

NRC Media had goed jaar

14-07-2017 09:42

NRC Media heeft in 2016 goede resultaten geboekt, beter dan het jaar ervoor. De betaalde verkoop van de krantentitels steeg en het aantal leesminuten op de site nrc.nl ging met twintig procent vooruit.

De omzet daalde in 2016 weliswaar met 5,3 procent, maar die daling werd goedgehaakt door lagere kosten. De brutowinst steeg naar 19,4 miljoen euro, een groei van 6,6 procent ten opzichte van 2015. De nettowinst kwam uit op 4,7 miljoen euro, een stijging van 47 procent ten opzichte van 2015.

Zowel NRC Handelsblad als NRC Next zagen het aantal abonnementen stijgen en ook de online abonnementen gaven een groei te zien. De cijfers die NRC Media in het jaareverslag publiceert wijken wel af van de cijfers die het NOM publiceert. Het NOM hanteert een verdeelsleutel en telt de abonnees op de site niet mee.

De directie noemt 2016 „een goed jaar voor NRC”. De ochtend- en middagkrant zijn inhoudelijk dichter op elkaar aangesloten en er werd betaalde toegang tot de website geïntroduceerd.

"De redactie ging het voorbije jaar op een andere manier werken", aldus hoofdredacteur Peter Vandermeersch. "Niet langer is de krant van morgen ons belangrijkste podium, maar de site van vandaag. De heldere keuze voor een strategie van digital first leidde het afgelopen jaar tot een betere, snellere en veel relevantere website. De heldere keuze voor een ochtend- en een middageditie van dezelfde krant leidde tot betere journalistiek op papier in beide kranten."