



# CEBUCCO

De krant verslaat alles.



**Dé marketingorganisatie van de Nederlandse dagbladen en dagbladportals**

## Cebuco is dé marketing organisatie van de Nederlandse dagbladen en hun websites.

Namens alle dagbladen participeert Cebuco in NOM, bekend van o.a. de NOM Print Monitor (NPM).

Aansluitend op deze NPM worden jaarlijks 12.000 respondenten nogmaals ondervraagd.



Over:

- vrijetijdsbesteding, interesses en activiteiten
- gebruik van producten en merken van cosmetica, voeding, apparatuur en financiën,
- autobezit en -gebruik,
- winkelbezoek en waarden
- Etc etc

**CEBUCO**

## NOM: Doelgroep Monitor 2008

De verzamelde informatie wordt gekoppeld aan de gegevens over het leesgedrag en overig mediagebruik uit de NPM.

Hierdoor wordt het mogelijk om het leesgedrag van doelgroepen in kaart te brengen of vice versa lezers van titels nauwkeurig te omschrijven wat betreft hun consumptiegedrag.

De volgende dia gaat over de **aandacht voor reclame**.

## NOM: Doelgroep Monitor 2008

Aandacht voor	Aantal Nederlanders dat hierop let in %	Bereik van dagbladen in deze groep in %
Merkenreclame in dagbladen	48	74
Aanbiedingen van winkeliers in dagbladen	66	73
Reclame van banken/financiële instellingen	30	73
Voorlichting en informatie van de overheid	49	72
Onroerend goed-advertenties	28	72
Reclame voor verzekeringen/beleggingsproducten	18	72
Reclame voor auto's	36	71
Reclame van warenhuizen	65	70
Reclame voor radio-, tv, video-apparaten	56	70
Reclame voor doe-het-zelfartikelen	56	70
Reclame voor foto-/filmartikelen	38	70

Dagbladlezers hebben aandacht voor uiteenlopende reclameboodschappen...

## NOM: Doelgroep Monitor 2008

Aandacht voor	Aantal Nederlanders dat hierop let in %	Bereik van dagbladen in deze groep in %
Reclame voor sportartikelen	37	70
Reclame van supermarkten/kruideniers	80	69
Reclame voor voeding en dranken	68	69
Reclame van modezaken	57	69
Reclame voor computers	49	69
Reclame voor woninginrichting	47	69
Reclame voor telecommunicatie-apparatuur	44	69
Reclame voor producten voor lichaamsverzorging	56	68
Reclame voor opleidingen/cursussen	24	68
Reclame voor cd's/dvd's/video's/films	55	67

Van reclame voor sportartikelen tot en met reclame voor cd's, dvd's, video's en films

