

NRC realiseert toename digitaal en printbereik

16-07-2020 10:19

nrc media >

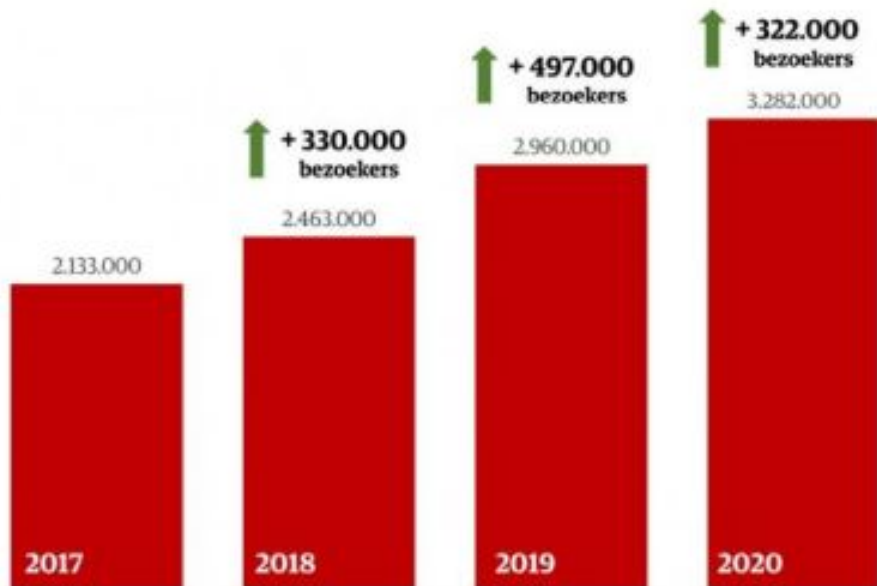
NRC laat in het tweede kwartaal van dit jaar een stijging zien van zowel het digitaal bereik als het printbereik. De stijging was ook al in het eerste kwartaal te zien, dus de conclusie kan zijn dat het best goed gaat met NRC.

Madelon Fortuin: 'Opnieuw zien we een stijging van het printbereik binnen onze kerndoelgroep. Behalve hoog selectief bereik staat NRC vooral ook voor een hoge betrokkenheid van de lezer en luisteraar'.

Traditionele media heroveren terrein concludeerde onderzoeksbureau Kantar in het recente Mediabelevingsonderzoek. De toename van het NRC-bereik bij zowel digitaal als ook print onderstreept die conclusie. De traditionele NRC-journalistiek trekt een specifieke doelgroep aan, betrokken lezers en luisteraars die waarde hechten journalistiek die diep graaft en breed kijkt.

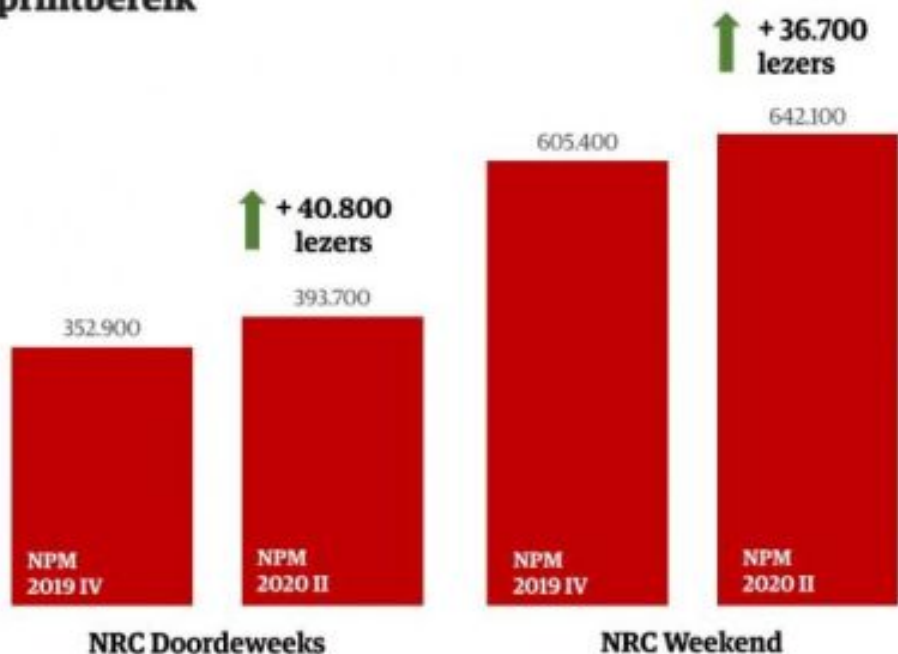
Die betrokkenheid blijkt ook uit de cijfers, zo is de gemiddelde abonnementsduur ruim 12,8 jaar. Ook de dagelijkse podcast NRC Vandaag heeft een groeiende groep betrokken luisteraars. Alleen al in het eerste half jaar van 2020 waren er ruim 4,7 miljoen downloads en luistert maar liefst 89% de gehele podcast uit. In een wereld met steeds meer (mis)informatie en steeds minder journalistiek weten steeds meer lezers en luisteraars NRC te vinden.

Toename nrc.nl unieke bezoekers



Bron: NOBO / gemiddeld maandbereik periode jan-mei

Toename NRC printbereik



Bron: NOM Printmonitor 2019 IV – 2020 II

Fortuin: "Net als ieder ander mediabedrijf hebben ook wij klappen gekregen op de advertentieafdeling. Gelukkig geen halvering van de omzet. We kijken nu naar een index die schommelt rond de 90. Wat dan vooral heel fijn is, zijn de zeer positieve resultaten op de lezersmarkt. We hebben een flinke toename van abonnees

gezien. Mensen die bereid zijn te betalen voor goeie, genuanceerde uitzoekjournalistiek. Al ver voor dat de Corona-crisis uitbrak, hebben wij de beslissing genomen dat we onze journalistiek niet gratis aanbieden. En hebben we de kortlopende abonnementen afgeschaft. Het kortstlopende abonnement is tenminste één jaar. Deze strategie hadden we al ingezet. Het zorgt nu voor een goed resultaat onder de streep. En dat goede resultaat maakt dat we kunnen blijven investeren in dat waar we voor staan; iedere dag weer gaan voor het brengen van de beste én unieke journalistiek voor onze lezers en luisteraars.”

9 december 2020: inct.spiratie: de toekomst van nieuwsmedia na corona

inct.spiratie staat dit jaar in het teken van de gevolgen van de corona-crisis: hoe verandert de uitgeefbranche? Iedere editie staat een segment centraal. Op 9 december Nieuwsmedia, 4 sprekers/conversation starters zullen hun visie geven. [Meer info & aanmelden](#)

David Huijzer