

Onderzoek: Dagbladlezer wil analoog én digitaal

25-06-2013 08:36



Nederlanders digitaliseren in rap tempo

De crossmediale opmars van dagbladen is voor een groot deel te danken aan de opmars van de mobiele devices. In een jaar tijd is het bezit van de tablet bijna verdubbeld tot 44% op dit moment. Ook de smartphones, verworpen tot zakcomputers, zitten nog altijd sterk in de lift. De groei van smartphones van 45% vorig jaar tot 65% nu laat zien dat Nederlanders in rap tempo digitaliseren. Ontdubbeld heeft driekwart van de Nederlanders

nu minimaal één mobiel device. Daarmee zijn er zo'n 10 miljoen mobiele digitale 'brievenbussen' geopend, een ontsluiting waar de dagbladmerken sterk van weten te profiteren. Mobiel kranten lezen vormt inmiddels dus een belangrijke aanvulling op de gedrukte krant (12,8 miljoen gebruikers) en de vaste pc/laptop (4,6 miljoen gebruikers). Medio 2013 kunnen we hier aan toevoegen dat 2,9 miljoen gebruikers via de tablet en 3,6 miljoen gebruikers via een smartphone de krant leest.

Apps en social media

Het bezit van een digitaal device blijkt voor veel Nederlanders een uitgangspunt te zijn om actief het nieuws te volgen. Ongeveer driekwart van de bezitter gebruikt daarvoor zijn device. De groep wordt op diverse manieren bediend; ruim 30% heeft nieuwsalerts ingeschakeld om breaking nieuws te vernemen en ca. 38% volgt het laatste nieuws op social media. Social media is geen bedreiging voor nieuwsmedia, maar eerder een extra kanaal voor nieuwsvoorziening en magneten voor de nieuwswebsites.

Ook de apps spelen in het mobiele domein een belangrijke rol.

7 van de 10 meest gebruikte media-apps zijn ontwikkeld door nieuwsmerken.

Nieuwsconsumptie 24/7

Dagbladmerken krijgen met de digitale kanalen erbij een breed instrumentarium om de nieuwsvolgers op maat te bedienen. De gedrukte krant is nog altijd de contentkoning van de ochtend. Die functie wordt in de loop van de dag overgenomen door de websites en de smartphone apps van de nieuwsmedia. De toestroom via de tablet en de social media piekt vooral in de avond.

Olaf Croon, directeur Cebuco: 'Nieuws blijkt -ook op mobiele devices- een enorme driver voor mediaconsumptie. Uitgevers hebben een breed instrumentarium gecreëerd om hun publiek op maat te bedienen. Snel nieuws, bedieningsgemak, verstrooing of verdieping, voor iedere behoefte is er een ander product. Ook voor adverteerders bieden deze nieuws-GRP's een kans; afhankelijk van de reclamedoelstelling en het gewenste contactmoment kan een effectieve mix van nieuwsmediakanalen geselecteerd worden. Een mix die kan rekenen op de impact van het nieuws, snel en effectief.'

Over het onderzoek

Het onderzoek 'trends in digitale media' juni 2013, is uitgevoerd door Intomart GfK in samenwerking met ondermeer Cebuco. De steekproef bestaat uit 1.005 Nederlanders van 13 jaar of ouder die gebruik maken van internet en is representatief voor 12.800.000 internetters. Het onderzoek wordt twee keer per jaar uitgevoerd. De meting van juni 2013 is de 5e editie van het onderzoek. Voor de vergelijking met gedrukte kranten is gebruik gemaakt van de NOM Printmonitor 2012.