

# NOM HAH-BLADEN MONITOR 2014



# Voorwoord NOM

Vijf uitgevers van huis-aan-huisbladen (A&C Media, BDU media, Holland Media Combinatie, NDC mediagroep en Wegener Media) hebben besloten om een gezamenlijk bereiksonderzoek uit te laten voeren voor hun mediumtype. Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) was de aangewezen partij om in dit project mee samen te werken.

NOM is een Joint Industry Committee (JIC) waarin media-exploitanten, adverteerders en media-adviesbureaus gezamenlijk verantwoordelijk zijn voor het verzamelen, uitvoeren en publiceren van informatie over dagbladen en tijdschriften (bereiks- en censusdata). Het doel van NOM is om het lezen van totale mediamerken in kaart te brengen, ongeacht op welk platform. De samenwerking met HAH-bladen uitgevers past goed in deze ambitie.

Dit onderzoek is uitgevoerd “onder auspiciën” van NOM, dat wil zeggen dat NOM verantwoordelijk is voor de technische aspecten van het onderzoek. De representativiteit van de steekproef, de opzet van de vragenlijst, de methode van het meten van bereik en de berekening van de resultaten – daarvoor is de expertise van NOM ingeschakeld. We hebben ervoor gezorgd dat NOM HAH-bladen Monitor een representatief, objectief en transparant onderzoek is dat zich goed laat vergelijken met bereiksonderzoeken van andere mediumtypen.

We zijn trots om de resultaten van deze eerste NOM HAH-bladen Monitor te mogen presenteren. We hopen dat de markt daar veel gebruik van zal maken!

Dr Irena Petric  
Directeur NOM

# Inhoud

1. Het onderzoek in het kort
2. Resultaten in één oogopslag
3. Lezen van huis-aan-huisbladen
4. Huis-aan-huisbladen als informatiebron
5. Advertenties in huis-aan-huisbladen
6. Activiteiten van lezers
7. Huis-aan-huisbladen en andere mediumtypen
8. Meer informatie

# 1. Het onderzoek in het kort

# Het onderzoek

**Populatie:** 13.072.000 Nederlanders van 13 jaar en ouder met toegang tot internet (hierna: NL 13+ internet).

**Steekproef:** n=30.081 respondenten van 13 jaar en ouder met toegang tot internet.

**Methode:** Online vragenlijst (CAWI) afgenomen onder respondenten uit het GfK Online Panel, een deel heeft eerder de NOM Print Monitor ingevuld.

**Vragenlijst:** Bereiksmeting van 303 huis-aan-huisbladen, mediumtypevragen over HAH-bladen in het algemeen en doelgroepkenmerken.

**Veldwerkperiode:** gedurende 10 weken, van 14 april tot en met 30 juni 2014.

De resultaten worden beschikbaar gesteld in de mediaplanningssoftware, met uitgebreide doelgroepinformatie en resultaten per titel/verspreidingsgebied.

# Begrippen en definities

**Wel eens lezen HAH-bladen:** Alle personen die aangeven wel eens een huis-aan-huisblad te hebben gelezen of ingezien

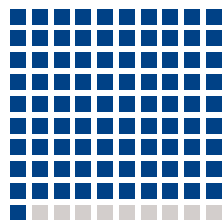
**Totaalbereik HAH-bladen:** Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer van de 303 gemeten huis-aan-huisbladen hebben bekeken of ingezien

**Gemiddeld bereik HAH-bladen:** Alle personen die een gemiddeld nummer van één van de 303 gemeten huis-aan-huisbladen hebben bekeken of ingezien

**Lezers HAH-bladen:** Tenzij anders aangegeven zijn 'lezers' in deze rapportage gedefinieerd op basis van gemiddeld bereik.

## 2. Resultaten in één oogopslag

# Lokaal medium met massaal bereik



HAH-bladen zijn een massamedium:  
**91%** leest weleens  
een huis-aan-  
huisblad



Een gemiddeld  
nummer bereikt ook  
**24%** van de mensen  
met een Nee/Nee-  
sticker

Lezers zijn in **alle**  
**bevolkingsgroepen**  
te vinden



**64%** van mensen  
met interesse in lokaal  
nieuws gebruikt HAH-  
blad als informatiebron



**51%** van de lezers  
neemt actie n.a.v.  
advertenties in  
HAH-bladen

**8,1 miljoen**  
**Nederlanders\***  
lezen wekelijks een  
HAH-blad



**62%**

\* Nederlandse bevolking 13+ met internettoegang



HAH-bladen worden intensief gelezen: **60%** van  
de lezers leest driekwart of meer van een nummer



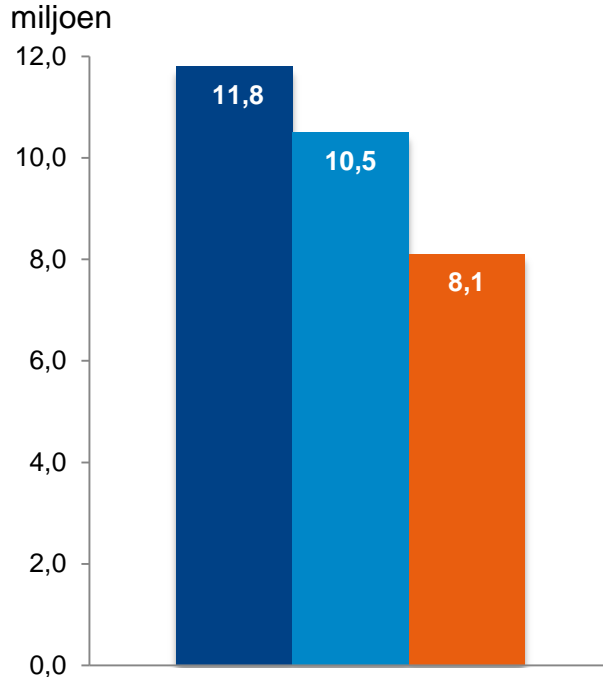
# 3. Lezen van huis-aan-huisbladen

---

# Bereik en profiel

---

# 91% van de Nederlandse bevolking leest wel eens een HAH-blad



**Wel eens lezen: 91% = 11,8 miljoen mensen**

Alle personen die wel eens een huis-aan-huisblad lezen of inzien

**Totaalbereik: 80% = 10,5 miljoen mensen**

Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer van de gemeten huis-aan-huisbladen hebben bekeken of ingezien

**Gemiddeld bereik: 62% = 8,1 miljoen mensen**

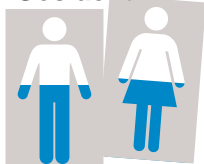
Alle personen die een gemiddeld nummer van één van de gemeten huis-aan-huisbladen bekijken of inzien

