X*
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Nee, dat denk ik niet. De doelgroep (vrouwen van ongeveer twintig jaar tot zestig jaar, denk ik) is zo breed. Die doelgroep kun je nooit in zijn geheel aanspreken. Doe je dat wel, dan wordt het een zooitje ongeregeld.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1)Ontspanning
2) Herkenning

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Interviews met interessante mensen, die dan toevallig ook lesbisch zijn
2) Film/tv tips

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat Zij aan Zij regelmatig interviews publiceert.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Nee, want ik vind onderwerpen voor oudere vrouwen of voor vrouwen die me niet aanspreken niet leuk. Maar ik hoef me ook niet volledig te kunnen identificeren in een tijdschrift. Ik lees ze puur voor vermaak.'

Deze respondent heeft vraag 8 t/m 10 niet ingevuld.

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Er is maar een homoblad voor lesbische en biseksuele vrouwen. En dat is niet veel.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Geen behoefte
2) Geen tijd
3) Te duur

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Vrouwen manifesteren zich niet zo erg als mannen. Zij hebben geen behoefte aan een eigen blad.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Vrouwen hebben geen bladen nodig om zich geaccepteerd te voelen. Zij stoppen zichzelf niet net zoals mannen in het hokje 'homo'. Zij voelen zich niet anders en willen daar ook niet mee naar buiten treden. Zij vinden ook een stuk herkenning in bladen als de Viva en hebben daar niet een eigen tijdschrift voor nodig. Bij mannen ligt dat gevoeliger. Die willen zich graag identificeren met een eigen blad. Zij zijn veel uitbundiger, kijk bijvoorbeeld naar de Gay Pride. Je ziet meer mannen dan vrouwen.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 15-25

Naam: Daisy van V.
Opleidingsniveau: afgerond: MBO niveau 4 volgend: HBO
Leeftijd: 21

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1)veronica
2)Expreszo (wel eens)
3)Zij aan Zijn (heel veel gedaan, nu af en toe)

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	x
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	x
4) Gay News	
5) Gay & Night	x
6) L'HOMO	
7) Update	
8) Winq	x
9) Zij aan Zij	x

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo *x*
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Nee, de zij aan zij is vooral voor jongere lesbiennes. Als je boven de 25 bent(misschien zelfs al eerder) denk ik niet dat je je met dit blad kunt identificeren. Bovendien is de zij aan zij ook meer gericht om meiden die niet zo heel lang uit de kast zijn.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Ik las de zij aan zij wel vroeger veel, maar nu niet meer. Dit om de redenen hierboven.
2) Waarom zou ik een (ander) homoblad voor vrouwen lezen? Vermaak denk ik. En het op de hoogte blijven van bepaalde onderwerpen.

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Vooral om de ontwikkelingen in de "Gayscene" bij te houden en over de ontwikkelingen van homoseksualiteit in de maatschappij.
2) Verder leuke verhalen van mede lesbiennes, leuke verhalen over gay sterren, leuke verhalen etc.

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Nee want er is er maar 1, en die vind ik lang niet voldoende. Deze is vooral gericht op een jongere doelgroep en daar val ik(vind ik zelf) niet meer onder.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor vrouwen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1)Vooral de ontwikkelingen in de maatschappij en belangrijke gebeurtenissen m.b.t. tot homoseksualiteit.

VRAAG 9
Gebruik je andere homomedia om in je behoeften te voorzien? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) out tv
2) Gay.nl
3) Expreszo.nl (en hun nieuwsbrief)

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Deze media spelen in zoverre een rol dat het een klein beetje van de gebeurtenissen en ontwikkelingen bevat die ik zoek, maar lang niet alles. En dit is niet gestegen in de afgelopen jaren.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Ja, ik lees nu vooral op internet en bijna niet meer in bladen.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig!!!!!!!
2) Precies goed
3) Te veel

'Er is maar 1 vrouwenblad en verder niks, dat is veel te weinig want deze is ook nog eens voor een beperkte doelgroep. Bovendien zouden er van mij best wel meer sites mogen zijn alleen voor vrouwen en meer sites met informatie.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig!!!!!
2) Precies goed
3) Te veel

