

Veel vrouwenmedia vergroten bereik print en digitaal

28-01-2019 08:17

Sterkste stijgers

Ten opzichte van de vorige meting (NOM Mediamerken 2018-III) stijgt het merkbereik van veel vrouwenmedia. Het merkbereik van Nouveau stijgt met 51%, Women's Health en Happinez 11%, Psychologie magazine 10%, Vorsten 8%, Knipmode 7% en Margriet 5%. Andere magazinemerken die sterk stijgen zijn TotaalTV (29%), HP/De Tijd (15%), Roots (14%) en Kijk (13%).

Top 3 magazinemerken

De top 3 magazinemerken met het grootste merkbereik wordt gevormd door drie grote vrouwen mediamerken: 1) Libelle (3,4 miljoen), 2) LINDA. (2,6 miljoen), 3) VROUW (2,4 miljoen). Deze merken worden gevolgd door Donald Duck (2,3 miljoen) en Autoweek (2,2 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.

Meer resultaten [bij de MMA](#)