# Lezers van HAH-bladen zijn in alle bevolkingsgroepen te vinden

## NL 13+ internet

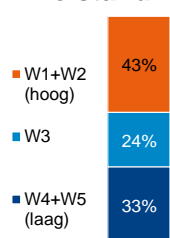


### Geslacht

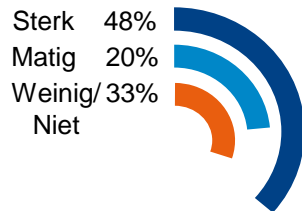


50% 50%

### Welstand



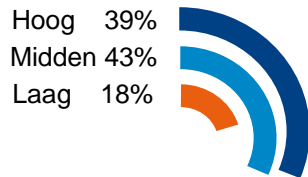
### Stedelijkheid



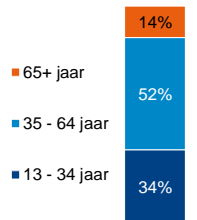
### Stickerbezit



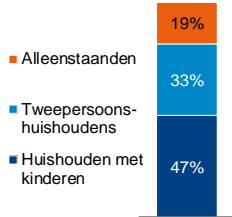
### Opleiding



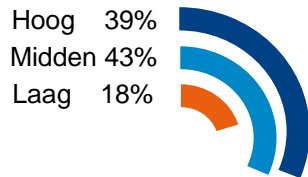
### Leeftijd



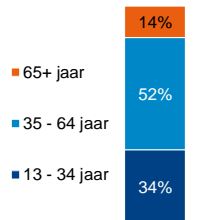
### Gezinsfase



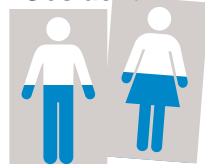
### Opleiding



### Leeftijd

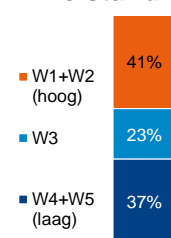


### Geslacht

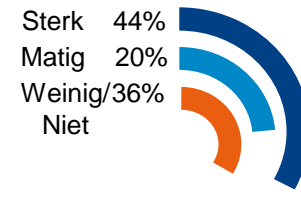


49% 51%

### Welstand



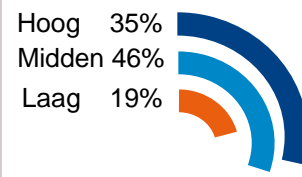
### Stedelijkheid



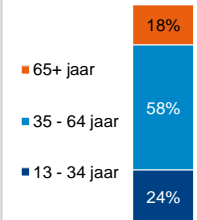
### Stickerbezit



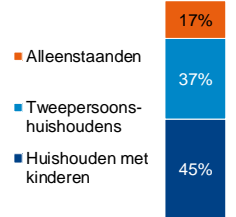
### Opleiding



### Leeftijd



### Gezinsfase



### Boodschapper

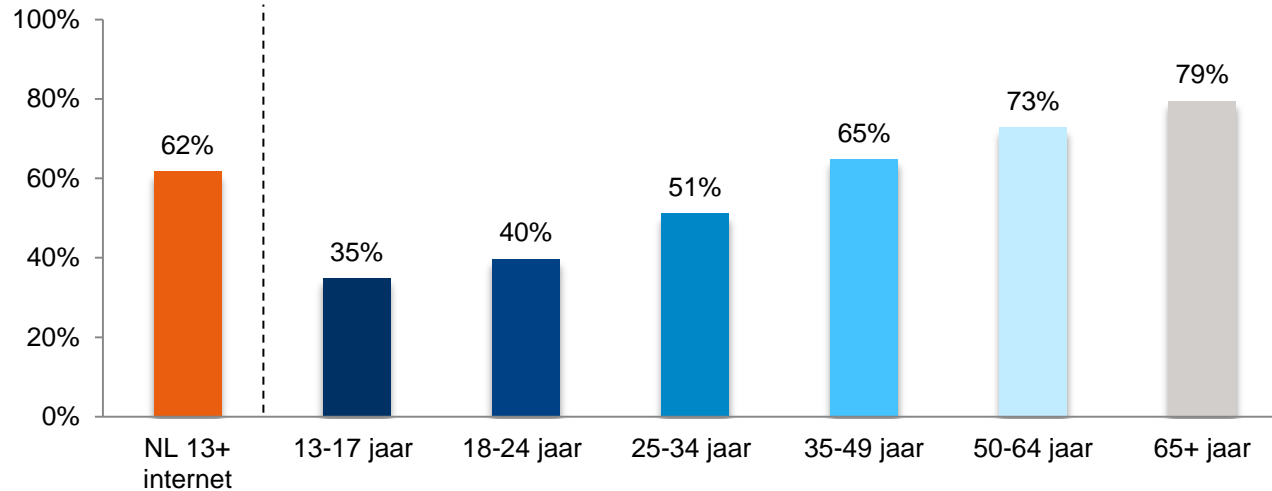


### Boodschapper



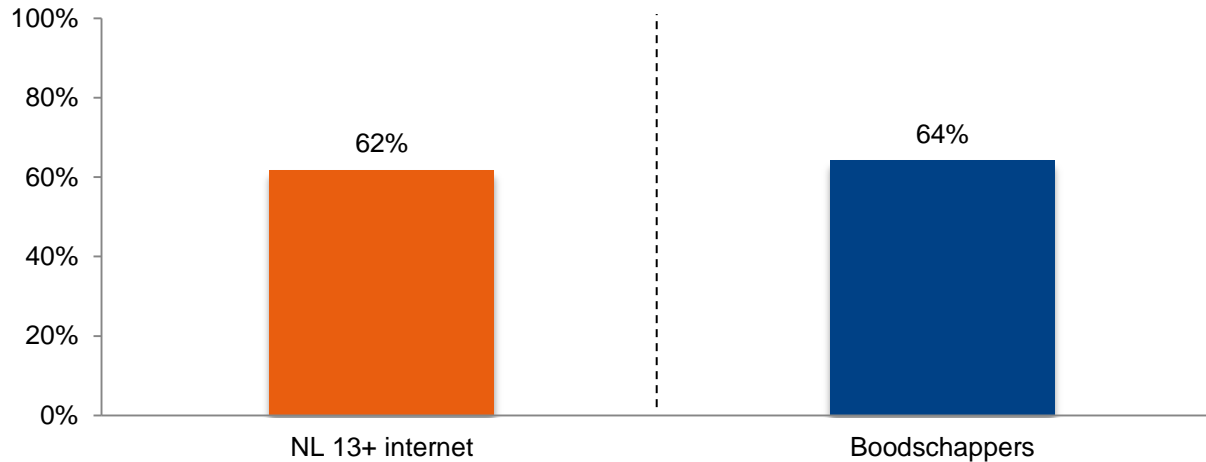
# Het lezen van HAH-bladen neemt toe met de leeftijd

