NRC Media sluit 2015 af met stijgende abonnementenstand over hele lijn

18-12-2015 10:52

Concreet betekende het dat NRC Media in oktober een nieuwe nrc.next lanceerde. Hoofdredacteur Peter Vandermeersch: ‘Veel lezers hadden te kennen gegeven dat ze de innovatie, helderheid en creativiteit van nrc.next heel erg konden waarderen, maar dat de dunne krant te weinig aan de dagelijkse nieuwsbehoefte beantwoordde. Daarom besloten we nrc.next uit te bouwen tot een complete ochtendkrant, in twee katernen. De strategie met die volwaardige ochtendkrant blijkt aan te slaan. Want nrc.next verkoopt intussen meer abonnementen dan een jaar geleden.’

Ook in oktober werd de nieuwe website nrc.nl gelanceerd. ‘Daar ontwikkelden we het metered model voor, zoals bijvoorbeeld ook The New York Times dat heeft’, aldus Van Beemen. Het betekent dat elke lezer per maand een aantal stukken van het huis krijgt en daarna wordt uitgenodigd om abonnee te worden. De resultaten na twee maanden zijn erg bemoedigend. Het aantal unieke bezoekers op de site is in stijgende lijn en de gemiddelde leesduur steeg met 30 procent.

Rien van Beemen: ´Het metered model, dat intussen goed is voor 12 procent van onze nieuwe abonnee-instroom, toont dat lezers écht bereid zijn om te betalen voor kwaliteitsnieuws.´

‘We zijn bijzonder tevreden over de site’, aldus Peter Vandermeersch. ‘Nooit beschikten we over zo’n krachtig platform om onze journalistiek te verspreiden en zoveel lezers te bereiken. De site biedt ons ook de mogelijkheid onze journalistiek te verrijken met video’s, geluidsfragmenten, interactieve infographics, originele documenten, animaties en archiefstukken. Zo kunnen we verhalen op een andere manier vertellen. En kunnen we onze journalistiek op andere momenten publiceren. Veel wordt nu digital first verspreid.’

Wat de verdere ontwikkeling van het merk betreft, lanceerde NRC dit jaar succesvolle initiatieven als NRC Live, de evenementenpoot van NRC Media. Hoogtepunt dit jaar was een uitverkocht symposium over robotisering met als keynote speaker MIT-professor Andrew McAfee en vicepremier Lodewijk Asscher.

Tot slot kreeg ook de advertentiewerving van NRC een nieuwe impuls met de komst van commercieel directeur Madelon Hoekstra-Fortuin. Zij tekende intussen een strategie uit waarbij ze NRC wil vastklinken aan de doelgroep AB1, waarin NRC de hoogste selectiviteit behaalt.

‘Alles samen kijken we vol trots terug op een bewogen én succesvol journalistiek jaar’, aldus Vandermeersch. ‘Van de aanslagen op Charlie Hebdo en de Bataclan, de vluchtelingenproblematiek en de beursgang van ABN Amro, tot de bonnetjesaffaire en de Griekse financiële crisis. We hebben dit nieuwsjaar uitstekend gecovered.’ Diverse NRC-journalisten sleepten prestigieuze prijzen in de wacht. Joep Dohmen en Jeroen Wester wonnen de Tegel voor de beste nieuwsjournalistiek met hun reeks artikelen over de Nederlandse Zorgautoriteit; Tom-Jan Meeus werd voor zijn zaterdagse rubriek Haagse Invloeden bekroond met de Anne-Vondelingprijs; en de Heldringprijs voor de beste columnist ging naar Caroline de Gruyter. Verschillende fotografen werden onderscheiden met werk in de Zilveren Camera-competitie.