

CEBUCO

De krant verslaat alles.

Uitkomsten NOM Print Monitor 2009



Inhoud

- Over NOM Printmonitor
- Belangrijke wijzigingen
- Bereikcijfers
- Kwaliteit van bereik
- Leesduur
- Profiel dagbladlezer



Over NPM 2009

- Belangrijkste bron voor bereikcijfers printmedia:
 - dagbladen
 - publiekstijdschriften
 - overige media



- Het printbereikonderzoek wordt in opdracht van NOM uitgevoerd door



- Titels: 149 tijdschriften en 45 kranten
- Basis is de nummerbereiksmethodiek.



NPM is dé currency!

Belangrijke wijzigingen

Populatie:

Het aantal Nederlanders van 13 + is nu **13.753.000**
(MOA Gouden Standaard 2009)

Titellijst van dagbladen:

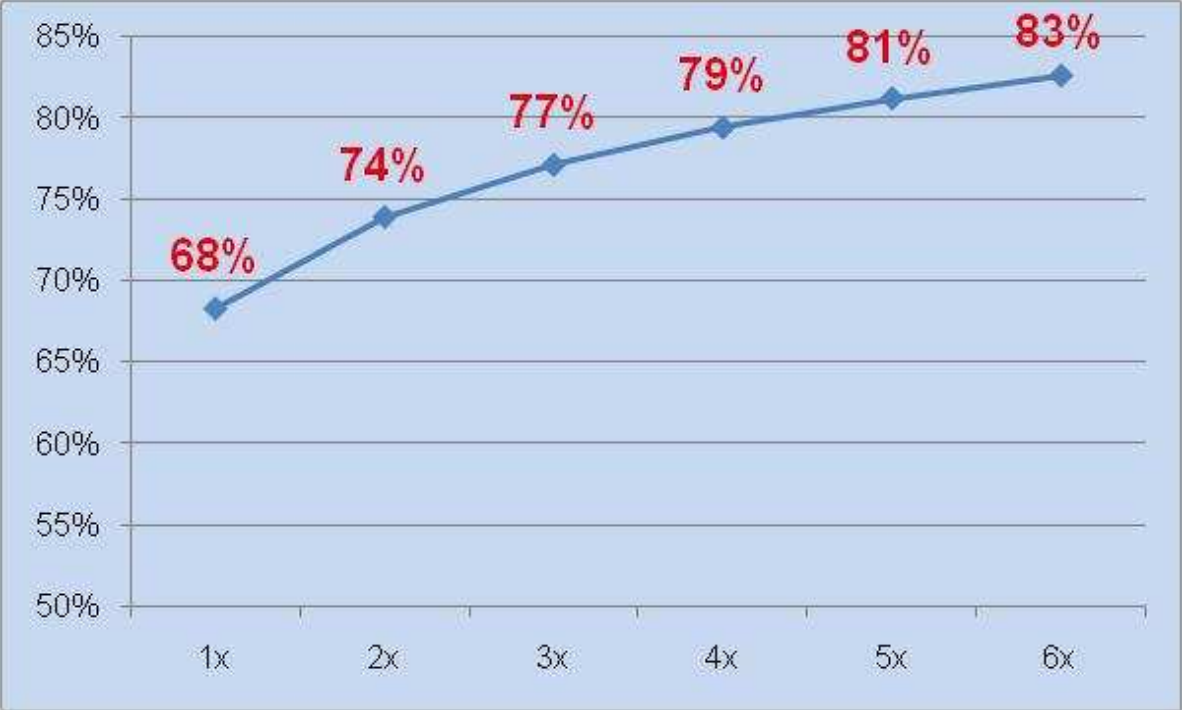
De volgende titels zijn niet meer opgenomen:

- ❖ Telegraaf op Zondag
- ❖ DAG
- ❖ Twentsche Courant Tubantia op Zondag

Regionale dagbladen:

De getoonde regionale dagbladen in de vragenlijst worden bepaald aan de hand van het Cebucogebied van de respondent (was de woonplaats).

Opbouw van bereik (in %)



Na drie inschakelingen is het bereik opgelopen naar 77 procent, na zes naar 83 procent

Eén krant of meer titels lezen?