'Toelichting: zie vorige vraag.'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Simpelweg dat deze er meer zijn. En bovendien ook meer gepromoot worden.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Dat is een lastige vraag om goed te beantwoorden(jullie keuze is goed). Maar ik denk dat dat komt omdat de "gay comunity" zich eerst vooral op de mannen heeft gericht omdat deze een heel stuk minder sociaal geaccepteerd zijn dan lesbiennes. Bovendien zorgt dit er waarschijnlijk ook voor dat de homosexuele mannen daardoor misschien net wat meer behoefte hebben aan dergelijke bladen.Wil niet zeggen dat ik vind dat er voor vrouwen geen bladen nodig zijn, in tegendeel zelfs.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 15-25

Naam: Lyanne van der H.
Opleidingsniveau: MBO
Leeftijd: 24

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Psychologie
2) Quest
3) Jukeboxblaadje

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	*X*
7) Update	
8) Winq	
9) Zij aan Zij	*X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ja denk van wel, wat ik ervan weet is het een breed blad, dus met verschillende onderwerpen voor verschillende leeftijden.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Interesse

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Problemen
2) Uitgaantips

Deze respondent heeft vraag 7 en 8 niet ingevuld.

VRAAG 9
Gebruik je andere homomedia om in je behoeften te voorzien? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) gay.nl
2) paiq.nl

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Nee, juist de afgelopen 5 jaar gedaald.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Toelichting op je keuze: Weinig aanbod.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Toelichting op je keuze: Alleen Zij aan Zij.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) geen interesse

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik denk dat mannen hier meer voor open staan en dat het onderwerp van de bladen vaker seksueel getint is en dit dus populair is.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat mannen hier meer voor open staan en dat het onderwerp van de bladen vaker seksueel getint is en dit dus populair is.'

LEEFTIJDSCATERGORIE 25-29

Naam: Maaike K.
Opleidingsniveau: HBO, Sociaal Pedagogische Hulpverlening.
Leeftijd: 27

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja.

Titels:
1) Happinez
2) Flow

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo *X*
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant *X*
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO *X*
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ik heb de Zij aan Zij een aantal keer gelezen. Ik denk dat zij een breed publiek aan proberen te trekken en zich richten op een breed publiek. Dit maakt ook dat niet alles interessant is voor de lezer.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Identificatie/ Rolmodel / Herkenning

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Uitgaan
2) Psychologische aspecten m.b.t. homo zijn

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat dit rubrieken zijn van de Zij aan Zij. (volgens mij, heb het blad al in geen jaren meer gelezen).'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Nee. Ik las de Zij aan Zij wel eens. Maar als het echt bij mij aan zou sluiten had ik wel abonnee geworden. Ik denk dat de Zij aan Zij een te breed publiek aan probeert te trekken. Ik vind niet alles interessant wat er in de Zij aan Zij staat.'

Deze respondent heeft vraag 8 niet ingevuld.

VRAAG 9
Gebruik je andere homomedia om in je behoeften te voorzien? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

'Ik gebruik nu geen enkele homo-sites. Tot 2 jaar geleden gebruikte ik Gay.nl en Expreszo.nl.'

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'De behoefte is afgenomen gezien ik een vaste relatie heb. Ze speelden wel een belangrijke rol. Ik vond het prettig om blogs, fora en nieuws te lezen van en over homo's.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Ja, doordat mijn behoeften niet in de bladen werden vervult ben ik dit op internet gaan zoeken.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Er zijn weinig bekende vrouwen-sites. Terwijl hier wel behoefte aan is denk ik.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Er is maar 1 vrouwenblad. Het zou prettig zijn als er meer vrouwenbladen zouden zijn die zich op specifieke doelgroepen richten binnen de lesbische populatie.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Het blad voldoet niet
2) Te weinig aanbod

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Mannelijke homoseksualiteit is sowieso een meer besproken onderwerp dan vrouwelijke homoseksualiteit.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Er is over het algemeen meer afkeur voor mannelijke homoseksualiteit dan voor vrouwelijke homoseksualiteit. Ik denk dat mannelijke homo's meer in een hokje worden geplaatst door de samenleving. En daardoor zichzelf ook meer in een hokje plaatsen en buiten sluiten van de samenleving. Doordat ze meer een aparte groep vormen starten ze ook meer hun eigen media. Internetsites, tijdschriften, radiozenders, tv-zenders e.d.. Ik denk dat vrouwelijke homo's meer geaccepteerd worden en zich meer in de samenleving bevinden. Hierdoor hebben vrouwelijke homo's misschien ook minder de behoefte aan hun eigen sites, tijdschriften e.d.'

