Dagbladmerken bereiken door digitale platforms een miljoenenpubliek

07-12-2017 13:09



Dagbladsites- en apps en zorgen voor een ruime verdubbeling van het lezerspubliek.Het crossmediale bereik van nieuwsmedia heeft een enorme vlucht genomen. Ook zijn er veel lezers die zowel de printuitgave als de online platforms bekijken.

Bij veel landelijke dagbladmerken heeft het gecombineerde gebruik van print, web en app geleid tot een miljoenenpubliek. AD en de Telegraaf bereiken ieder maandelijks de helft van de Nederlanders (13+).
Dat blijkt uit de nieuwe rapportage NOM Mediamerken, gebaseerd op printcijfers uit NOM en online bereik uit NOBO.

Merkbereik
Om mediamerken onderling te kunnen vergelijken heeft NOM het nieuwe kengetal ‘merkbereik’ geïntroduceerd. Merkbereik, gebaseerd op bereik per maand, is beschikbaar voor de media die in beide onderzoeken zijn opgenomen.

Voor vrijwel alle nieuwsmerken is het bereik van web en app nu groter dan dat van print. De enige uitzondering daarop is Metro. Die titel behaalt maandelijks alleen al met de gedrukte uitgave een bereik van ruim 4 miljoen. De digitale Metro voegt daar nog ruim een miljoen lezers aan toe.

De digitale platforms bedienen veel consumenten die ook de printuitgave lezen. Dit is in lijn met de

uitgeefstrategie van veel uitgevers. Met een combinatie van media zijn zij in staat om hun publiek maatwerk te bieden. De achtergronden uit de gedrukte krant of e-paper worden op die wijze aangevuld met actuele berichtgeving via app, web of sociale platforms.

Lees verder bij NDP Nieuwsmedia