33% leest gemiddeld meer dan 1,2 dagbladtitel

33% leest 0,6 - 1,2 titels

33% leest gemiddeld t/m 0,6 titel



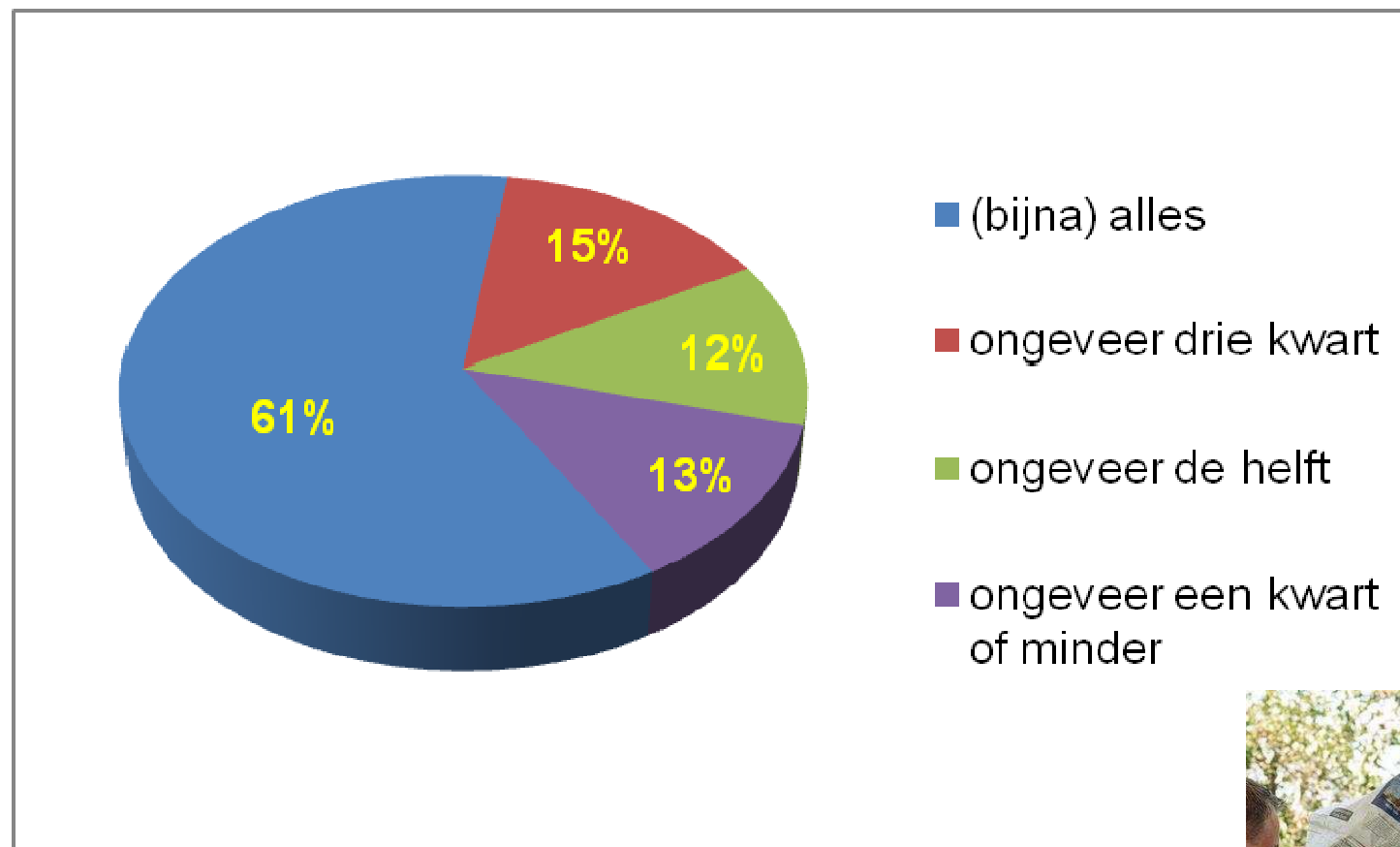
- ✓ Mannen lezen meer titels dan vrouwen.
- ✓ Hoe ouder men wordt des te meer titels.
- ✓ De hoogte van de welstand is van invloed op het lezen van één of meer verschillende kranten.

33%: dat zijn 4,5 miljoen lezers!