## Gemiddeld bereik

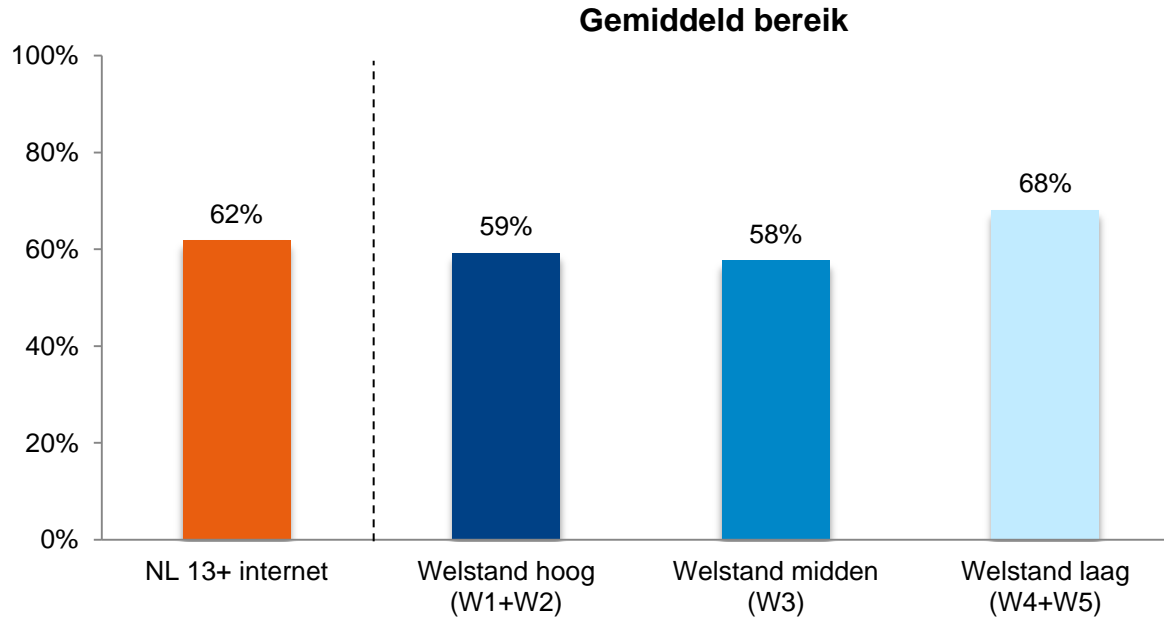


# Een gemiddeld nummer van een HAH-blad bereikt 64% van de boodschappers

## Gemiddeld bereik

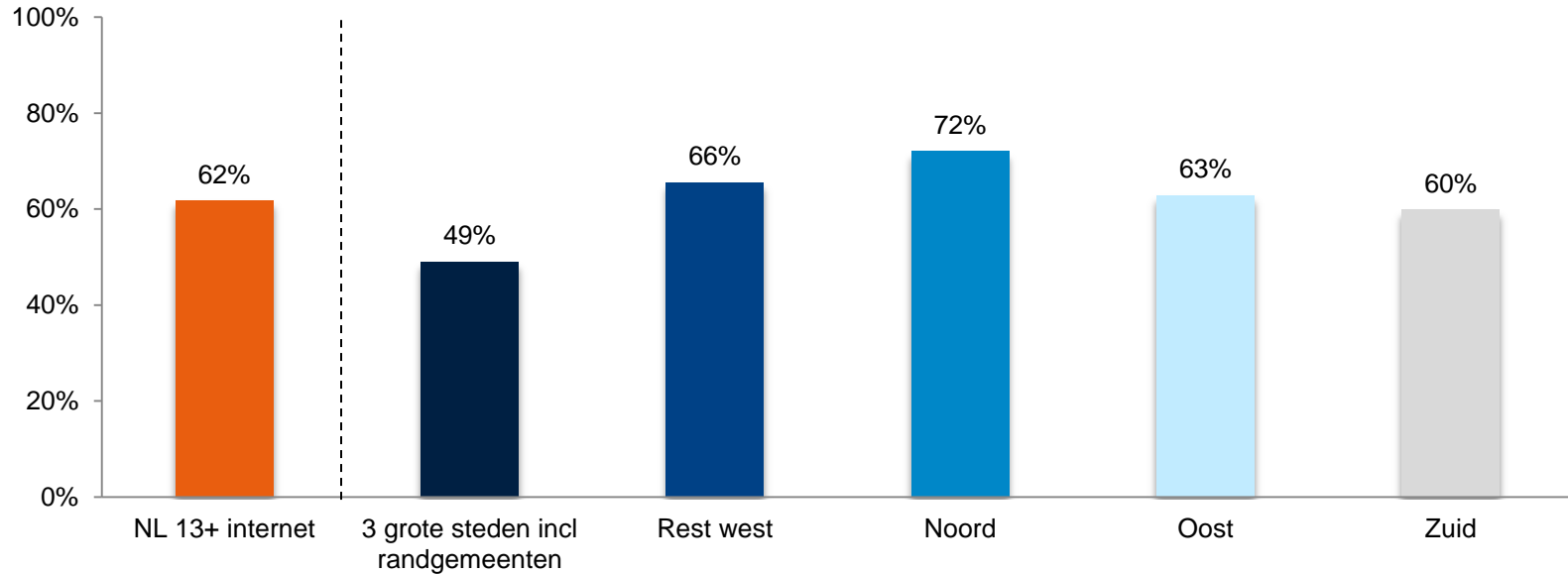


# In alle welstandsklassen worden HAH-bladen gelezen



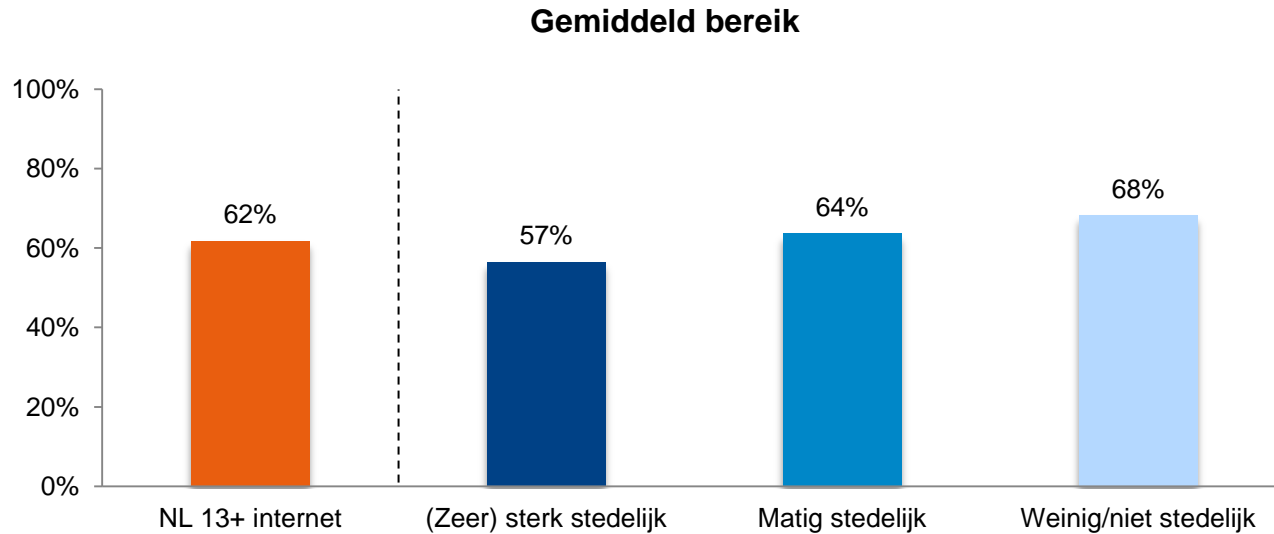
# Het bereik van HAH-bladen is het hoogst in het noorden

## Gemiddeld bereik uitgesplitst naar Nielsen-gebied



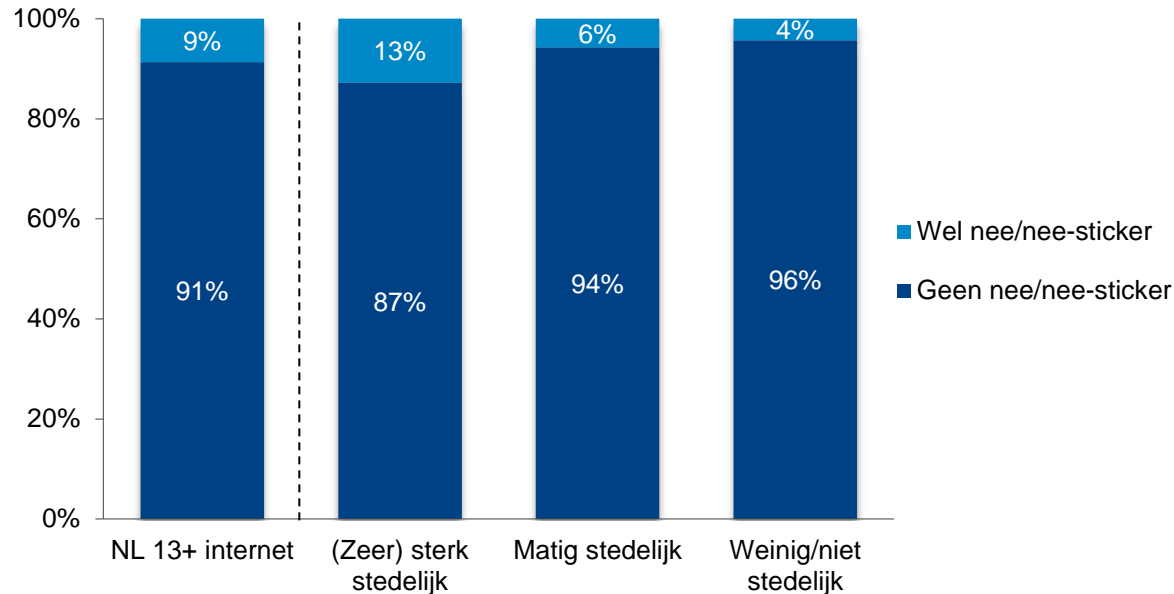


# Het bereik van HAH-bladen is het hoogst in landelijke gebieden

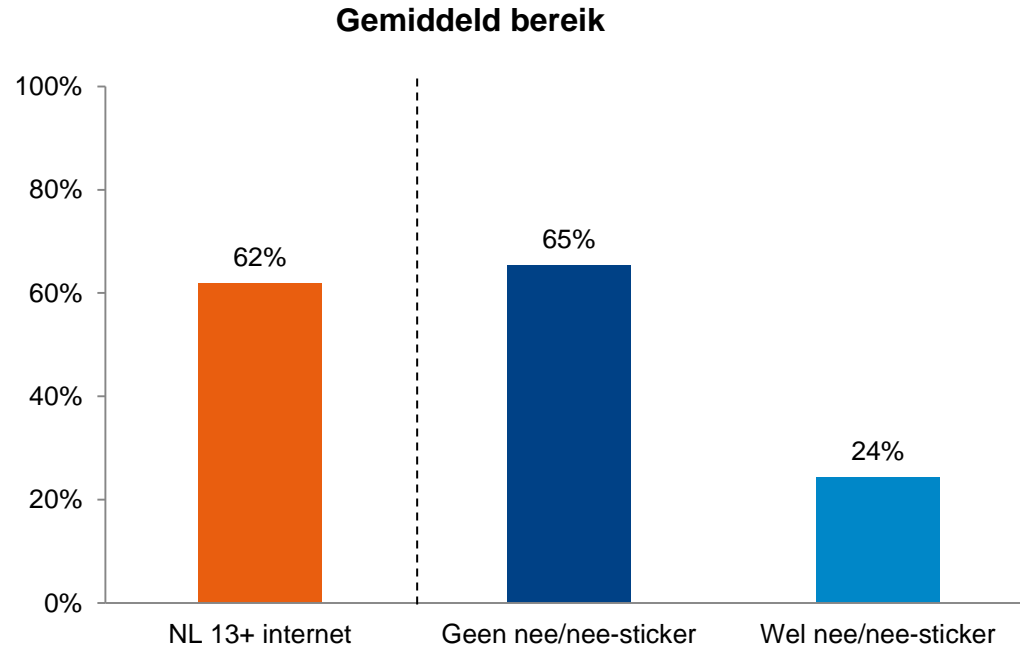


Het hoge bereik in landelijke gebieden komt mede doordat weinig mensen een nee/nee-sticker op de brievenbus hebben