## Vergelijken prijzen alvorens te kopen

75% van de respondenten is het eens met de stelling

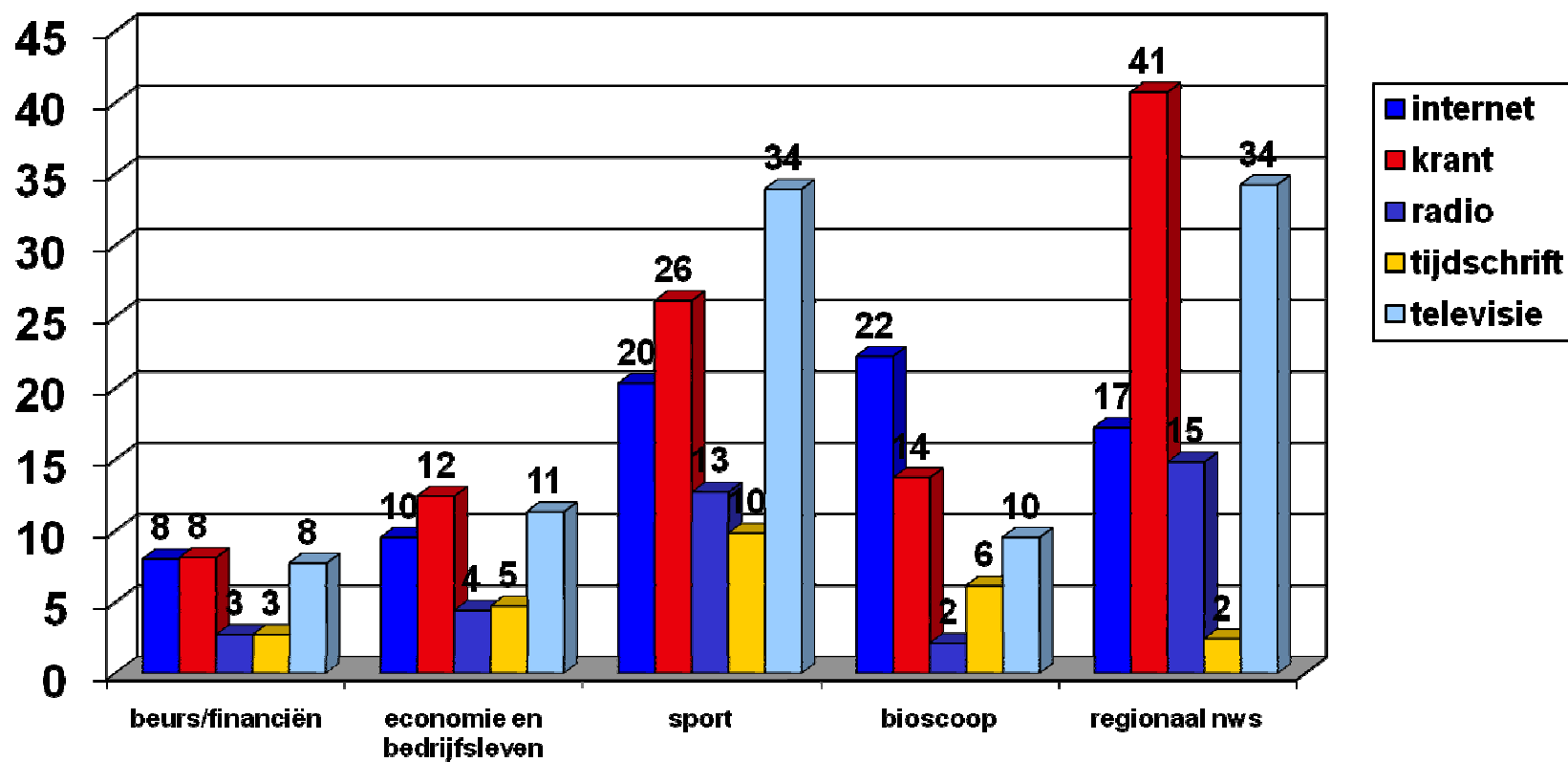
“Als ik voor een grote aankoop sta,  
dan kijk ik eerst advertenties na  
om prijzen te vergelijken”

70% van deze groep leest een krant!

Dagbladen brengen nieuws, ook op advertentiegebied, waar de lezer in geïnteresseerd is.