Kwaliteit van Bereik

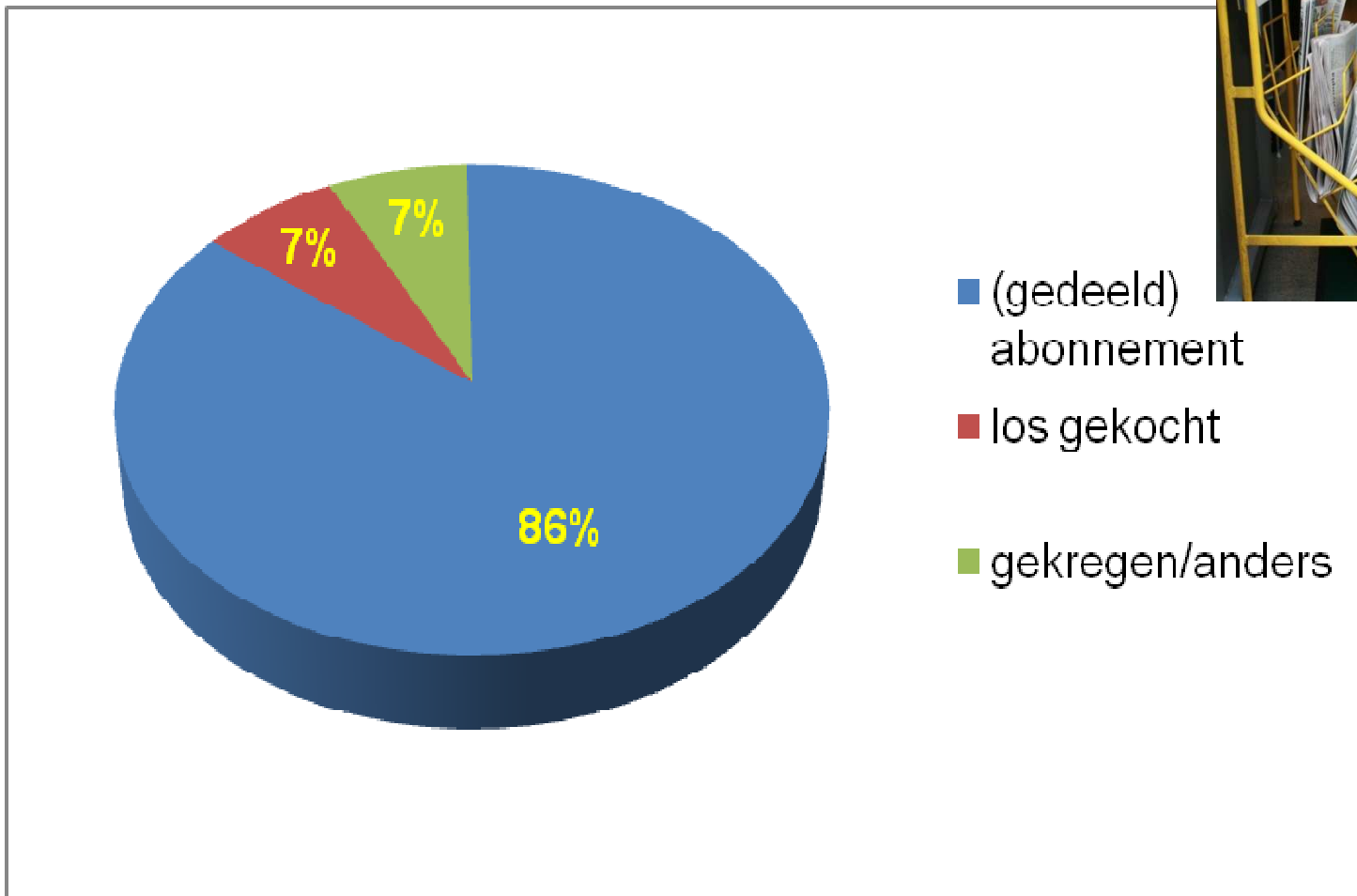


Hoe intensief wordt de krant gelezen ? (in %)



Het gros van de lezers leest vrijwel de gehele krant

Wijze van verkrijgen betaalde dagbladen (in %)



Dagen van de week

De schommelingen van het gemiddeld bereik van de betaalde dagbladen naar dagen van de week in indices *):