**% met nee/nee-sticker op brievenbus**



# Een gemiddeld nummer bereikt ook 24% van mensen met een nee/nee-sticker



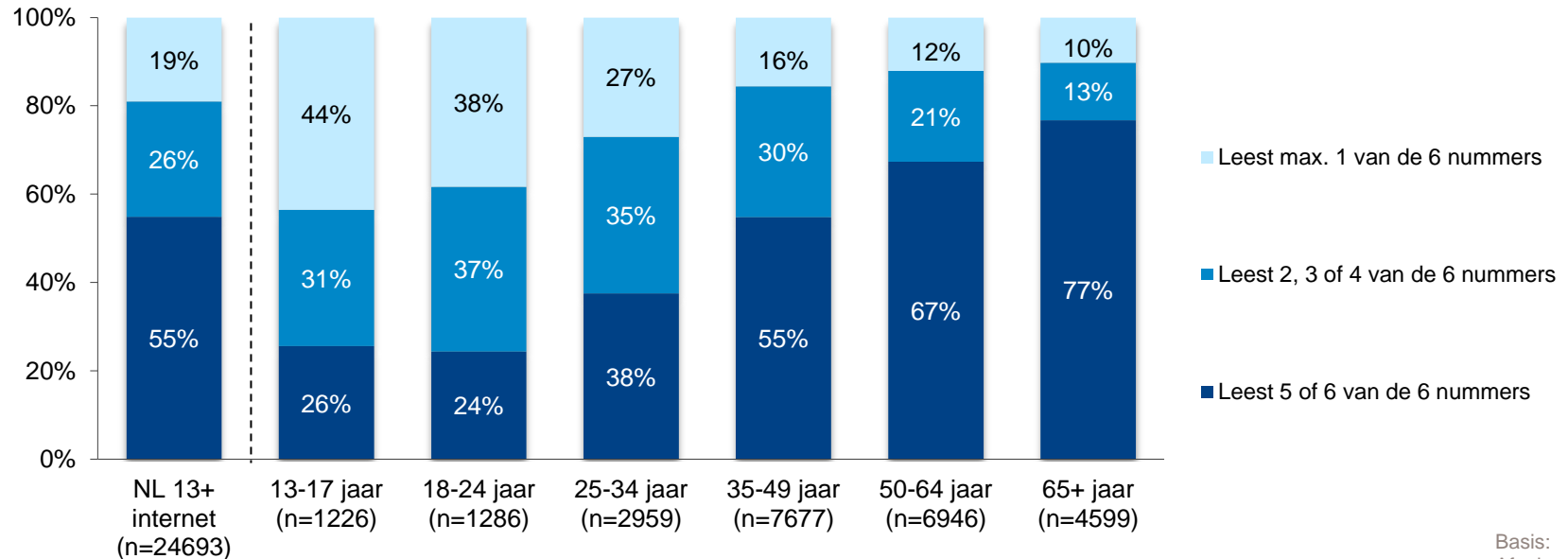
---

# Kwaliteit van bereik

---

# Hoe hoger de leeftijd hoe frequenter men HAH-bladen leest

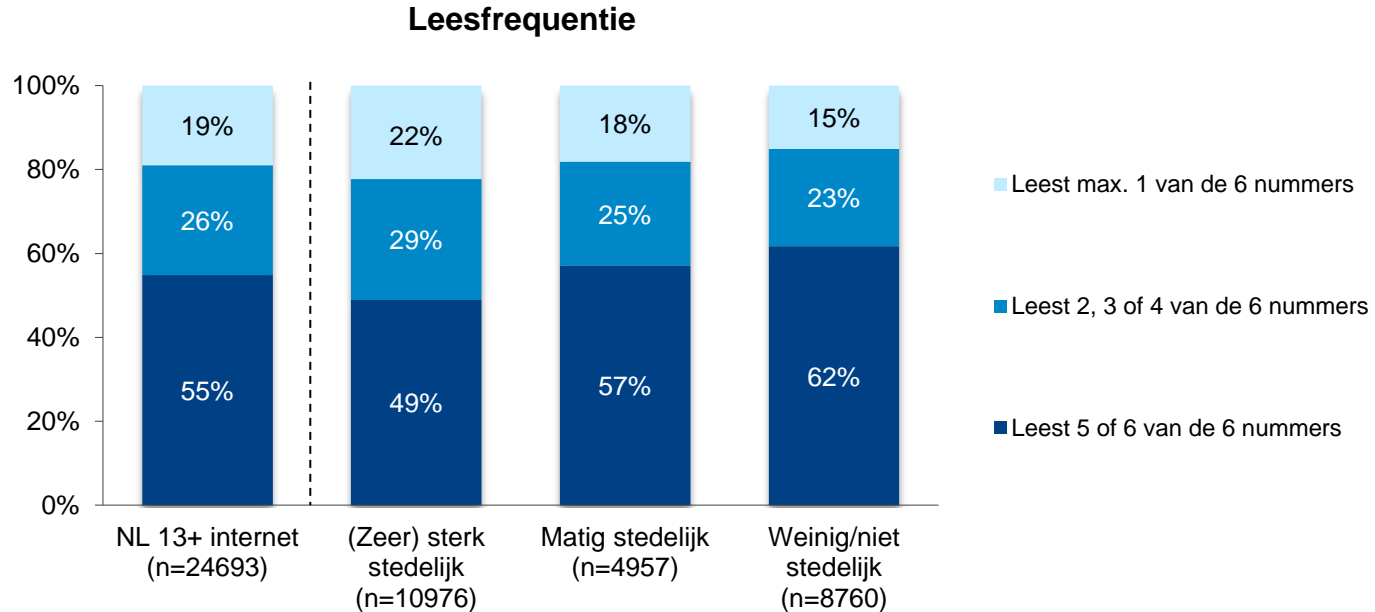
## Leesfrequentie



Basis:  
Afgelopen 12  
maanden een  
HAH-blad  
gelezen of  
ingezien

A3. Wilt u aangeven hoeveel van de 6 nummers u gewoonlijk leest of inziet?

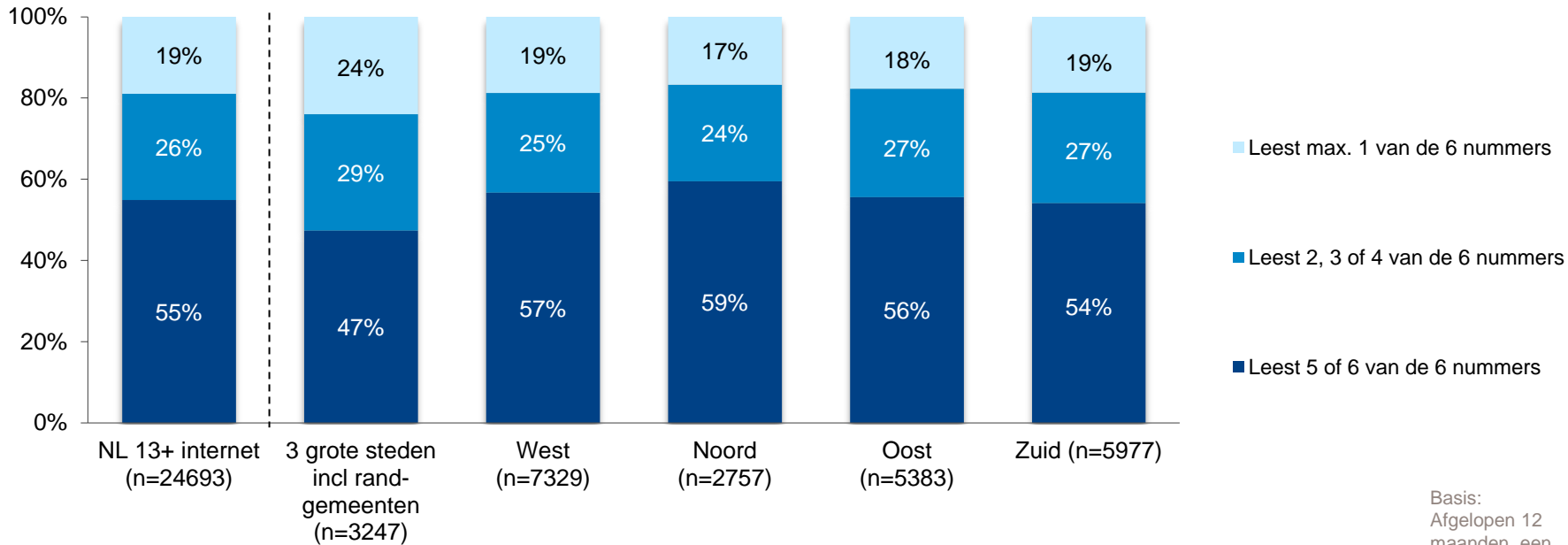
# In landelijke gebieden leest 62% van de lezers (bijna) ieder nummer



A3. Wilt u aangeven hoeveel van de 6 nummers u gewoonlijk leest of inziet?

# In de 3 grote steden leest men minder frequent; weinig verschil in de rest van Nederland

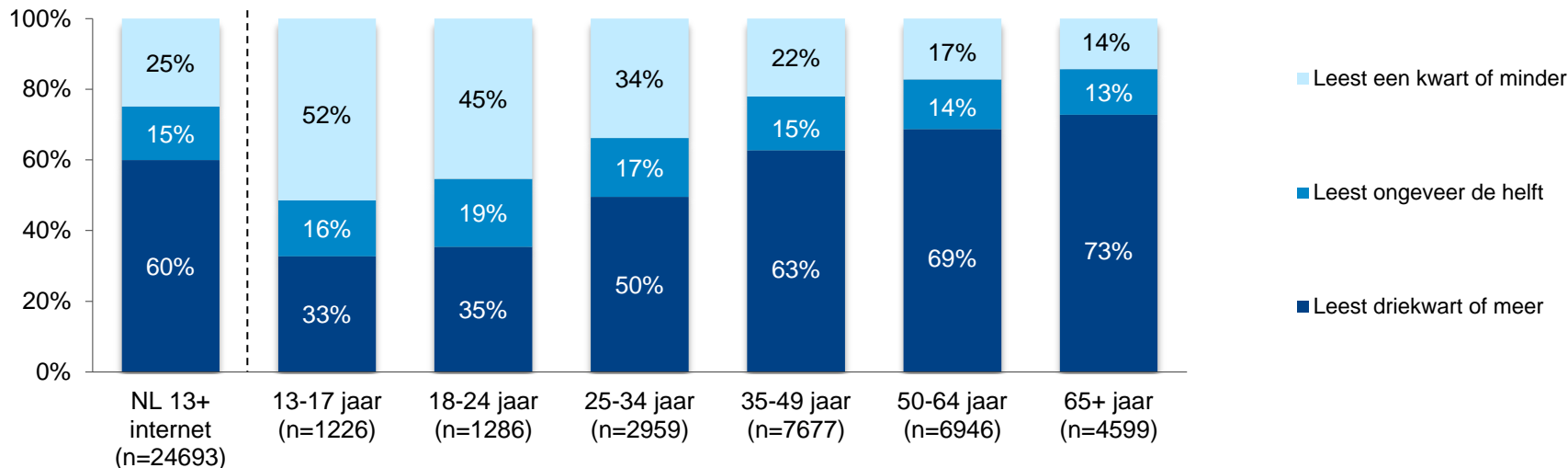
## Leesfrequentie uitgesplitst naar Nielsen-gebied



