

FD is digitaal succesvol

01-07-2016 08:58



De stevige groei van de digitale oplage van Het Financieel Dagblad houdt aan. Uit NOM-oplagecijfers over de periode van het tweede kwartaal 2015 t/m het eerste kwartaal van 2016 blijkt dat de totaal betaalde gerichte oplage met 4 procent is gestegen, tot bijna 62.000 (digitale) abonnees. Het FD is wat betreft de verhouding print-digitaal ten opzichte van de andere landelijke dagbladen de grootste digitale titel.

Uit de NOM-cijfers blijkt ook dat de printoplage van het FD in deze zelfde periode (Q2 2015 t/m Q1 2016) stabiel is gebleven: de totaal betaalde gerichte (print-)oplage bedroeg bijna 47.000 exemplaren. Naast het FD hielden alleen het Reformatorisch Dagblad en Trouw hun printoplage op hetzelfde niveau, alle andere dagbladen lieten een daling zien.

De digitalisering van het FD ligt volgens hoofdredacteur Jan Bonjer en directeur/uitgever Eugenie van Wiechen op koers. Van Wiechen: "We groeien online flink door, maar willen die groei nog verder versnellen. Daarom ontwikkelen we regelmatig nieuwe online proposities, zoals recent FD Bites, een nieuwe, dagelijkse nieuwsbrief gericht op young professionals. Inmiddels staat de teller al op meer dan vijfduizend abonnees." FD Bites verschijnt vijf dagen per week om zes uur 's ochtends en biedt naast het belangrijkste nieuws van het FD tips voor must reads op het gebied van geld, ondernemen tech en carrière uit wereldwijde media.

Hoofdredacteur Jan Bonjer: "De online leestijd en het aantal artikelen dat men online leest blijven toenemen. Daar spelen we op de redactie op verschillende manieren, heel goed op in. Onder meer met onze datadriven werkwijze, zodat we exact weten hoe verschillende thema's en soorten verhalen worden gelezen. Maar ook

door gepersonaliseerde toepassingen als Mijn Nieuws, waarmee we lezers bedienen met verhalen op hun specifieke interessegebied(en)."