maandag	99
dinsdag	97
woensdag	98
donderdag	98
vrijdag	100
zaterdag	107

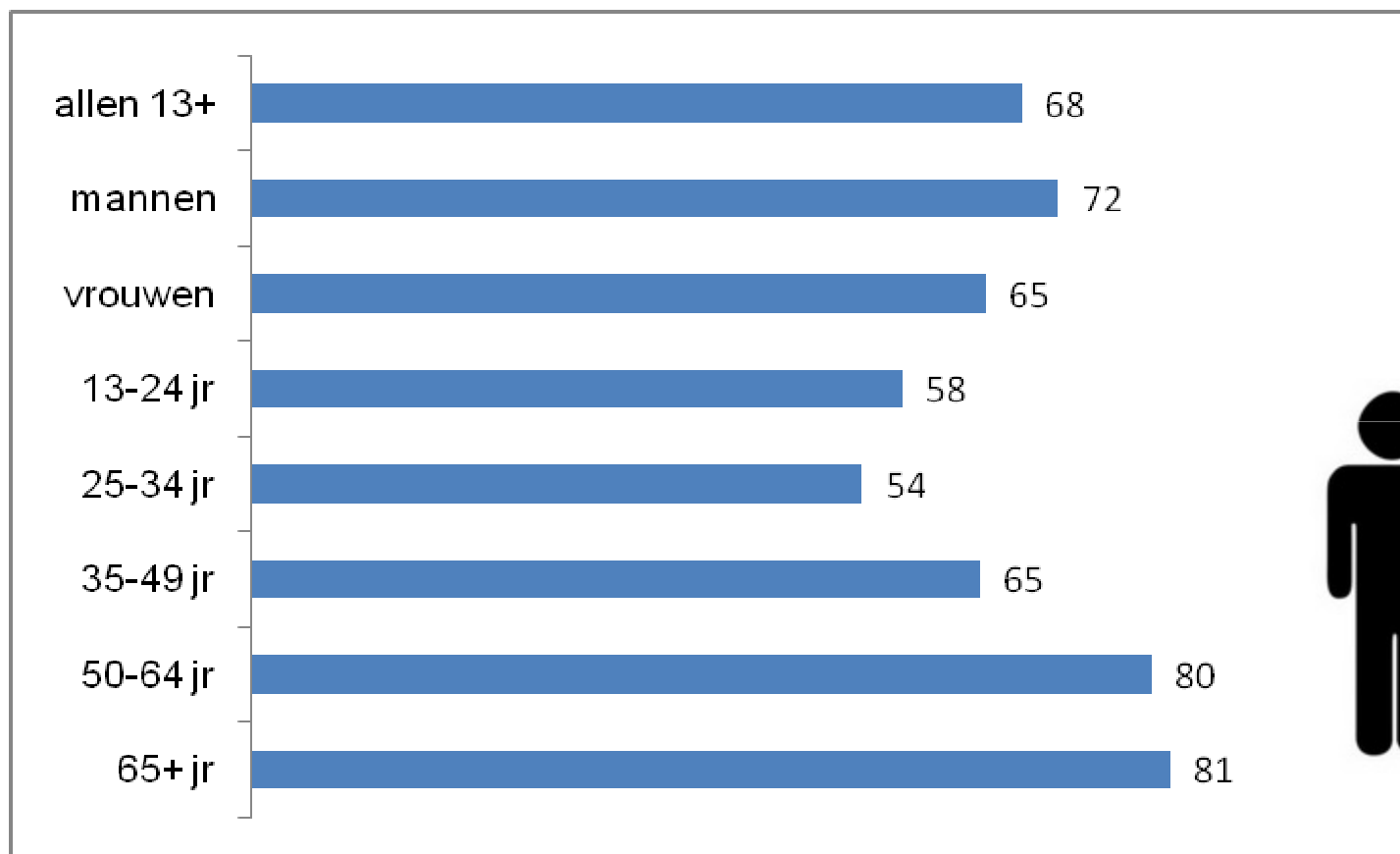


*) Gemiddeld bereik is 100

Profiel dagbladlezer

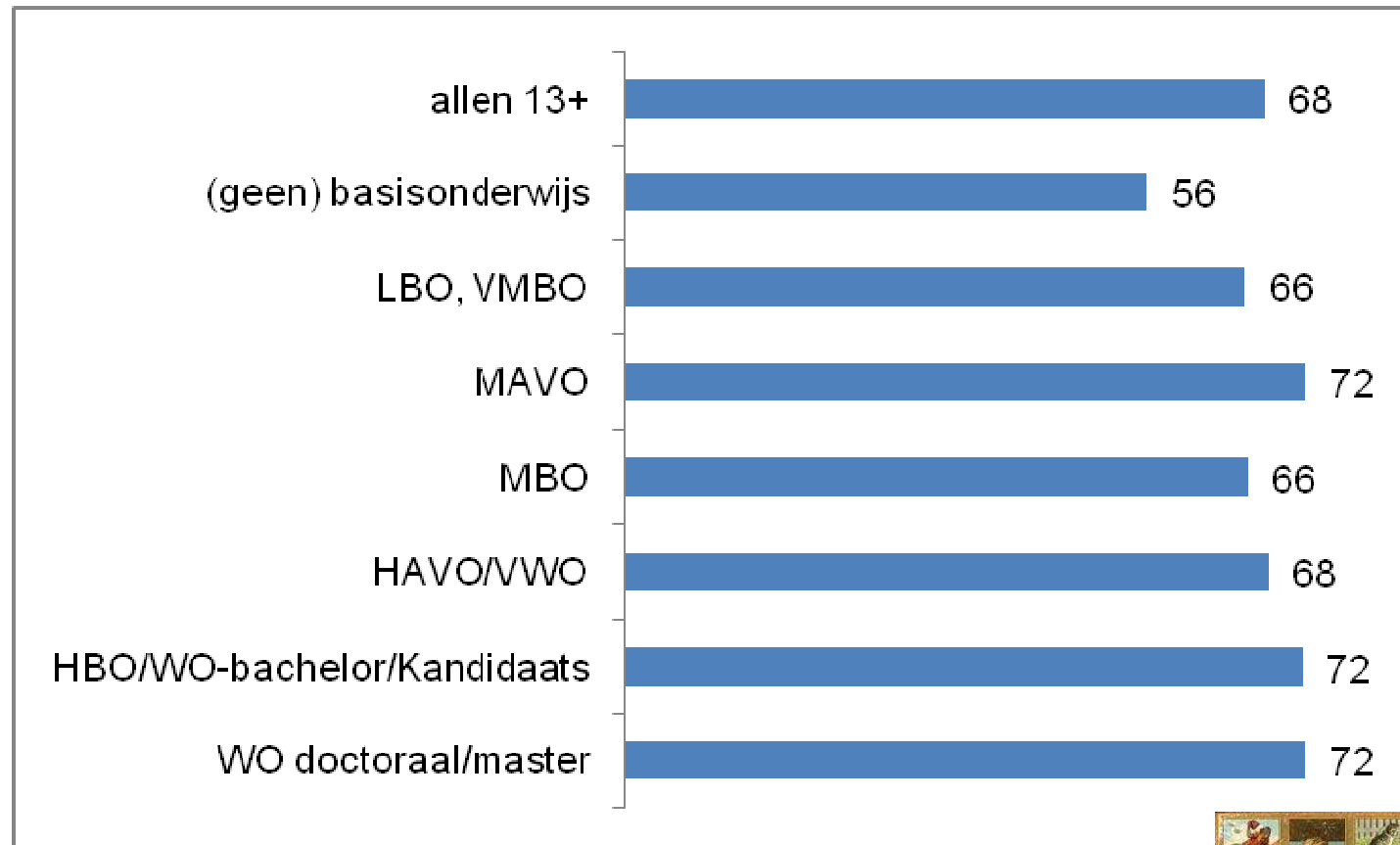


Bereik naar geslacht en leeftijd (in %)