Basis:  
Afgelopen 12  
maanden een  
HAH-blad  
gelezen of  
ingezien

# 60% van de lezers leest driekwart tot het hele nummer

## Leesintensiteit



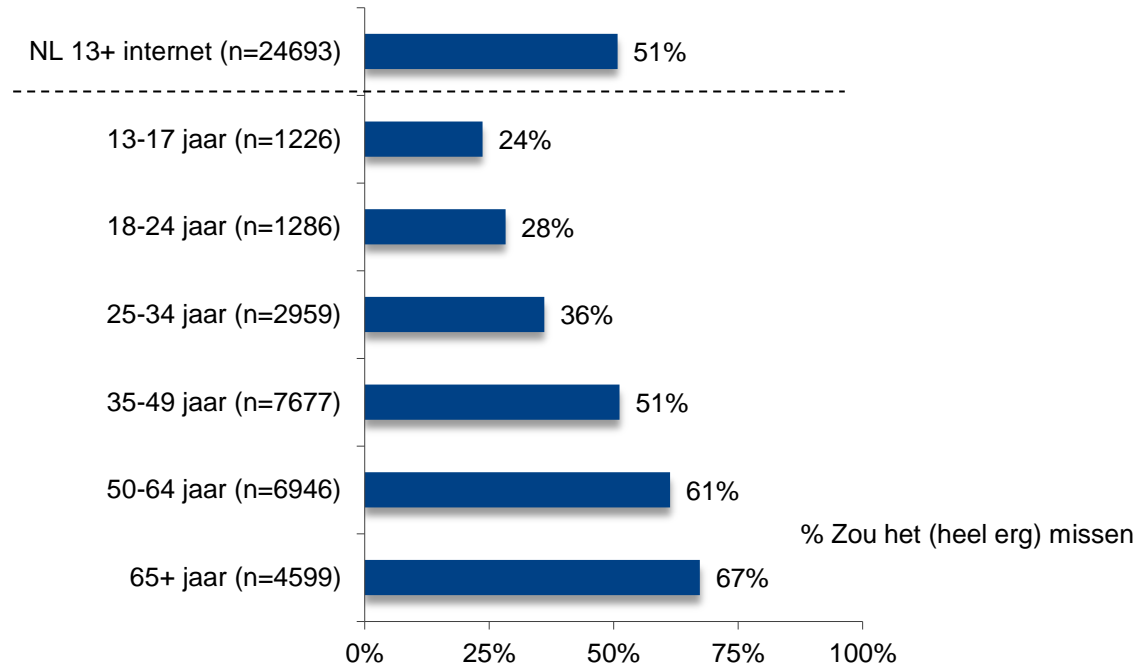
A4. Hieronder ziet u alle titels die u in de afgelopen 12 maanden heeft gelezen of ingezien. Kunt u aangeven welk deel u heeft doorgebladerd, bekeken, ingezien of gelezen van het nummer dat u het laatst las van onderstaande titel(s)?

Basis:  
Afgelopen 12 maanden een HAH-blad gelezen of ingezien



# Meer dan de helft van de lezers zou zijn HAH-blad missen

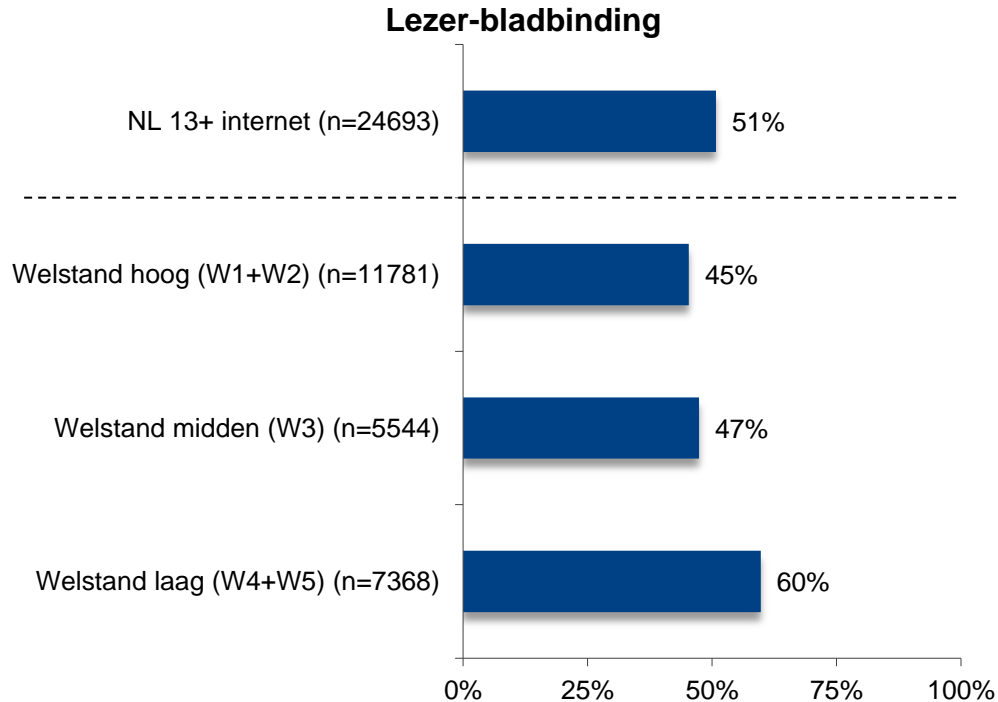
## Lezer-bladbinding



Basis:  
Afgelopen 12  
maanden een  
HAH-blad  
gelezen of  
ingezien

A5. In hoeverre zou u het missen als onderstaande huis-aan-huisbladen niet meer zouden verschijnen?

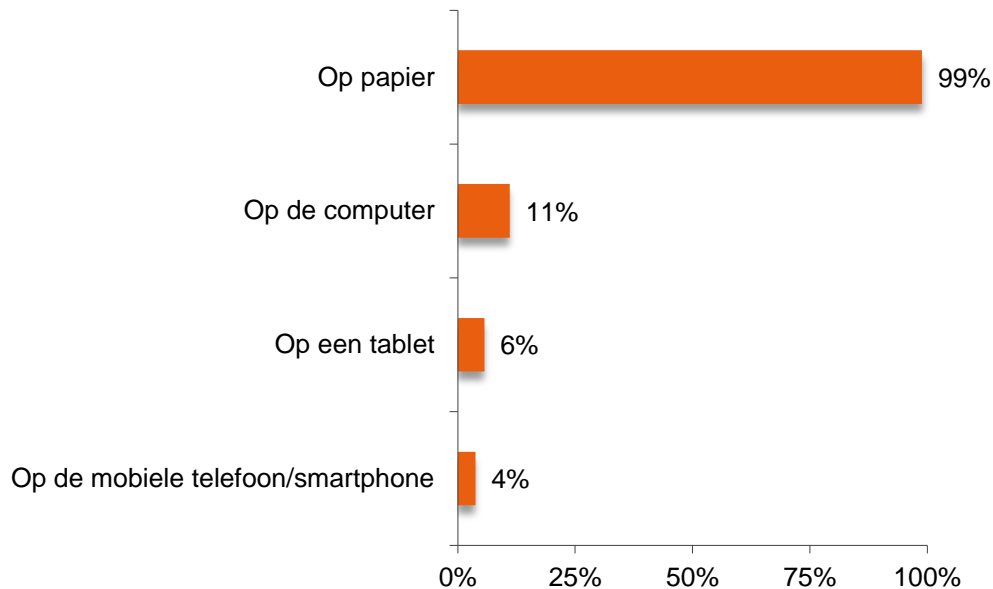
# 45% van de hoog-welstandigen is gehecht aan zijn HAH-blad



Basis:  
Afgelopen 12  
maanden een  
HAH-blad  
gelezen of  
ingezien

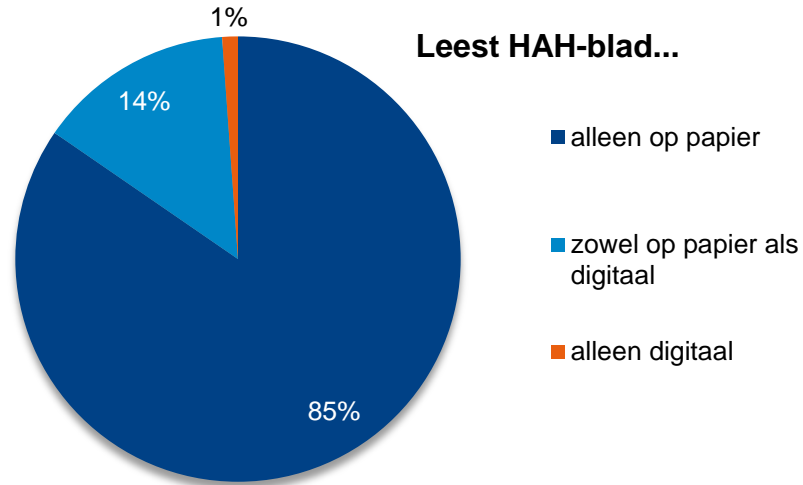
A5. In hoeverre zou u het missen als onderstaande huis-aan-huisbladen niet meer zouden verschijnen?

