Digitale bereik dagbladen overstijgt print

25-10-2018 09:31



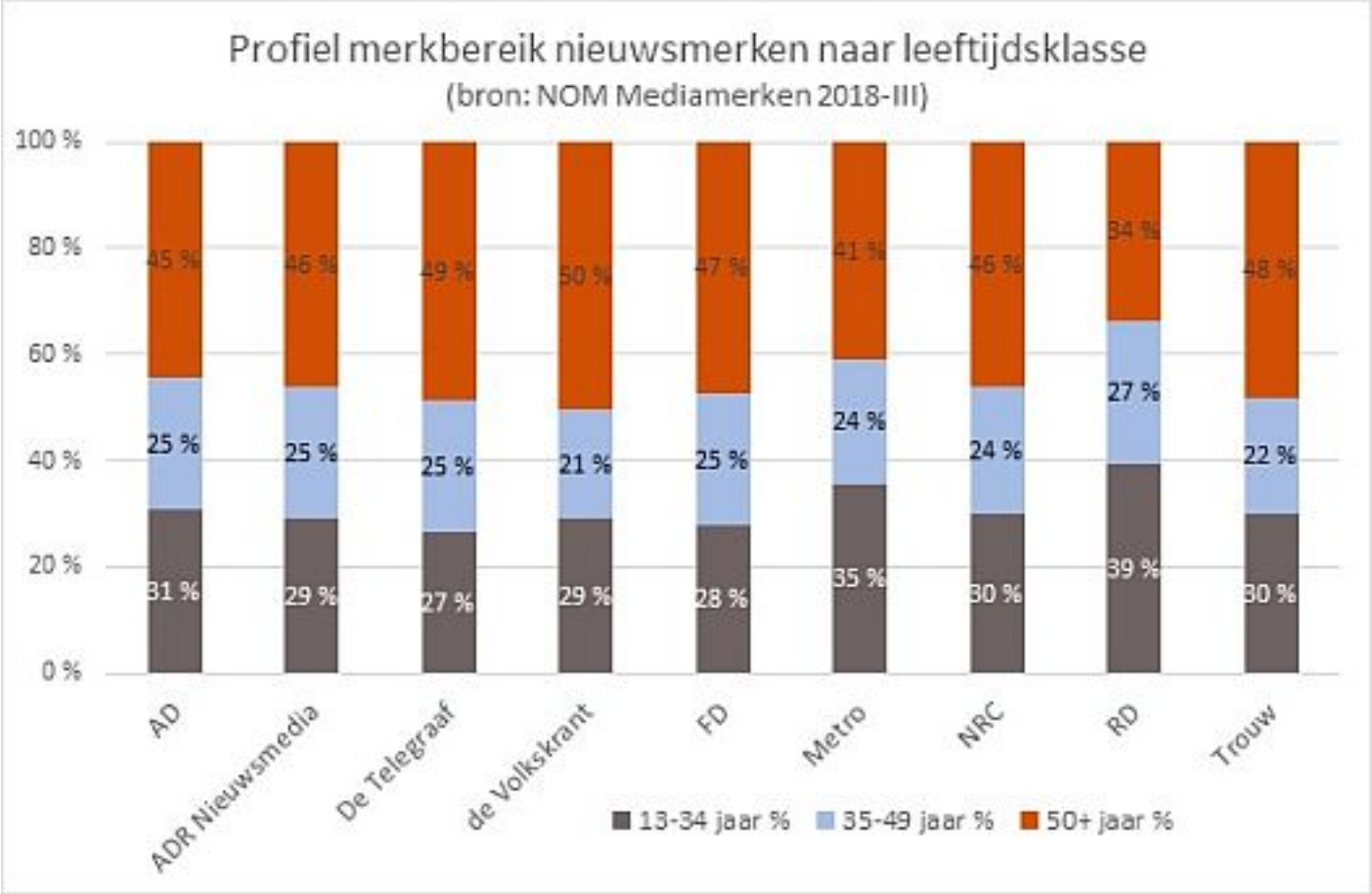
Het AD (53%) en De Telegraaf (50%) bereiken met de print- en onlineplatforms maandelijks ruim de helft van de Nederlanders van 13 jaar en ouder. De Volkskrant, Metro en NRC bedienen op maandbasis rond de 4 miljoen lezers.

ADR, de combinatie van AD, de regionale dagbladen van de Persgroep en bijbehorende magazines weet met 9,6 miljoen lezers maandelijks twee op drie Nederlanders te bereiken.

Nieuwsmerken (bron: NOM Mediamerken 2018-III)	Merkbereik in %	Merkbereik (x 1.000)	Paper only (x 1.000)	Overlap (x 1.000)	Digital only (x 1.000)
AD	51,6 %	**7.463**	1.650	1.524	4.289
De Telegraaf	49,7 %	**7.190**	2.131	1.459	3.600
de Volkskrant	26,4 %	**3.817**	1.719	670	1.428
FD	8,5 %	**1.235**	514	101	620
Metro	29,6 %	**4.282**	2.730	448	1.104
NRC	22,6 %	**3.263**	1.032	397	1.834
RD	4,3 %	**628**	327	41	260
Trouw	16,8 %	**2.428**	757	219	1.452
ADR Nieuwsmedia (AD, regionale dagbladen en magazines)	66,6 %	**9.635**	2.629	3.014	3.992
Elsevier Weekblad	6,0 %	**873**	552	56	265
Vrij Nederland	1,5 %	**222**	126	4	92

Extra bereik door digitaal
Het aandeel van digitaal binnen het merkbereik verschilt van merk tot merk. De Telegraaf, AD, FD, NRC en Trouw trekken met hun digitale kanalen relatief veel additionele lezers. Bij deze titels wordt het merkbereik door de digitale platforms (ruim) verdubbeld.
Het tegenovergestelde beeld is bij Metro zichtbaar. Deze titel moet het vooral van print-bereik hebben. Twee op drie lezers bekijkt uitsluitend de printuitgave. Maandelijks is de gratis krant goed voor een bereik van 4,3 miljoen 13-plussers. Ook de twee bij NDP Nieuwsmedia aangesloten opiniebladen behalen het bereik voor een groot deel met de printuitgave.

Profielen
NOM Mediamerken laat duidelijke verschillen zien in de profielen van de lezers. Trouw en RD tellen verhoudingsgewijs meer vrouwen in hun lezerskring. Aan de andere kant van het spectrum bevindt zich FD waar het bereik voor 70 procent uit mannen bestaat.
Ook qua leeftijd zijn er verschillen te ontdekken. Metro en RD hebben het jongste lezersprofiel. Bij RD is tweederde van de lezers jonger dan 50 jaar. Bij Metro is dat 59%.



De gedrukte dagbladen in ons land bereiken dagelijks 6 miljoen personen. Dat staat voor 41 procent van de Nederlanders (13+). De digitale platforms van nieuwsmerken bereiken maandelijks ruim 10 miljoen personen, ofwel 71% van de bevolking.

Bron: NDP Nieuwsmedia