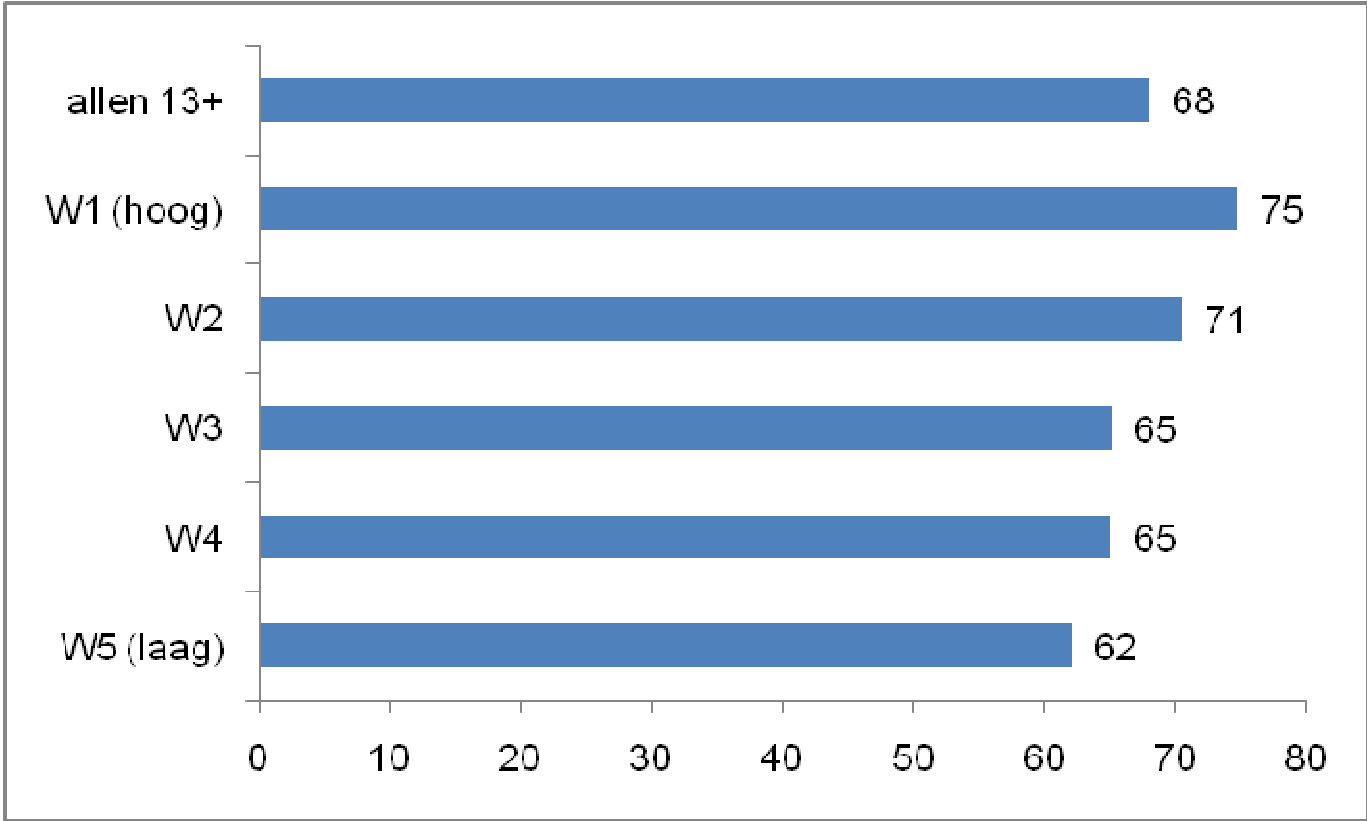
Hoog bereik onder mannen en 50-plussers

Het bereik naar hoogst gevolgde opleiding (in %)



Bereik hangt samen met opleiding

Bereik naar welstand (in %)



Profiel zware lezers

Zware lezers zijn

- iets vaker een man,
- goed opgeleid en
- vaker welstandig.