LEEFTIJDSCATERGORIE 25-29

Naam: Annika B.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 27

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Happinezz
2) Zij aan Zij
3) Cosmopolitan
4) 101 Woonideeën

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	*X*
5) Gay & Night	*X*
6) L'HOMO	*X*
7) Update	
8) Winq	*X*
9) Zij aan Zij	*X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ja, ik denk dat ze zich hiermee kunnen identificeren, omdat Zij aan Zij over veel verschillende vrouwen schrijft.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Ik werkte met de lesbische doelgroep binnen een homo-organisatie.
2) Tegenwoordig lees ik alleen een homoblad als ik door anderen op een interessant artikel word gewezen.

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Nieuwsitems gerelateerd aan lesbiennes
2) onderwerpen waarin wordt besproken hoe om wordt gegaan met zaken die voorlesbiennes anders zijn dan voor hetero's (geweld om geaardheid, zwangerschap en kinderen)

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat Zij aan Zij deze thema's regelmatig bespreekt.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Ik lees zelden bladen, omdat ik geen directe behoefte heb hieraan. Als ik bladen lees, is dit omdat ik door anderen op interessante artikelen wordt gewezen; aan die behoefte wordt met die enkele artikelen voldaan. Ik vind het daarom moeilijk om een concreet antwoord op deze vraag te geven.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor vrouwen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1)Variatie in vorm en inhoud; er zijn niet veel bladen voor vrouwen, maar de soort inhoud is overal gelijk. Zij aan Zij schrijft over verschillende soorten lesbiennes, misschien zou dit juist in meerdere tijdschriften verdeeld moeten worden?

Deze respondent heeft vraag 9 niet ingevuld.

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Ik lees weinig tijdschriften (zowel homotijdschriften als andere tijdschriften) en maak zelden gebruik van homomedia in het algemeen. Deze behoefte is in de afgelopen vijf jaar gelijk gebleven.'

Deze respondent heeft vraag 11 niet ingevuld.

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik vind het aanbod te weinig, omdat de mediavormen die er op dit moment zijn veelal gelijk zijn qua inhoud. Zoals ik al eerder schreef: Variatie in vorm en inhoud; er zijn niet veel bladen voor vrouwen, maar de soort inhoud is overal gelijk. Zij aan Zij schrijft over verschillende soorten lesbiennes, misschien zou dit juist in meerdere tijdschriften verdeeld moeten worden? Dit geldt ook voor de overige media.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik vind het aanbod te weinig, omdat de mediavormen die er op dit moment zijn veelal gelijk zijn qua inhoud. Zoals ik al eerder schreef: Variatie in vorm en inhoud; er zijn niet veel bladen voor vrouwen, maar de soort inhoud is overal gelijk. Zij aan Zij schrijft over verschillende soorten lesbiennes, misschien zou dit juist in meerdere tijdschriften verdeeld moeten worden?'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingvuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Het grotere aantal mannenbladen speelt hierin een grote rol denk ik. Vrijwel alle vrouwen kennen Zij aan Zij, maar veel meer is er ook niet.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'De homobladen die er zijn voor mannen, zijn vaak gevuld met 'eye-candy', uitgaanstips en datingcontacten. Deze 'lichtere kost' met 'eye-candy', uitgaanstips en datingcontacten zijn de bladen zijn er naast de bladen met 'zwaardere' artikelen. De bladen voor vrouwen voornamelijk gevuld zijn met 'zwaardere' artikelen. Dat maakt dat er sowieso al meer bladen zijn. Ik denk dat het minder grote aantal tijdschriften voor vrouwen ook gelijk loopt met het mindere aantal uitgaansgelegenheden en feesten voor vrouwen. Wat de reden hier achter is vind ik moeilijk te zeggen.'

