

Digitaal bereik magazinemerken stijgt gestaag

20-10-2017 09:06



Het digitale bereik van magazinemerken stijgt met 5%, terwijl het bereik van print magazines voor de derde keer op rij stabiel is. Dit blijkt uit de op 19 oktober gerapporteerde NOM Mediamerken 2017-III en de NOM Print en Doelgroepmonitor 2017-III.

Het bereik van print magazines is stabiel met een bereik van 11,4 miljoen mensen. Dit is 80% van de Nederlandse bevolking (13 jaar en ouder). De top 5 magazines met het grootste print bereik laat geen veranderingen zien. Kampioen (4,8 miljoen), Libelle (1,6 miljoen), Donald Duck (1,4 miljoen), LINDA. (1,2 miljoen) en Vrouw (1,1 miljoen) behalen van alle magazines in Nederland nog altijd het hoogste bereik.

Stijging digitaal

Naast de NOM Print en Doelgroep Monitor (NPDM 2017-III) publiceert NOM ook NOM Mediamerken 2017-III. Deze publicatie bevat gegevens over het gebruik van mediamerken. In de NOM Printmonitor zijn vragen opgenomen over het digitaal lezen van dagblad- en magazinemerken. Zo wordt inzicht verkregen in het totaal aantal lezers in de afgelopen 12 maanden, ongeacht het platform waarop men leest.

Uit NOM Mediamerken blijkt dat het digitaal bereik van magazinemerken ten opzichte van de vorige meting (2017-II) met 5% is gestegen. Inmiddels lezen 5,7 miljoen mensen magazine content digitaal. Dit is 40% van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder. Top 5 magazines met het hoogste aandeel digitale lezers zijn: Beleggers Belangen (59%), De Verwondering (53%), New Scientist (52%), Radar+ (47%) en TotaalTV (47%).

Crossmediaal

Crossmediaal (print + digitaal) bereiken magazinemerken 13,4 miljoen mensen. Dit is 93% van de NL bevolking 13+. Jaarlijks gebruiken Nederlanders gemiddeld 9 verschillende magazinemerken via de diverse kanalen. Gemiddeld is 20% van de lezers van een magazinemerken een digitale lezer en lezen Nederlanders gemiddeld op 1,6 verschillende devices magazine content.

De NOM Printmonitor 2017-III bevat de gegevens over het bereik van dagbladen en magazines in de periode Q3-2016 t/m Q2-2017. In deze periode hebben 17.224 Nederlanders van 13 jaar en ouder meegedaan aan dit onderzoek. Deze steekproef staat voor 14.338.000 Nederlanders van 13 jaar en ouder.

inct.spiratie 2017

meld je nu aan



customer journey & data-strategieën en social media