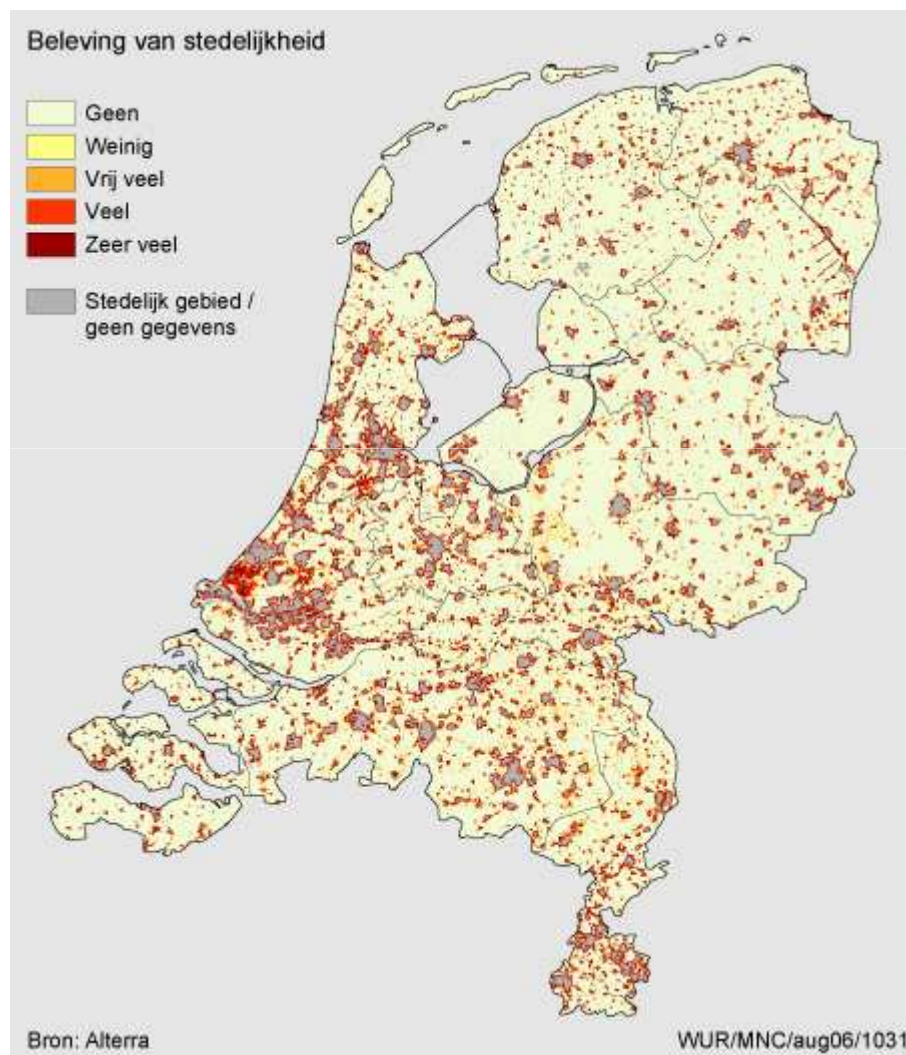


Bereik naar Nielsen-district (in %)



	Alle dagbladen
3 grote steden	67
Rest west	69
Noord	68
Oost	69
Zuid	67
Nederland	68

Het bereik naar de mate van stedelijkheid (in %)



	Alle dagbladen
Zeer sterk stedelijk	66
Sterk stedelijk	67
Matig stedelijk	69
Weinig stedelijk	69
Niet stedelijk	72

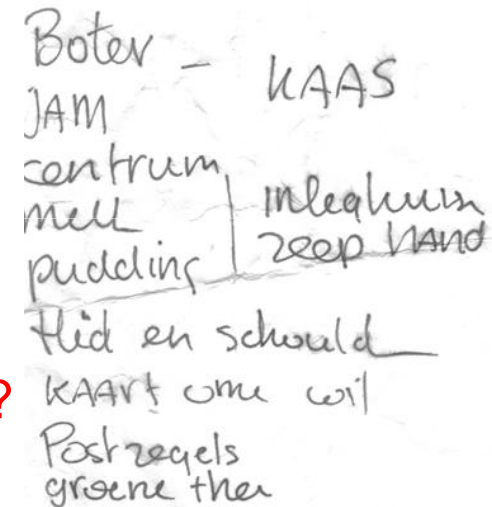
Speciale doelgroepen



De dagelijkse boodschappen

63 procent van de respondenten is verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen.

In **37** procent van de gevallen betreft het een huisgenoot.

