

Metro & Sp!ts gaan samen

15-07-2014 08:33



In oktober zal overal waar nu Sp!ts beschikbaar is, een verrijkte Metro aangeboden worden. De Telegraaf en Metro nemen hierdoor vanaf dat moment de twee topposities in onder de Nederlandse kranten. Door de overgang van De Telegraaf naar tabloidformaat in het vierde kwartaal van 2014 wordt het voor adverteerders bovendien nóg eenvoudiger om advertentiecampaagnes in beide kranten te plaatsen en gebruik te maken van het ongeëvenaarde gezamenlijke bereik.

“Op weg naar het werk of op school kan de lezer in oktober met Metro een nog betere en rijkere gratis krant lezen dan Sp!ts of Metro nu op zichzelf zijn”, zegt uitgever Cees Polman. “Het feit dat De Telegraaf later dit jaar ook naar tabloid gaat zorgt voor een logisch moment om het beste van Metro en Sp!ts samen te voegen tot één gratis dagblad. Adverteerders kunnen straks bij ons zeer eenvoudig één campagne plaatsen in de twee grootste kranten van Nederland. Dat is een zeer krachtige positie die we niet hadden gehad met twee aparte gratis dagbladen.”

Om de positie van Metro als nieuwsmerk verder te versterken zal de redactie van Metro de lezer de gehele dag op papier en online bedienen. Met name smartphones en tablets zijn een belangrijk kanaal. “Iedereen die met het OV reist weet hoe belangrijk mobiel is voor reizigers”, aldus hoofdredacteur Robert van Brandwijk. “Elke dag willen we zo veel mogelijk mensen bereiken en boeien met ons nieuws en onze verhalen. We willen de lezer gedurende de hele dag optimaal bedienen, via het platform dat hij of zij op dat moment preferereert. Het laatste nieuws van Metro zullen we straks direct via onze site delen. De krant blijft bij uitstek de plek voor achtergronden en duiding. De afgelopen én de komende 24 uur komen in de papieren versie uitgebreid aan de orde.”

Er verandert nog meer. De advertentiemogelijkheden in Metro worden uitgebreid met creatieve advertentievormen en meer branded content mogelijkheden. Daarnaast is er ruimte voor nieuwe initiatieven in Metro, zoals crowd funded journalistiek en user generated content.

Metro en Sp!ts verschenen voor het eerst op 21 juni 1999 en hebben sindsdien een centrale positie in het

Nederlandse aanbod van gratis kranten. Daar waar andere gratis dagbladen inmiddels zijn verdwenen, bleven zij de nieuwsbron voor reizigers in het OV, op scholen, bij zorginstellingen en andere locaties. Vanaf september 2012 is de Nederlandse editie van Metro ook deel van TMG.

De website spitsnieuws.nl blijft bestaan. Deze succesvolle site heeft een geheel eigen doelgroep en draagt, net als metronieuws.nl, bij aan het online bereik van TMG. In juni 2014 telden spitsnieuws.nl en metronieuws.nl respectievelijk 902.203 en 950.344 unieke bezoeken op desktop en 1.129.376 en 844.885 unieke bezoeken op mobiel (*Bron: Google Analytics*).