# Bijna alle lezers lezen HAH-bladen op papier



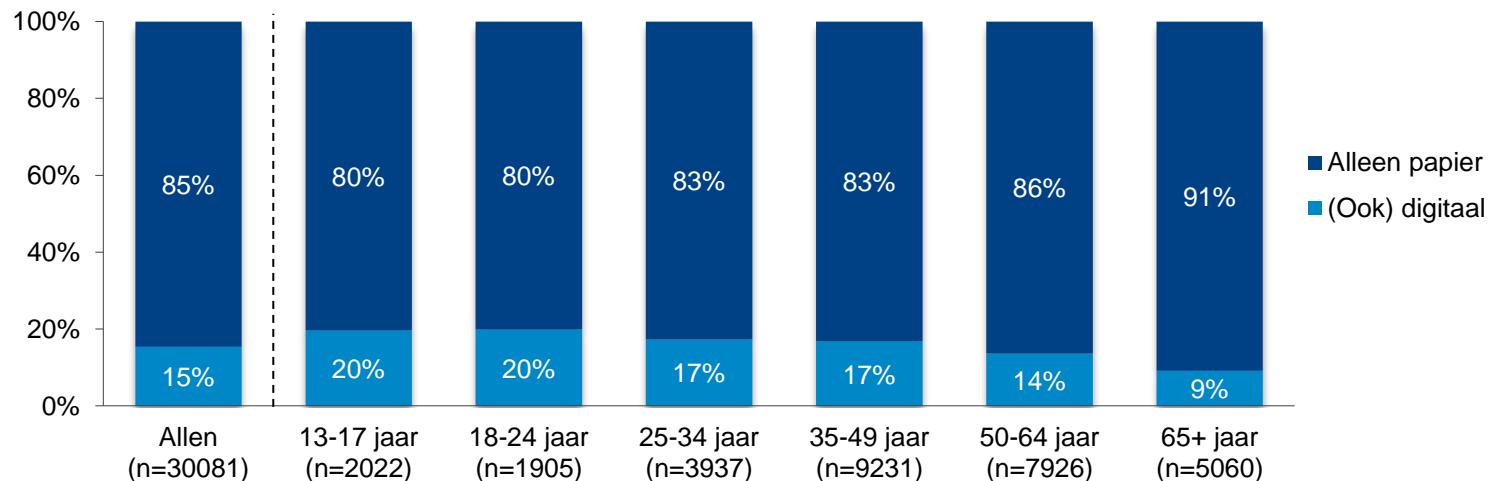
A6. Kunt u aangeven op welke manieren u wel eens een huis-aan-huisblad leest of inziet, ook al is dat maar heel af en toe?

15% van de lezers leest HAH-bladen (ook) digitaal,  
via computer, tablet en/of smartphone



# Niet alleen jongeren lezen digitaal

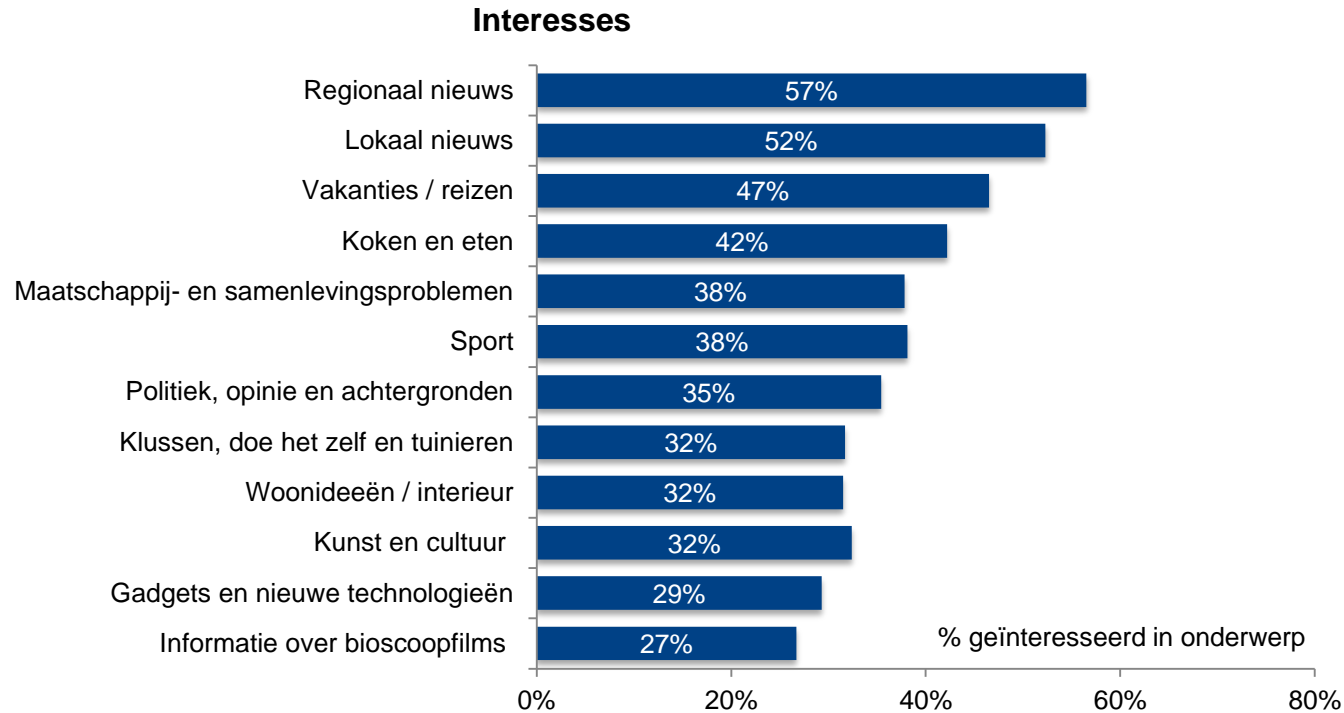
### Exclusief op papier lezen versus (ook) digitaal



A6. Kunt u aangeven op welke manieren u wel eens een huis-aan-huisblad leest of inziet, ook al is dat maar heel af en toe?

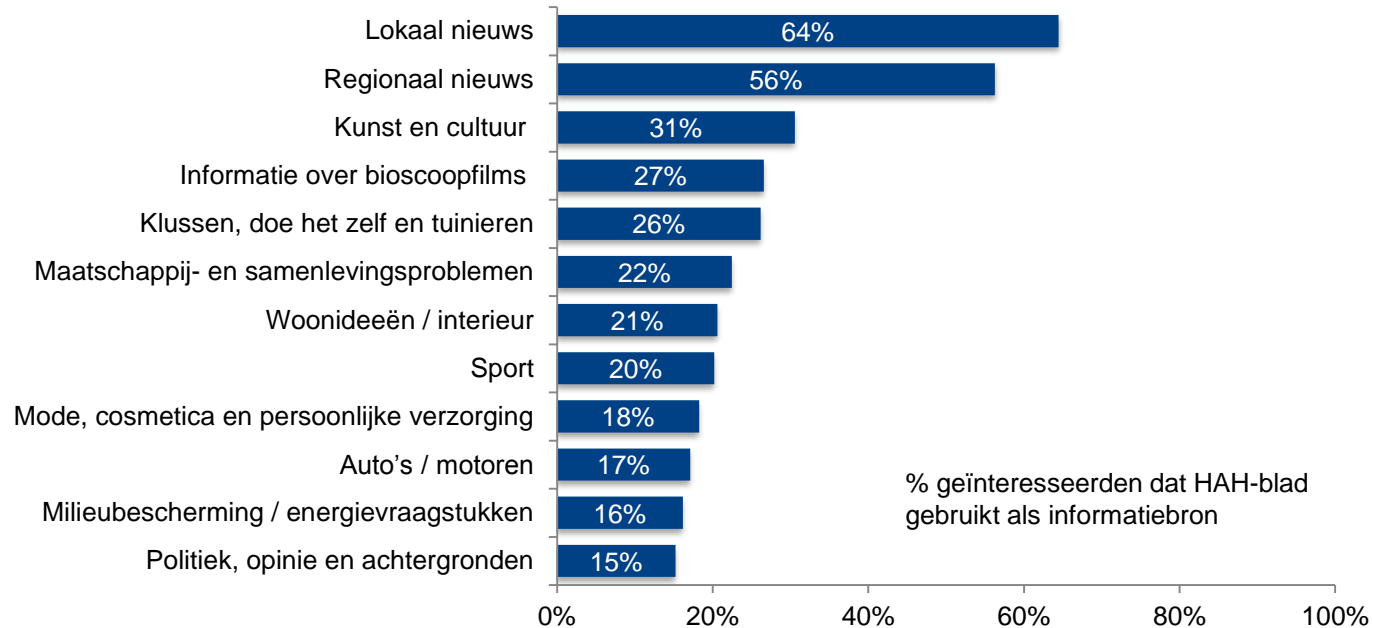
## 4. Huis-aan-huisbladen als informatiebron

# Veel mensen zijn geïnteresseerd in regionaal en lokaal nieuws



C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?  
Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven  
(dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

# HAH-bladen worden vooral gebruikt als informatiebron voor lokaal en regionaal nieuws

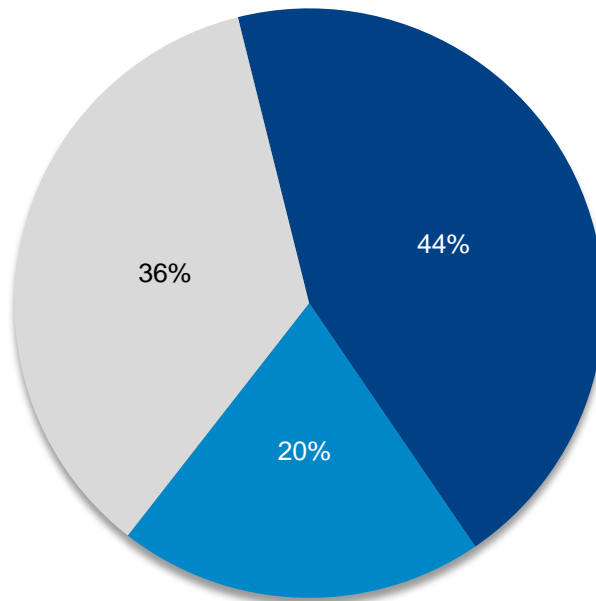


C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?  
Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven  
(dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis:  
Geïnteresseerd  
in onderwerp