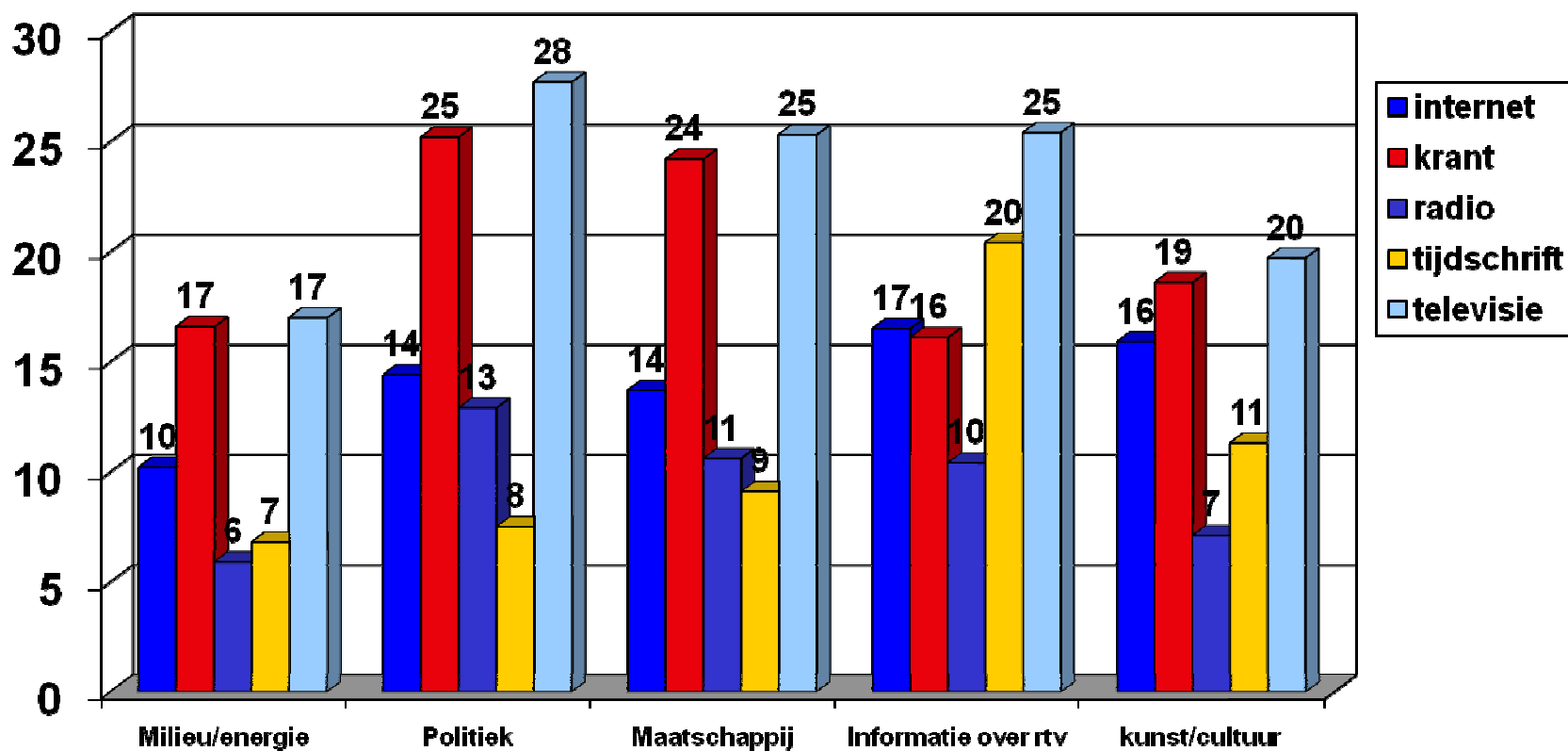
**CEBU**CO

## Welk mediumtype voor welk nieuws?



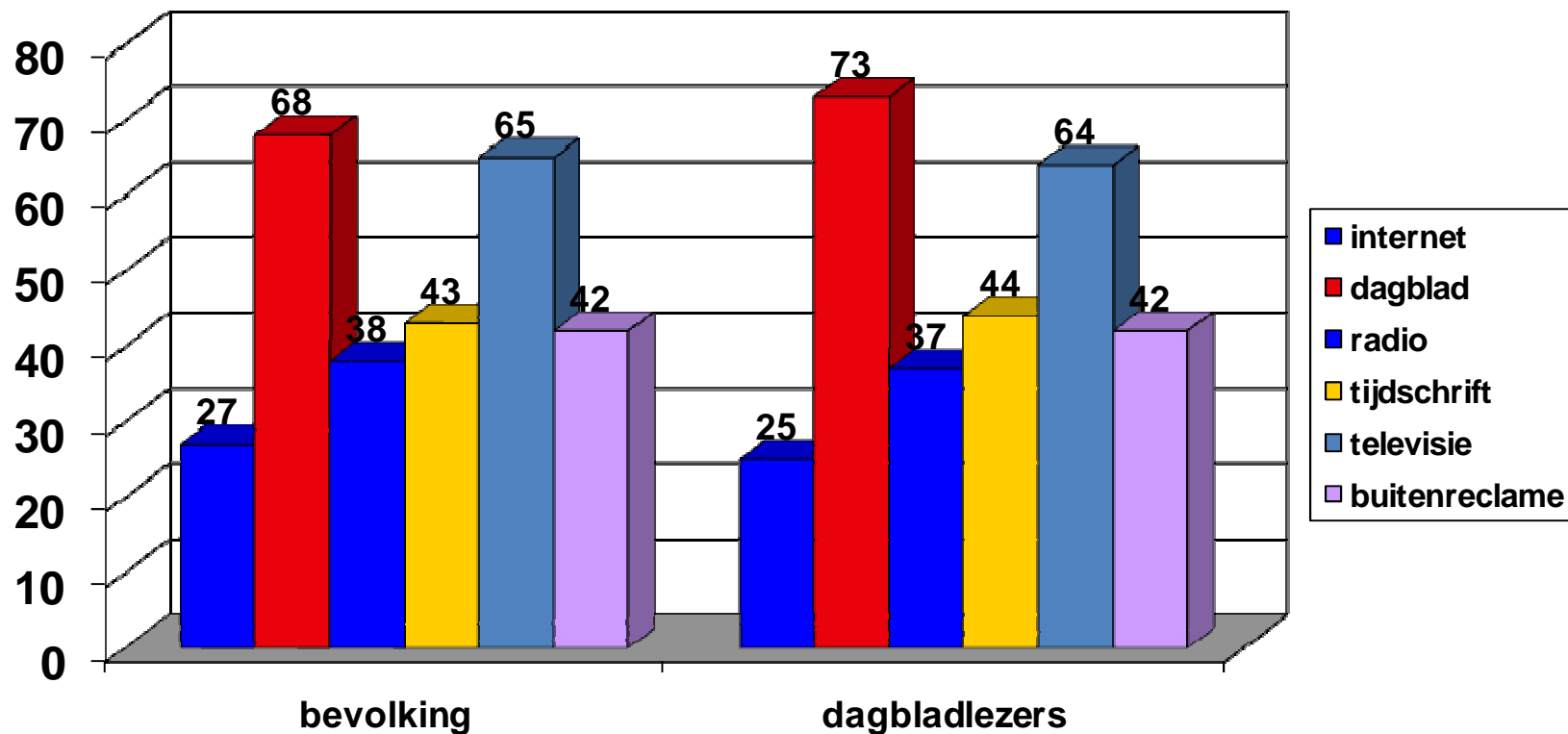
Kranten: een onmisbare informatiebron

## Andere interessegebieden van de respondenten



TV maar ook kranten als belangrijke informatiebron

## % Let op reclame binnen mediumtype



Dagbladlezers zijn oplettende lezers.

## Maar over TV gesproken:

Tijdens reclame op TV zegt 60 procent iets anders tussendoor te doen!

28 procent zoekt een andere zender.

Slechts 9 procent blijft kijken.



Tijdens reclame op TV zegt 60 procent iets anders tussendoor te doen!

28 procent zoekt een andere zender.

Slechts 9 procent blijft kijken.



**CEBUCO**

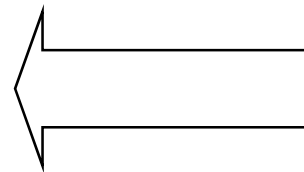
## En reclamedrukwerk?

45 procent vindt dat er te veel reclamedrukwerk wordt bezorgd.