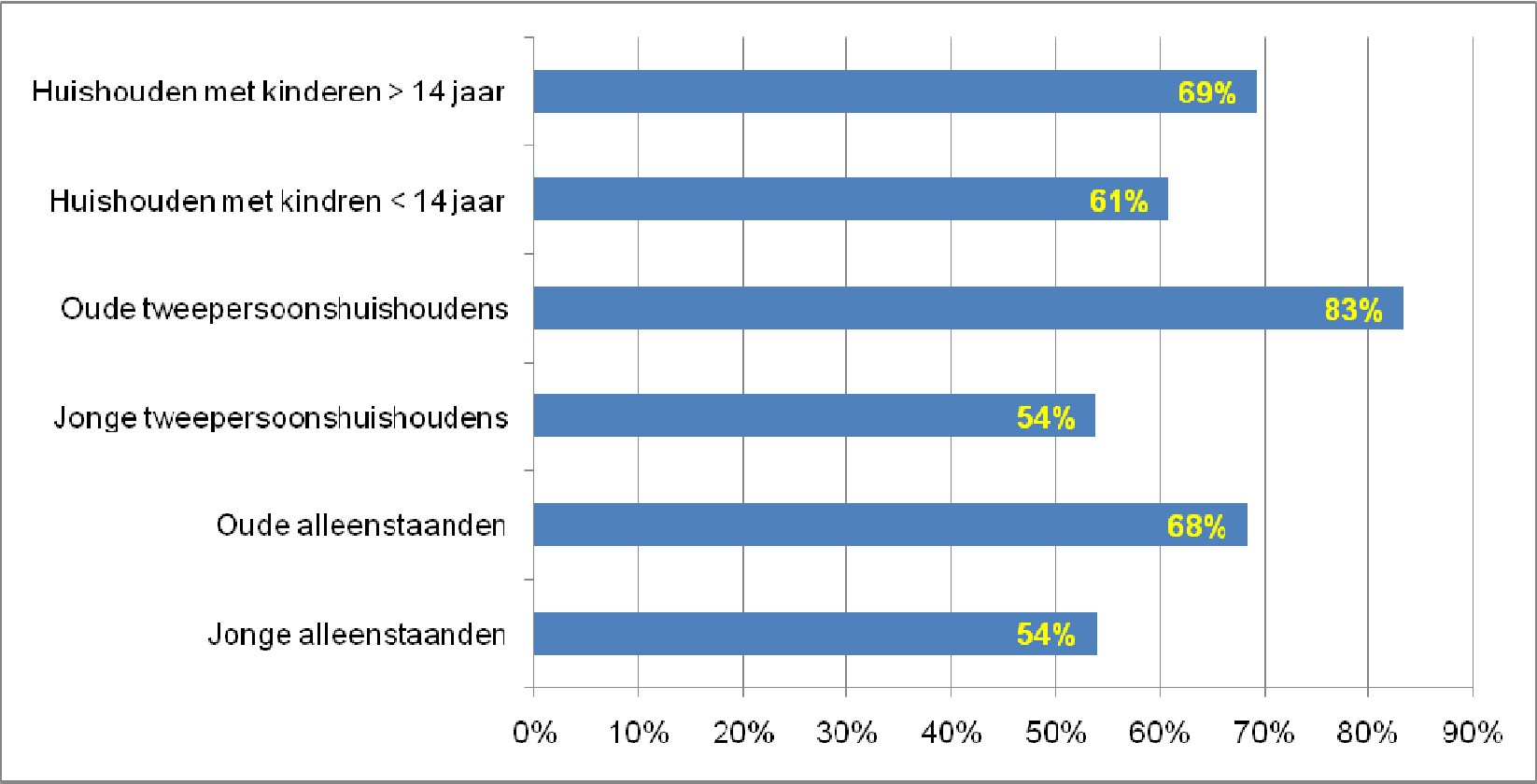


Handwritten list of groceries:

- Boter - KAAS
- JAM
- centrum
- mell
- pudding
- melekhuis
- zeep
- hand
- Hid en schouder
- KAART omme wil
- Postzegels
- groene thee

- Hoeveel boodschappers bereikt u met dagbladen?
- Dagbladen bereiken dagelijks **68** procent van alle boodschappers.

Het bereik naar levensfase in %



Gemiddeld is het bereik 68%

Bereik onder tweeverdieners

50% van de Nederlanders is tweeverdiener.