LEEFTIJDSCATERGORIE 25-29

Naam: Kim M.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 29

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Zij aan Zij
2) HP de Tijd
3) Linda
4) Elsevier
5) Happinez

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*x*
2) FERRY Menly Magazine	*x*
3) Gay Krant	*x*
4) Gay News	*x*
5) Gay & Night	*x*
6) L'HOMO	*x*
7) Update	
8) Winq	*x*
9) Zij aan Zij	*x*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo	
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	
7) Update	
8) Winq	
9) Zij aan Zij	*x*

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ik denk dat veel lesbische en biseksuele vrouwen zich in het blad kunnen identificeren vanaf ongeveer 25 jaar tot ongeveer 55 jaar. Na de meest recente restyling vind ik het blad moderner geworden en meer divers qua onderwerpen, waardoor volgens mij een bredere doelgroep wordt benaderd. Ook komen in het blad nu steeds meer les/bi rolmodellen met een andere culturele achtergrond naar voren.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) herkenning, in 'hetero' bladen herken ik mij minder
2) op de hoogte blijven i.v.m mijn werk bij COC
3) op de hoogte blijven van uitgaanstips

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) emancipatie, ja
2) interviews met les/bi rolmodellen, ja
3) uitgaanstips, ja

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Nee, dat denk ik niet. Het is een relatief kleine groep als je die vergelijkt met hetero vrouwen en ze hebben als enige overeenkomst dat ze (ook) op vrouwen vallen, maar zijn verder heel verschillend. Dit maakt dat het vrij lastig is om de brede range van les/bi te bedienen in 1 magazine. Daar komt bij dat er nog steeds crisistijd heerst en het daarom ook moeilijk is om een heel dik magazine te maken (met nog meer verschillende onderwerpen). Je bent dus ook als bladenmaker genoodzaakt om je doelgroep nog meer af te kaarten. Ik vind echter wel dat Zij aan Zij er redelijk goed in slaagt om de doelgroep van 25 tot 55 te bedienen. Zeker de laatste maanden. Verder kunnen veel jonge meiden zich herkennen in het gemixte gay magazine Expreszo. Toch zal er een groep blijven die zich niet bediend voelt en ik denk dat die groepen zich met name bevinden onder oudere vrouwen en jonge meiden.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor vrouwen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

1) topics voor jonge meiden
2) topics voor vrouwen van 60plus

VRAAG 9
Gebruik je andere homomedia om in je behoeften te voorzien? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) MVS
2) Gaykrant.nl

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Homomedia spelen in mijn leven vooral een rol i.v.m. mijn werk. Privé in mindere mate.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

'Redelijk goed. Zie ook vraag 7 en vraag 4.'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik denk doordat vrouwen sowieso wat minder geneigd zijn om op de voorgrond te treden dan mannen. Homomannen zijn in alle opzichten meer zichtbaar. Dat merk je ook op events.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Enerzijds denk ik omdat homomannen wat meer zichtbaar zijn. Anderzijds misschien wel omdat Zij aan Zij er goed in slaagt een redelijk diverse doelgroep te bedienen.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35-45

Naam: Noëlla H.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 40

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Grazia
2) Viva
3)Flair

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant *x*
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO *x*
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *x*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ik lees het blad niet, dus inhoudelijk kan ik hier niet over oordelen. Ik denk niet dat alle homoseksuele vrouwen zich kunnen identificeren in het blad Zij aan Zij, maar dat uitgangspunt is ook niet realistisch.'

Deze respondent heeft vraag 5 t/m 12a niet ingevuld.