## Zijn dagbladadvertenties irritant?



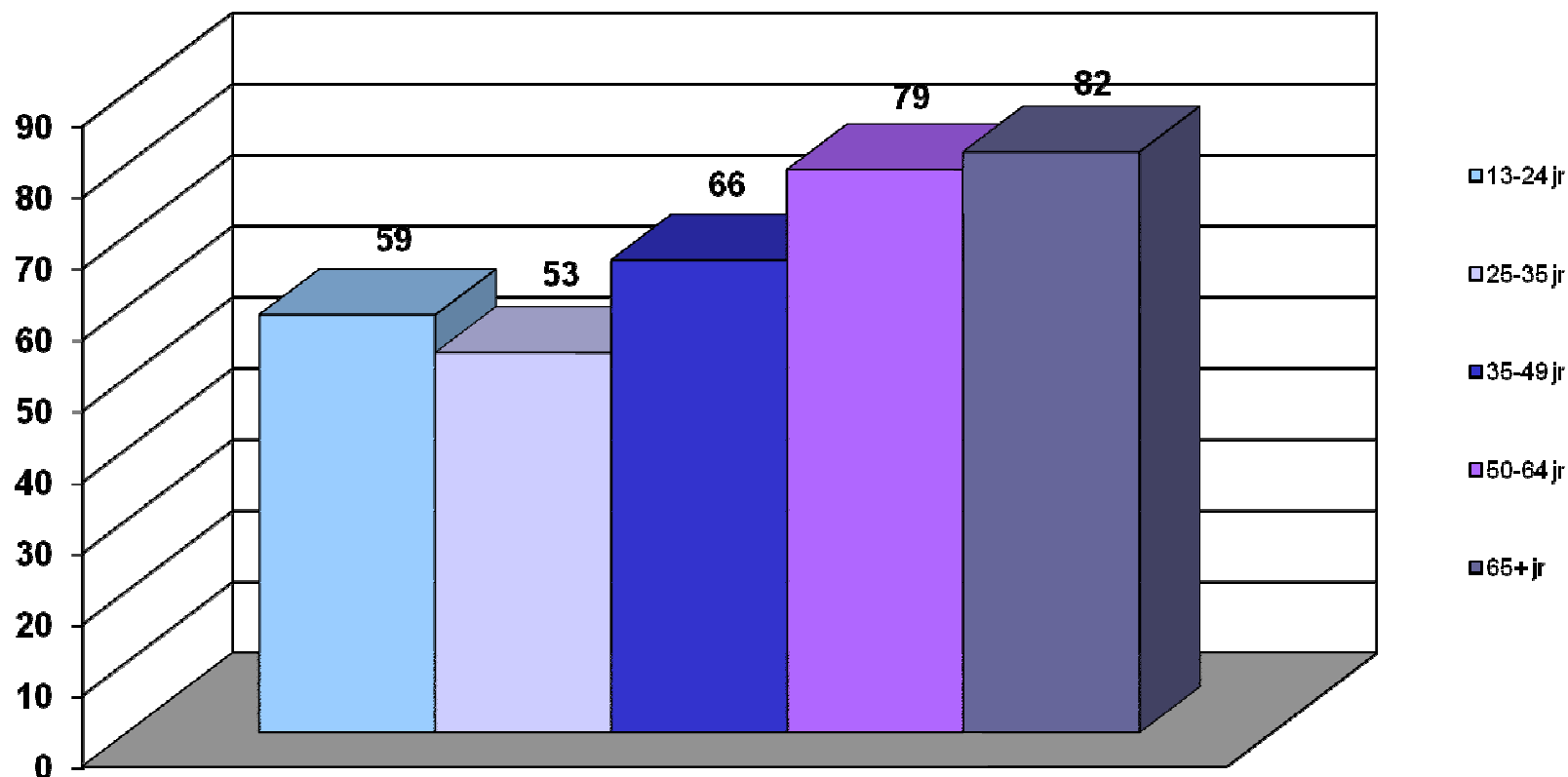
81 procent vindt van niet.  
Dat zijn 11 miljoen Nederlanders.