HAH-bladen zijn een belangrijke informatiebron voor lokaal nieuws: 20% gebruikt uitsluitend een HAH-blad



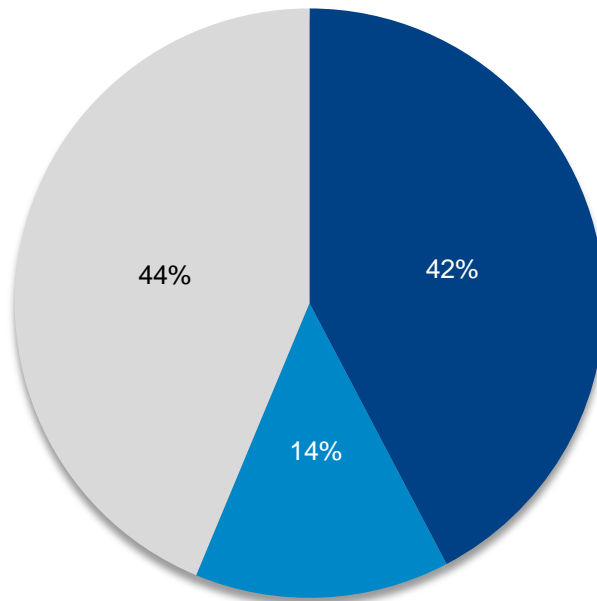
### Informatiebron lokaal nieuws

- Gebruikt een huis-aan-huisblad + een andere bron
- Gebruikt alleen een huis-aan-huisblad
- Gebruikt alleen een andere bron

C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?  
Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven (dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

Basis:  
Geïnteresseerd  
in lokaal nieuws

HAH-bladen zijn ook belangrijk als informatiebron voor regionaal nieuws: 14% gebruikt uitsluitend een HAH-blad



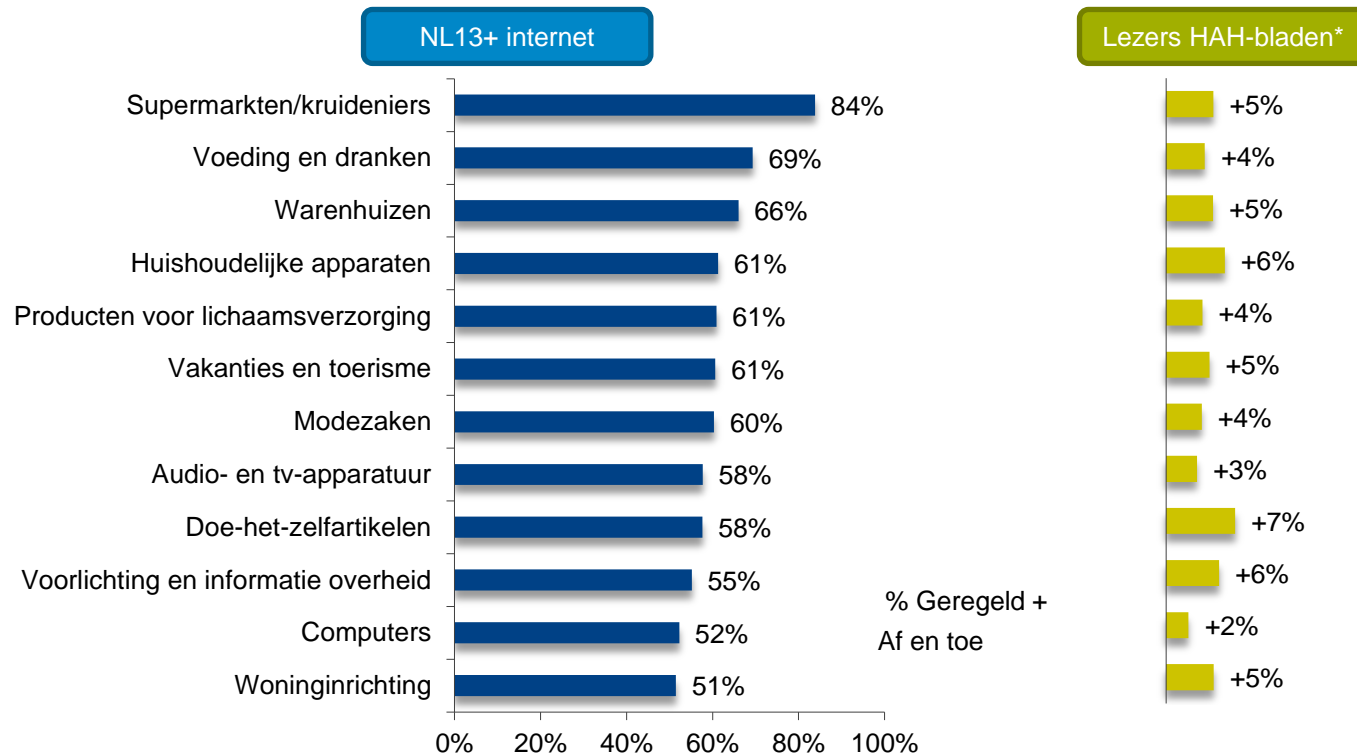
### Informatiebron regionaal nieuws

- Gebruikt een huis-aan-huisblad + een andere bron
- Gebruikt alleen een huis-aan-huisblad
- Gebruikt alleen een andere bron

C1. In welke van de hier onderstaande onderwerpen bent u geïnteresseerd?  
Wilt u aangeven welke informatiebronnen u gebruikt om van dat onderwerp op de hoogte te blijven  
(dagblad/krant, huis-aan-huisblad, tijdschrift, radio, tv, internet, anders)?

# 5. Advertenties in huis-aan-huisbladen

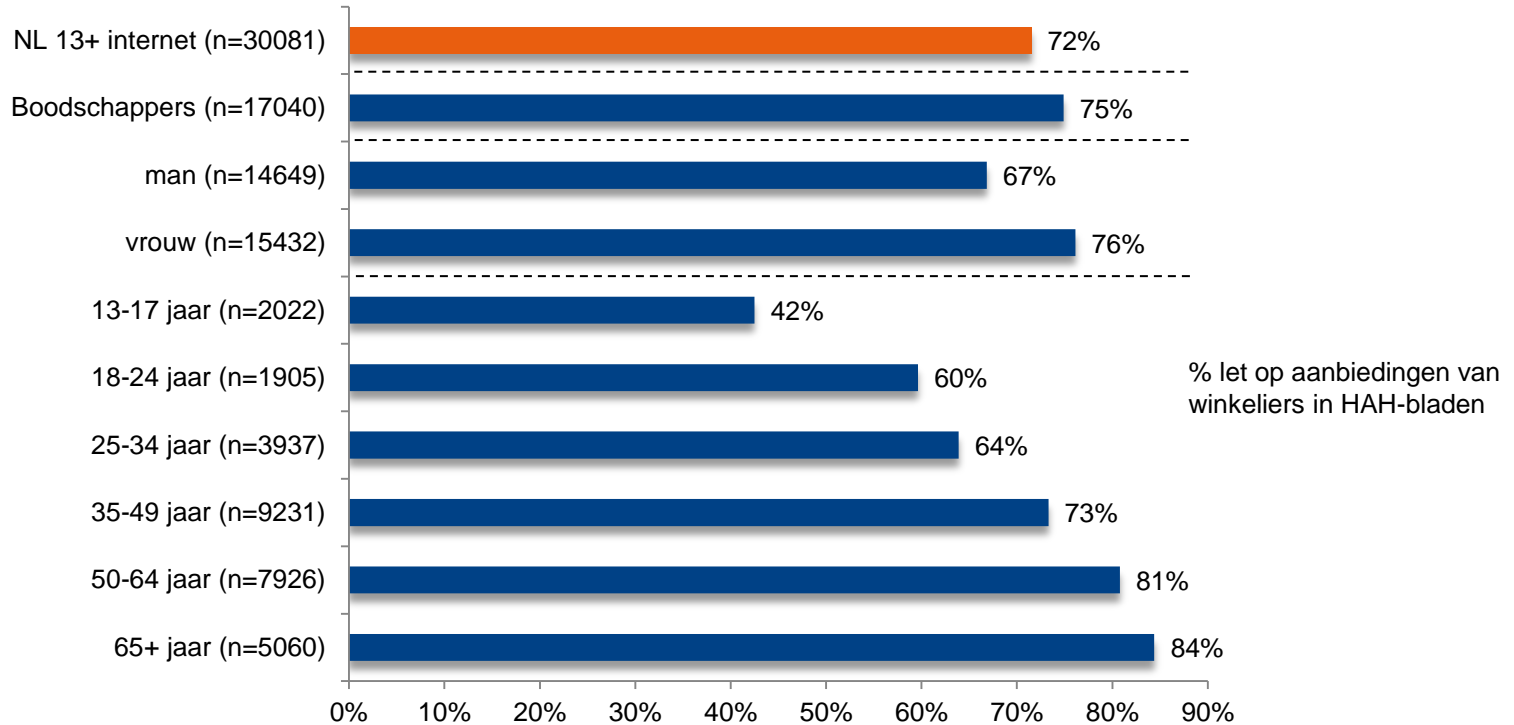
# Lezers van HAH-bladen hebben meer aandacht voor reclame



C4. Er wordt voor allerlei producten, winkels en andere bedrijven reclame gemaakt. Wilt u hieronder voor elke soort reclame aangeven hoe vaak u daarop let?

