

# Nieuwsmedia groeien door 'digitale' lezers

22-10-2019 09:50



**De digitale platforms van nieuwsmedia zorgen voor een grote toestroom aan lezers. Dat blijkt uit NOM Mediamerken 2019-III. Gemiddeld bestaat ruim de helft van het maandelijkse publiek nu uit online lezers.**

De digitale kanalen helpen de nieuwsmerken aan een jonger profiel. Ruim de helft van de lezers is tussen 13 en 49 jaar.

Op maandbasis hebben zeven nieuwsmerken in de NOM-rapportage een bereik dat boven een miljoen uitstijgt. AD en De Telegraaf hebben met 8 miljoen bereik de meeste lezers. Het bereik van ADR Nieuwsmedia telt maandelijks zelfs meer dan 10 miljoen dertienplussers.

## Print

Gemiddeld komt iets meer dan de helft van het bereik tot stand door lezers van digitale producten. Een aanvullende groep van gemiddeld 13 procent leest naast digitale berichten ook de gedrukte krant. De printuitgave is ook in de crossmediale opzet een belangrijke pijler onder de nieuwsmerken. Dagelijks slaan nog altijd 6 miljoen dertienplussers een gedrukte uitgave open.

## Digital Only

Trouw en NRC hebben op maandbasis relatief het grootste aantal digital only-lezers.

Twee op drie lezers laten zich op deze wijze door deze nieuwsmerken bedienen. AD heeft de grootste groep crossmediale lezers (22%) die het mediamerk zowel digitaal als in print volgen. Voor Metro blijft de gedrukte

uitgave het belangrijkste kanaal naar de lezers. Ruim driekwart van het bereik komt dankzij de krant tot stand.

De digitale kanalen zorgen voor een jonger lezersprofiel. Voor alle gerapporteerde nieuwsmerken geldt dat de 13- tot en met 49-jarigen voor het merendeel van het bereik zorgen. RD heeft naast Metro de jongste lezers. Ruim 6 op 10 lezers van deze titel zijn jonger dan 50 jaar.

Het bereik van nieuwsmedia is vrij gelijk verdeeld over mannen en vrouwen. Het FD vormt hierop een uitzondering; 70 procent van de lezers van deze titel is man.

**Bron:** [NDP Nieuwsmedia](#)

David Huijzer