Winnaar Dagbladgoud 2008

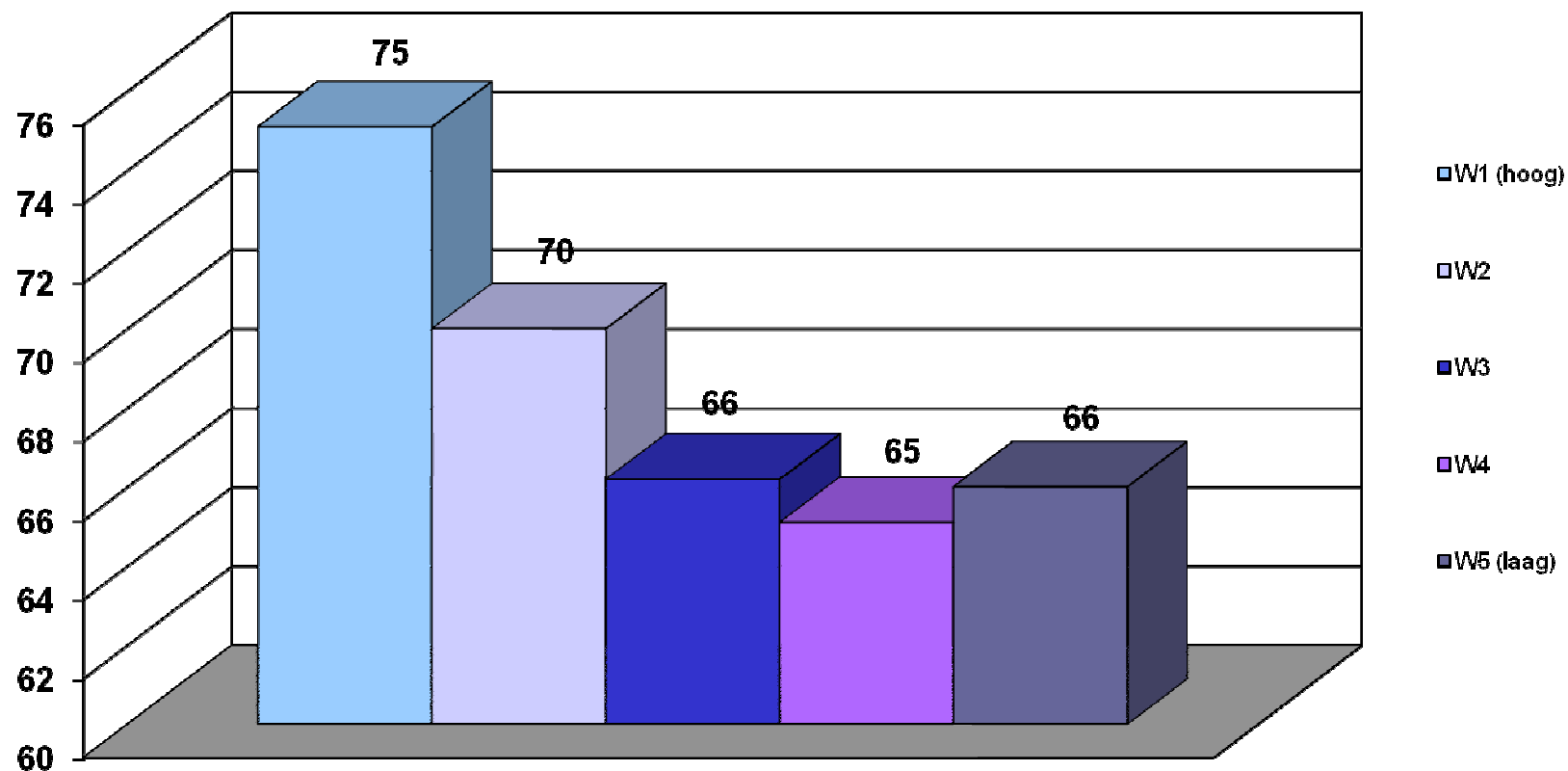
**CEBU**CO

## Het bereik van dagbladen naar leeftijd (%)



Ouderen, maar ook de meerderheid van de jongeren leest de krant.

## En dagbladen naar welstand(%)



Hoe hoger de welstand des te hoger het bereik van dagbladen.

## Dagbladbereik naar geslacht

Dagelijks worden 71% van alle mannen van 13 jaar en ouder door dagbladen bereikt.  
Voor vrouwen is dat 66%.



En niet te vergeten het bereik onder degenen die verantwoordelijk zijn voor de dagelijkse boodschappen:

een bereik van **68%**.

## Het bereik van dagbladen onder vakantiegangers

Uit DGM 2008 blijkt dat Nederland bijna 8 miljoen vakantiegangers telt.



- 51% geniet alleen een zomervakantie in het buitenland
- 5% alleen een wintervakantie in het buitenland
- 21% zomer- en wintervakantie in het buitenland
- 23% blijft in Nederland

## Hoeveel procent bereikt u met de krant?

- alleen zomervakantie in het buitenland: 68%
- alleen wintervakantie in het buitenland: 63%
- zomer- en wintervakantie in het buitenland: 74%
- in Nederland op vakantie: 68%

## Het bereik onder autobezitters

Het autobezit op basis van DGM 2008:

- 56% heeft één auto
- 26% heeft er twee
- 5% heeft er zelfs drie of nog meer
- 14% heeft geen auto



## Hoeveel procent bereikt u met de krant?

- één autobezitters: **70%**
- bezitters van twee auto's: **67%**
- bezitters van drie of meer auto's: **71%**
- mensen zonder auto: **64%**

## Eigenaar of huurder?

65% van de Nederlanders heeft een eigen huis.

33% woont in een huurwoning.

Met dagbladen worden dagelijks **71%** van de eigenaren en 64% van de huurders bereikt.



Soort woning	Profiel NL in %	Bereik dagbladen in %
Geheel vrijstaande woning	14	76
Twee onder een kap	16	72
Huis in een rijtje	44	67
Etagewoning	7	66
Woning in een flat	12	65
Ander soort woning	7	65

## In deze Power Point zijn slechts enkele uitkomsten van de Doelgroepmonitor van NOM uitgewerkt.

Zo komt de vraag over vakantie en uitstapjes veel uitgebreider aan bod in het onderzoek, maar ook vragen over interesses en activiteiten, over vervoer, TV-programma's, roken, drinken, persoonlijke verzorging etc. etc. zijn opgenomen.

Wilt u meer weten:

Neem contact op met de afdeling onderzoek van Cebuco.

E-mailadres: [onderzoek@cebuco.nl](mailto:onderzoek@cebuco.nl)

Bellen kan natuurlijk ook:

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