	Alle dagbladen
Tweeverdiener	68%
Geen tweeverdiener	68%

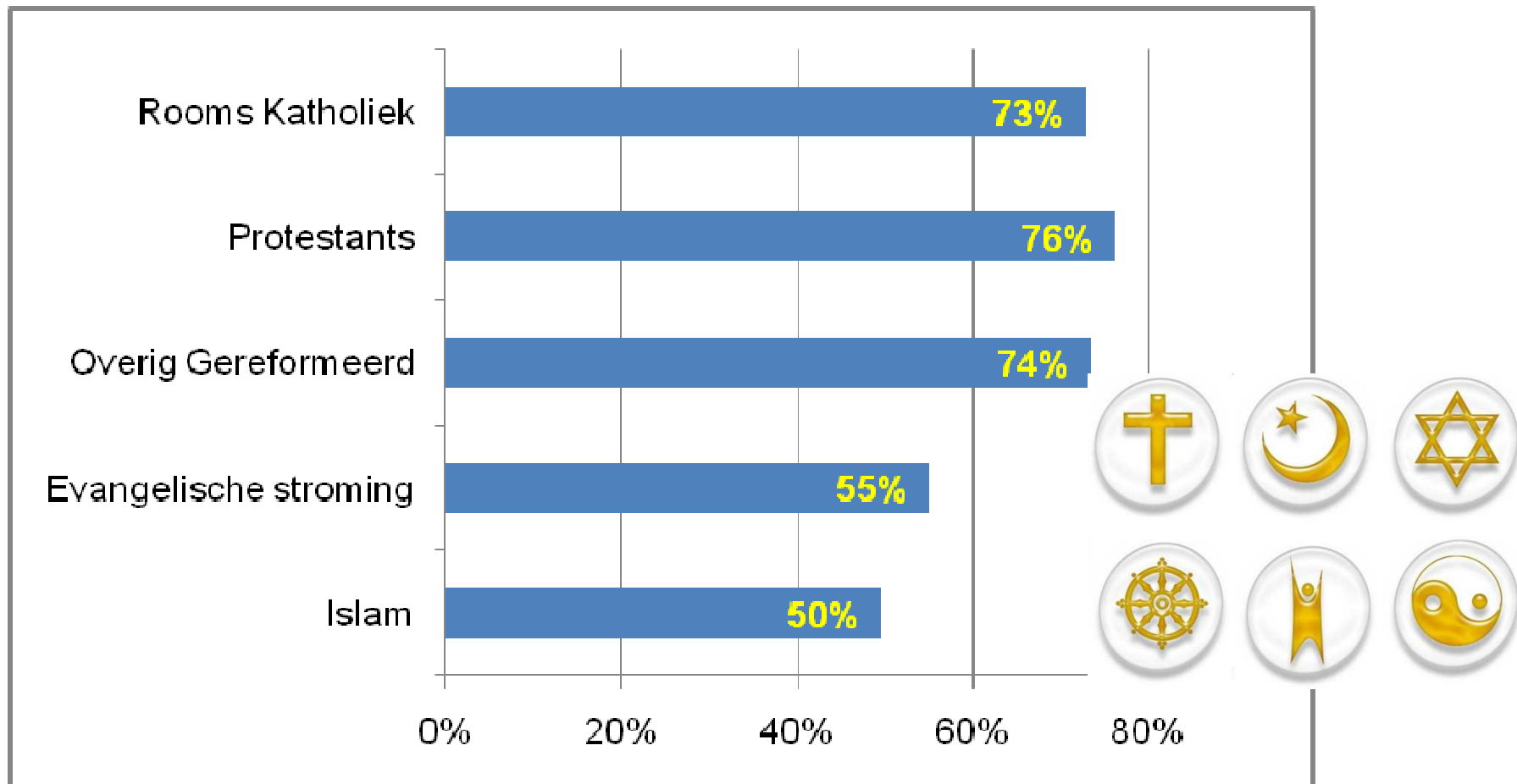
Bereik onder b-to-b groep

9% van de Nederlanders hoort bij deze categorie.



	Alle dagbladen
Ja, b-to-business	73%
Nee, b-to-business	68%

Levensbeschouwing



Conclusies

- ✓ Dagbladen door zeven op de tien gelezen
- ✓ Dat zijn dagelijks 9,4 miljoen consumenten
- ✓ Verhouding man/vrouw: iets meer mannen dan vrouwen
- ✓ Ook meerderheid jongeren leest de krant
- ✓ Bereik neemt toe met welstand en opleiding
- ✓ Bereik onder speciale doelgroepen hoog
- ✓ De krant wordt langdurig en intensief gelezen

Andere rapporten van NOM Media

- **Dageditiebereik**
 - Voor iedere dageditie is een bereikcijfer beschikbaar.
 - Dat maakt plannen van dagbladen op dagniveau mogelijk.
- **Timeplanning voor tijdschriften**
 - Geeft de bereikopbouw in de loop van de tijd aan.
Niet beschikbaar voor dagbladen: door dagelijkse verschijning is het gemiddeld bereik immers vrijwel gelijk aan actueel bereik.
- **In de pen:**
 - **Leesduur:** een goede indicatie om de aandacht voor een dagbladadvertentie in te schatten.
 - **Maandbereik** en **fluctuatie-index** dagbladen

Over Cebuco



Onderzoek: Cebuco streeft na de impact van dagbladinzet op verschillende niveaus naar buiten te brengen: van mediumbereik (NOM), via reclamebereik (Reclame Reactie Onderzoeken) en reclamewerking (effectonderzoeken) tot en met verkooprespons (ROI-studies).

Daarmee geeft Cebuco inzicht op welke manier dagbladen het meest **efficiënt** zijn en **effectief** kunnen bijdragen aan het behalen van de communicatie doelstellingen.

Communicatie: Met deze inzichten adviseert de organisatie over een optimale inzet van het mediumtype, zodat de reclameboodschap de gewenste impact heeft en de adverteerder optimaal kan profiteren van het hoogwaardige massabereik van dagbladen.

Kijk eens op www.cebucoco.nl > tag: **effectonderzoek**

Meer weten?

Neem contact op met de afdeling onderzoek van Cebuco.

E-mailadres: onderzoek@cebuco.nl

Bellen kan natuurlijk ook:

- * Erik Grimm 020 - 430 91 03
- * Marlene Blonk 020 - 430 91 09