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Er is maar één homoblad voor vrouwen, en dat is niet veel.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1)geen behoefte aan
2)geen tijd voor

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Mannen hebben meer behoefte aan identificatie met anderen.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Mannen hebben meer behoefte aan identificatie met anderen. Hebben het ook vaker moeilijk met hun geaardheid of anderen om hen heen hebben er meer moeite mee. Ik denk dat door het lezen van bladen zij het zelf beter kunnen accepteren/relativeren. Persoonlijk heb ik een gruwelijke hekel aan die bladen. Ik ben niet anders dan anderen en heb daar zeker geen tijdschrift voor nodig...'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35-45

Naam: Mireille den H.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 42 jaar

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Bit
2) Paard&Sport
3) Zij aan Zij

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant *X*
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO *X*
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ja, dat denk ik wel. Ik vind de artikelen zeer divers en voor ieder wat wils. Misschien is het wel een echt volwassen blad en voor jongeren minder geschikt.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) in eerste instantie om meer "kennis" te krijgen over homo / bi seksualiteit bij vrouwen
2) Omdat het blad nog altijd binnen komt (zou voor mij niet hoeven, te weinig tijd om te lezen)

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Verhalen over en van anderen
2) Alledaagse dingen / nieuws van de maand

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Ik denk het wel, maar moet eerlijk zeggen dat ik weinig met homoseksualiteit en dus homobladen bezig ben. Ik ben toevallig getrouwd met een vrouw, maar voel niet de behoefte om me onder andere homo's te begeven / over te lezen etc.'

<u>Deze respondent heeft vraag 8 t/m 11 niet ingevuld.</u>

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik vind bijv. programma's als "Uit de Kast" en Spuiten en Slikken heel goede programma's.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik denk dat er nog wel een blad voor jonge meiden zou mogen komen.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Geen behoefte
2) Geen tijd
3) Meer interesse in andere dingen.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Geen idee. Zijn er meer mannen openlijk homo dan vrouwen? Dan zou dat een oorzaak kunnen zijn. Verder kan ik niets bedenken.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat mannen veel meer met seks bezig zijn dan vrouwen en misschien daarom meer lezen over homoseksualiteit dan vrouwen. Daarmee ga ik er vanuit dat het regelmatig over seks gaat in de homobladen, terwijl dat misschien helemaal niet waar is. Een ander antwoord zou ik nu even niet kunnen bedenken!'

LEEFTIJDSCATEGORIE 35-44

Naam: Irene S.
Opleidingsniveau: mbo
Leeftijd: 43

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Woonbladen
2) Psychologie
3) Zij aanZzij

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Ik denk (hoop) van wel, het is voor jong en oud(eren), alles wordt besproken tot religie aan toe. Niet alles is voor iedereen even interessant maar dat is met alle tijdschriften zo.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Gezelligheid
2) Bij houden wat er gebeurt

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Waargebeurde verhalen
2) Tips over dingen die er te doen zijn

'Ik vind dit wel terug in deze bladen, omdat deze een uitgebreid onderwerp zijn.'

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Ja, ben niet zoveel eisend als het op lezen aankomt maar alles wordt zowat wel beschreven. Ze hebben veel onderwerpen.'

Deze respondent heeft vraag 8 t/m 10 niet ingevuld.

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee, lezen is voor mij puur ontspanning zoals ik ook een boek lees.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Als er al iets over homo's, uitgezonden wordt, dan wordt er meestal te veel de nadruk op gelegd omdat het nu nog niet veel voorkomt, als het gewoon dagelijks te zien zou zijn wordt het wellicht meer geaccepteerd zijn/worden.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Dit baseer ik niet op mezelf maar wellicht voor onze "gemeenschap".'

Deze respondent heeft vraag 13 niet ingevuld.

