Heb ik wat gemist?

15-08-2018 08:59



Sanoma publiceert cijfers over Q2:
Sanoma heeft medio juli de cijfers over het tweede kwartaal gepubliceerd. De operationele EBIT verbeterde aanzienlijk (2018: 80 miljoen, 2017: 73 miljoen, gecorrigeerd voor incidentele baten en lasten). Dit komt met name door de omzetstijging bij Sanoma Learning (2018: 108 miljoen, 2017: 98 miljoen), de educatieve tak van Sanoma en bekend in Nederland van Malmberg. Sanoma Media Nederland houdt de winstgevendheid opnieuw op niveau door een goede kostenbeheersing. Daarmee sluit Sanoma een goed eerste halfjaar af.
Susan Duinhoven, President & CEO van Sanoma Group: "Het tweede kwartaal was een goed kwartaal voor alle onderdelen van Sanoma. Met name Sanoma Learning zag een hogere omzet in het tweede kwartaal in vergelijking tot 2017. Dit komt door de verschuiving van bestellingen van het eerste naar het tweede kwartaal bij Malmberg, in Nederland én in België en Finland was sprake van vroegtijdige bestellingen. In onze beide mediabedrijven is de winstgevendheid iets boven onze verwachting, ook al is sprake van lichte daling door eenmalige bate vorig jaar. Ik ben dan ook zeker tevreden met deze resultaten."

De Persgroep Nederland heeft Robert van den Ham aangesteld als Content Director De Ondernemer.
Van den Ham wordt onder meer hoofdredactioneel verantwoordelijk voor de operationele totstandkoming van content (dagbladpagina, specials, nieuwsbrief en website), de organisatiestructuur van het content-team en gaat De Ondernemer ‘naar buiten’ uitdragen op relevante events en in media.
Hij werkte in diverse leidinggevende functies voor met name magazines en websites. Veelal was het zijn missie daar brede(re) mediamerken van te maken, crossmediaal denken en doen te introduceren en dus redacties, marketing en sales daar in mee te nemen. Recentelijk was hij uitgever en startte een eigen bedrijf.
Op zijn palmares sieren ook enkele prijzen: in 2013 werd Robert gekozen tot Hoofdredacteur van het Jaar, een

jaar later tot Crossmedia Man van het Jaar.

Mediaconcern Audax gaat een vergaande samenwerking met Retail Development Company (RDC) aan.
RDC is eigenaar van de franchiseformule The Read Shop (Express) en de inkoopcombinaties Plantage, Viváant en Tabaronde. Bij RDC zijn ongeveer 600 winkels aangesloten. Audax is de moederorganisatie van AKO, die 100 winkels heeft. De retailformules van beide organisaties worden samengebracht onder Audax Retail. De zusterorganisatie van RDC, groothandelsorganisatie FOOX, blijft zich focussen op haar rol als groothandel en onderzoekt hoe zij nauwer kan gaan samenwerken met Audax op het vlak van logistiek en distributie. De samenwerking heeft grote voordelen voor de betrokken organisaties en uiteraard voor hun klanten. Het is het streven dat Audax Retail in haar nieuwe vorm nog dit jaar concreet vorm krijgt.

NOM bereikscijfers Q2 (magazines)
Veel magazines in de categorieën vrouwen, opinie en jongeren zien hun bereik stijgen. Het bereik van print magazines is in het algemeen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar (NPDM 2018 vs NPDM 2017) stabiel gebleven (index 99). Dit blijkt uit de laatste NOM Print & Doelgroep Monitor 2018-II die op 26 juli is gepubliceerd.
Print magazines bereiken in totaal 11,3 miljoen mensen. Dit is 78% van de Nederlandse bevolking (13 jaar en ouder). Heavy magazine lezers vinden we vooral onder vrouwen (83%), hoogopgeleiden (81%) en welstandigen (83%).
Binnen de top 5 van magazines met het hoogste bereik zijn geen veranderingen zichtbaar. Kampioen doet zijn naam eer aan en heeft het hoogste bereik (4,6 miljoen). Naast de Kampioen zijn Libelle (1,6 miljoen), Donald Duck (1,5 miljoen), LINDA. (1,3 miljoen) en Vrouw (1,1 miljoen) wederom de magazines met het hoogste bereik.

NOM bereikscijfers Q2 (dagbladen)
De gedrukte dagbladen in ons land bereiken dagelijks ruim 6 miljoen personen. Dat staat voor 42% van de Nederlanders van 13 jaar en ouder.
Printbereik vormt een solide basis onder het groeiende lezerspubliek van dagbladen. De groei van de merken is vooral afkomstig van online kanalen. Die trekken dagelijks ruim 3 miljoen bezoekers. Het dagelijkse bereik van dagbladmerken via de smartphone is gegroeid tot 2 miljoen.
Er zijn enkele titels die hun printbereik zagen stijgen. Het Reformatorisch Dagblad boekte een lichte groei. Ook De Telegraaf telt ten opzichte van de vorige NOM-rapportage iets meer lezers.

De top-3 op basis van gemiddeld bereik in print wordt gevormd door AD (1.240.000 lezers), De Telegraaf (1.221.000 miljoen lezers) en Metro (847.000 lezers). In het weekend gaat De Telegraaf aan kop met een bereik van 1.558.000 lezers. De printedities van de regionale dagbladen bedienen samen dagelijks ruim 3 miljoen dertienplussers.

NPM 2018-II bevat ook de bereikscijfers van opiniebladen. De twee bij NDP Nieuwsmedia aangesloten titels Elsevier Weekblad en Vrij Nederland hebben in deze categorie het hoogste bereik (respectievelijk 376.000 en 120.000 lezers).