Libelle, Donald Duck en Linda hebben grootste mediabereik

17-04-2018 08:49



Libelle, LINDA. en Donald Duck zijn de magazinemerken met het grootste merkbereik. Dit blijkt uit de rapportage NOM Mediamerken 2018-I.

In NOM Mediamerken is het bereik van papier en online van nieuwsmedia en magazines gefuseerd tot het zogeheten mediamerkenbereik. In NOM Mediamerken 2018-I zijn data uit de NOM Print Monitor 2018-I (Q1 t/m Q4 2017) en de NOBO-bereiksdata (Q4 2017) samengebracht in een omvangrijk fusiebestand. In dit bestand zijn de resultaten opgenomen van 45 magazinemerken die zich zowel op papier als digitaal manifesteren. Deze 45 magazinemerken hebben gezamenlijk een netto merkbereik van 11 miljoen Nederlanders per maand. Dit is 76% van de NL bevolking 13+. Hiervan leest 13% alleen digitaal, 29% op beide platformen en 34% alleen papier.

Aandeel digitaal
Een gemiddeld magazinemerk dat zowel via print als online verschijnt, heeft inmiddels een substantiële groep online lezers. Het aandeel digitale lezers kan per merk aanzienlijk verschillen en is afhankelijk van type content, functie voor de lezers, verschijningsfrequentie en omvang van het bereik. Een gemiddeld magazinemerk dat zowel via print als online verschijnt, bestaat voor 37% uit alleen digitale lezers. 57% alleen papieren lezers en 6% leest zowel van papier als digitaal.

Top 5 merkbereik

De top 5 magazinemerken met het grootste merkbereik zijn

1. Libelle (3,5 miljoen),
2. LINDA. (2,5 miljoen),
3. Donald Duck (2,3 miljoen),
4. Vrouw (2,3 miljoen)
5. Autoweek (2,3 miljoen).

Merkbereik geeft het aantal mensen weer dat een merk binnen 1 maand minimaal 1x heeft gelezen, ongeacht of dit op papier of digitaal (netto bereik) is. Kortom: het maandbereik van totale print en digitale merken.

Bekijk hier de Top 45

Bron: MMA