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Het is en blijft een mannenwereld ☺, de mannen profileren zich meer.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ook zoals hierboven, maar tevens denk ik dat het "lijkt" of dat homomannen meer geaccepteerd te worden. Zijn ook progressiever dan vrouwen, die leven meer in hun eigen wereld…. Denk ik!!! Ze zijn over het algemeen ook meer out going en uitdragend.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45-55

Naam: Lucia B.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 48

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Happinez
2) Consumentengids

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	
7) Update	
8) Winq	
9) Zij aan Zij	*X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Moeilijk om goed te beantwoorden. Het is zeker > 1 jaar geleden dat ik dit blad heb gelezen. Wat ik me herinner was het vrij divers qua inhoud, maar voor mij met te weinig diepgang. Leuk om een keer te lezen, maar niet leuk genoeg om regelmatig te kopen of er op te abonneren.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Nieuwsgierigheid: Op dit moment in mijn leven zoals ik de Prive of Story zou lezen
2) Geen andere redenen

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) ik zoek geen specifieke onderwerpen; die vind ik al in andere bladen (op gebied van spiritualiteit , praktische zaken)

VRAAG 7
Vullen de bestaande homobladen voor vrouwen naar jouw mening voldoende je behoeftes op? Licht toe.

'Op dit moment heb ik geen behoefte aan een specifiek homoblad voor vrouwen.'

VRAAG 8
Mis je iets in de bestaande homobladen voor vrouwen? Zo ja, wat? Noem maximaal drie punten.

'Nee.'

VRAAG 9
Gebruik je andere homomedia om in je behoeften te voorzien? Zo ja, noem de drie door jou meest gebruikte homosites/-radioprogramma's/-events/-tv-zenders en/of -programma's:

1) internet in het algemeen : events, reizen, actualiteiten
2) actualiteitenprogramma's op tv om bij te houden hoe homo-emancipatie in Nederland en in het buitenland zich ontwikkelt.

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Internet is voor mij een grotere rol gaan spelen.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Zou kunnen. Wellicht als er geen internet was geweest dat ik vaker een blad zou kopen om mezelf op de hoogte te houden van wat er speelt.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik hou het in het midden, omdat ik het eerlijk gezegd niet weet. De mate waarin je behoefte hebt aan homomedia hangt denk ik sterk samen met de fase van je leven, bijvoorbeeld of je aan het begin van je coming out staat of niet, of dat je tegen specifieke dingen aanloopt die met je lesbisch zijn te maken hebben. Ik ben daar niet meer mee bezig en heb er daarom weinig behoefte aan.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Hier ook weer hetzelfde. Qua bladen geef ik er de voorkeur aan dat in de reguliere media hiervoor aandacht is. Daarom lees ik liever een blad als Opzij, die allerlei aspecten van het vrouwzijn belicht en niet alleen het lesbisch zijn.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Omdat ik andere onderwerpen interessanter vind
2) Ik heb mijn homo-emancipatie achter de rug en een homoblad bied mij niets extra

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Waarschijnlijk doordat vrouwen zich in dit opzicht minder op de voorgrond plaatsen (laten plaatsen) dan mannen.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Eerlijk gezegd, zou ik het niet weten, omdat ik de bladen voor mannen sowieso niet echt ken, en ik ook niet weet wat (homo)mannen zoeken in een blad. Ik denk dat veel vrouwen op een gegeven moment niet meer zo'n behoefte hebben aan een apart (lesbisch)blad, omdat de onderwerpen waar ze naar op zoek zijn in andere bladen beschikbaar zijn. En dat dit de reden is waarom er verhoudingsgewijs veel minder lesbische bladen zijn.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45-55

Naam: Patricia van de K.
Opleidingsniveau: HBO
Leeftijd: 49

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Psychologie magazine
2) Happinez
3) Woon- en tuinbladen
4) Linda

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant *X*
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij *X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Het is te lang geleden dat ik het blad gelezen heb of heb gezien, om hier een mening over te geven.'

VRAAG 5
Wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je (een) homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) nieuwsgierigheid

VRAAG 6
Waarover lees je het liefst in homobladen voor vrouwen? Geef de drie belangrijkste onderwerpen. En vind je dit terug in deze bladen?

1) Relaties
2) Beleving, psychologie
3) Weetjes en feiten

'Ik lees geen homobladen, maar anders zou ik bovenstaande graag willen teruglezen.'

Deze respondent heeft vraag 7 t/m 9 niet ingevuld.

VRAAG 10
In hoeverre spelen deze homomedia een rol om in je behoeften te voorzien en is deze rol de afgelopen vijf jaar gestegen?

'Spelen geen rol en is in de afgelopen jaren niet gestegen.'

VRAAG 11
Heeft het gebruik van andere homomedia jouw leesduur van homobladen voor vrouwen veranderd? Zo ja of nee, licht toe.

'Nee, ik heb al 18 jaar een vaste relatie. Toevallig heb ik allerlei heterovrienden. Niet zo'n behoefte aan omdat specifiek op te zoeken.'

VRAAG 12 a
Het aanbod van homomedia voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Ik heb er niet zo'n behoefte aan. Ik mis momenteel niks.'

VRAAG 12 b
Het aanbod van homobladen voor vrouwen vind ik...

1) Te weinig
2) Precies goed
3) Te veel

'Als je jong bent en zoekende bent, kan dat handig zijn. Voor mij is dat minder van toepassing.'

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) Niet zo bij stil gestaan
2) Ik voel me niet specifiek anders. (ook allemaal heterovrienden)

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'Ik zou het niet weten. Je ziet meer homo's en ik vraag me soms af of er meer homo's dan lesbiennes zijn. Bijvoorbeeld op televisie en in bladen wordt daar veel meer aandacht aan homo's besteed. Lesbiennes zie je, voor mijn gevoel, minder.'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn?

'Ik denk dat homo mannen meer op seks gericht zijn. Dat wil niet zeggen dat vrouwen dat helemaal niet hebben. Maar mannen hebben er meer behoefte aan om een eigen blad te hebben. Ze zullen eerder homobladen kopen. Mannen zijn meer jagers.'

LEEFTIJDSCATEGORIE 45-55

Naam: Peggy de G.
Opleidingsniveau: Universiteit
Leeftijd: 50 jaar

VRAAG 1
Lees je tijdschriften? (Hierin vallen zowel reguliere titels als homobladen). Zo ja, welke tijdschriften lees je het vaakst? Noem maximaal vijf titels.

Antwoord: Ja

Titels:
1) Psychologie
2) VT wonen
3) Happinez
4) Opzij

VRAAG 2
Welke van onderstaande homotitels ken je? Let op: dit hoeft niet te betekenen dat je deze titels ook daadwerkelijk leest. Zet achter de titel(s) die je kent een x.

1) Expreszo	*X*
2) FERRY Menly Magazine	
3) Gay Krant	*X*
4) Gay News	
5) Gay & Night	
6) L'HOMO	
7) Update	
8) Winq	
9) Zij aan Zij	*X*

VRAAG 3
Welke van bovengenoemde homobladen lees jij regelmatig (= meerdere keren per jaar)? Zet achter deze titel(s) een x.

1) Expreszo
2) FERRY Menly Magazine
3) Gay Krant
4) Gay News
5) Gay & Night
6) L'HOMO
7) Update
8) Winq
9) Zij aan Zij

VRAAG 4
Zij aan Zij is in Nederland het enige homoblad voor vrouwen. Kunnen homoseksuele vrouwen van alle leeftijden en leefstijlen (afkomst, geloof, etc.) zich volgens jou hierin identificeren? (Geef alleen antwoord op deze vraag als je Zij aan Zij kent, dit hoeft niet te betekenen dat je het blad leest). Licht je antwoord kort toe.

'Te lang geleden gelezen dus kan geen objectief antwoord geven.'

Deze respondent heeft vraag 5 t/m 12 niet ingevuld.

VRAAG 13
Indien geen homobladen leest, wat zijn de drie belangrijkste redenen waarom je geen homoblad(en) voor vrouwen leest?

1) geen behoefte aan

VRAAG 14
Homobladen voor mannen zijn zowel binnen als buiten de doelgroep meer bekend dan homobladen voor vrouwen. Wat is hier volgens jou de oorzaak van?

'In mijn ogen (mogelijk vooroordeel) omdat mannen (zowel hetero- als homoseksueel) meer met seks bezig zijn...'

VRAAG 15
Waarom denk jij dat er meer homobladen voor mannen dan voor vrouwen zijn? Let op: geef op deze vraag een doordacht antwoord. Je geeft immers, met je eigen visie, antwoord op onze onderzoeksvraag

'Zie vraag 14.'