\* Op basis van gemiddeld bereik

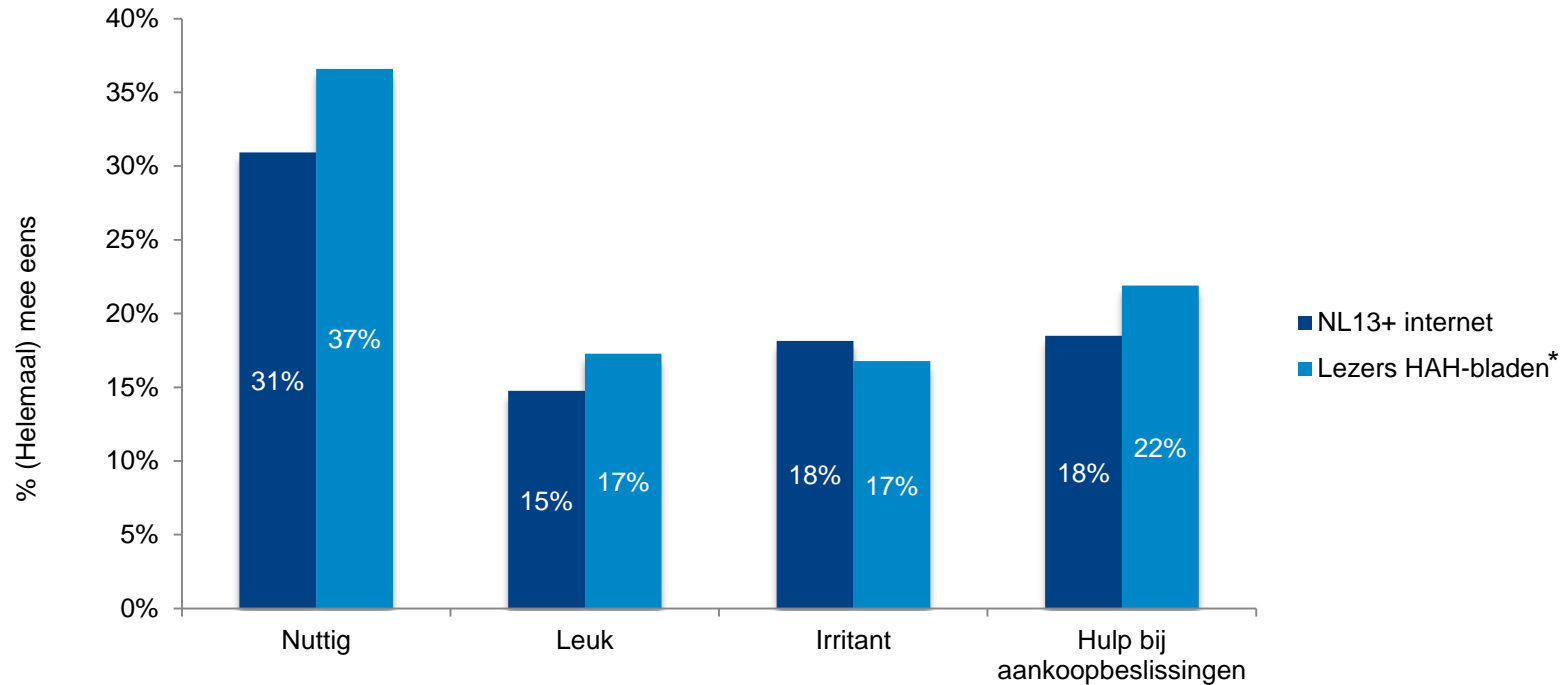
# Aanbiedingen van winkeliers in HAH-bladen zijn populair



C3. Op allerlei plaatsen kunt u reclame tegenkomen, bijvoorbeeld van winkeliers of van andere bedrijven, voor merkartikelen, maar ook van de overheid. Wilt u hieronder voor elke soort reclame aangeven hoe vaak u daarop let?

Basis:  
NL13+ internet

# Lezers vinden advertenties in HAH-bladen vooral nuttig

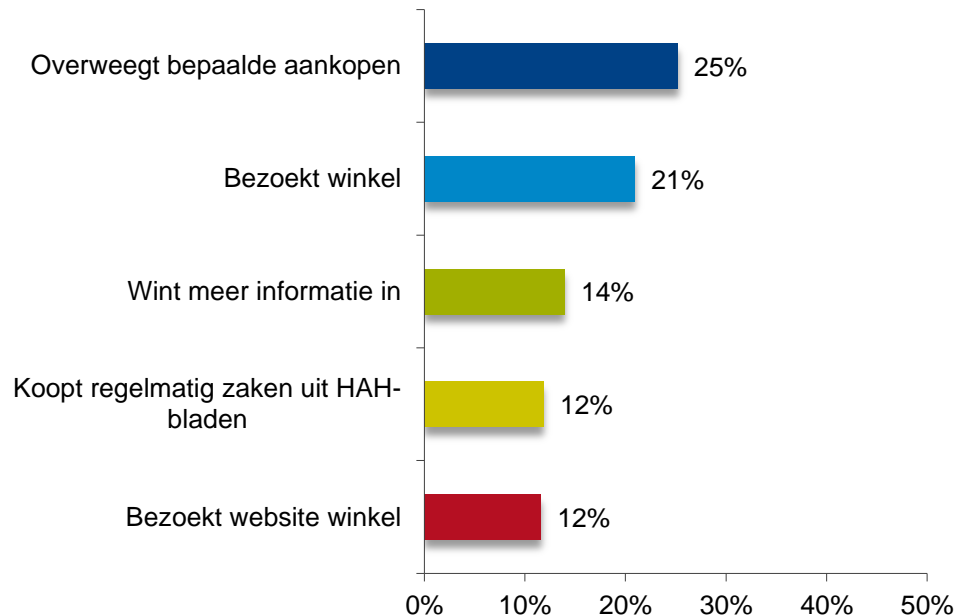


C5. Hieronder staat een aantal uitspraken over reclame in media. Wilt u hier aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de desbetreffende uitspraak?

# Advertenties in HAH-bladen hebben effect

**51%**

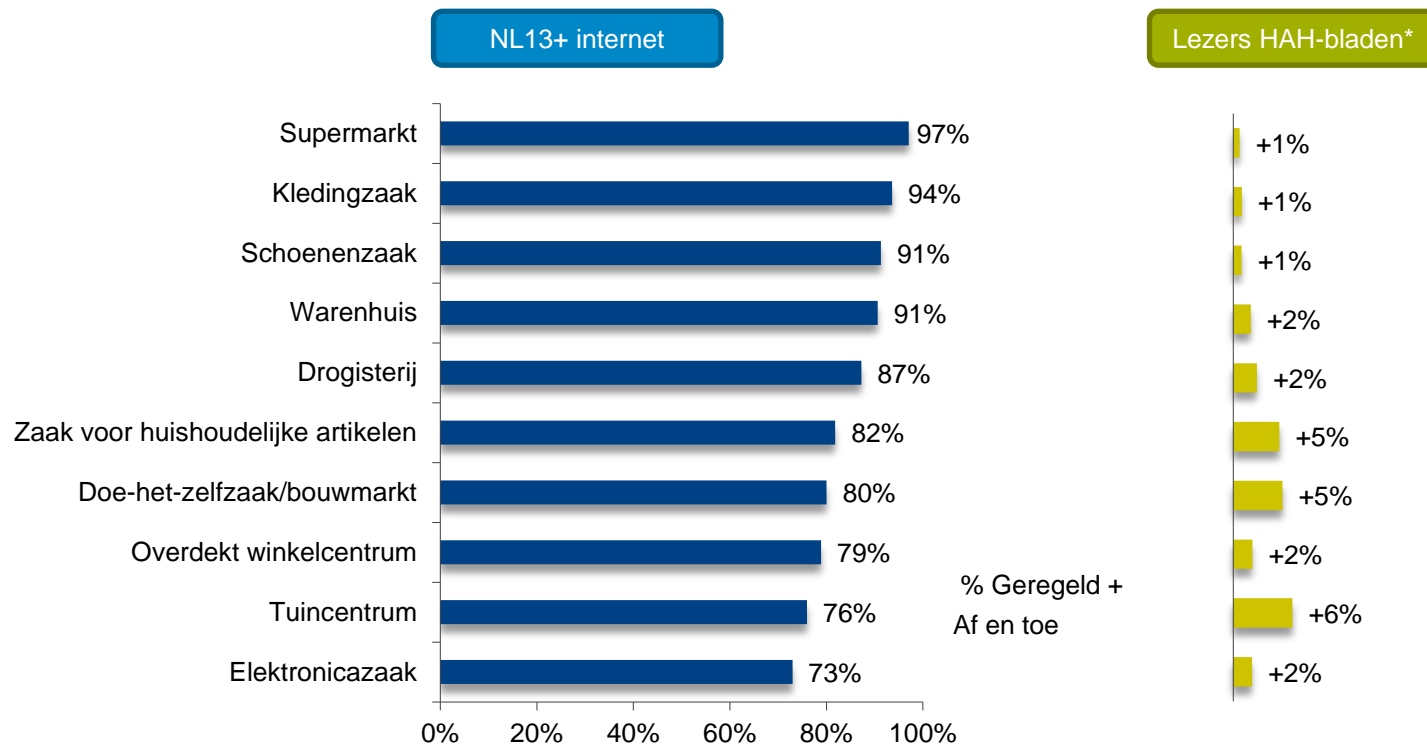
van de lezers neemt actie n.a.v. advertenties in huis-aan-huisbladen



## 6. Activiteiten van lezers



# Lezers van HAH-bladen bezoeken vaker een winkel

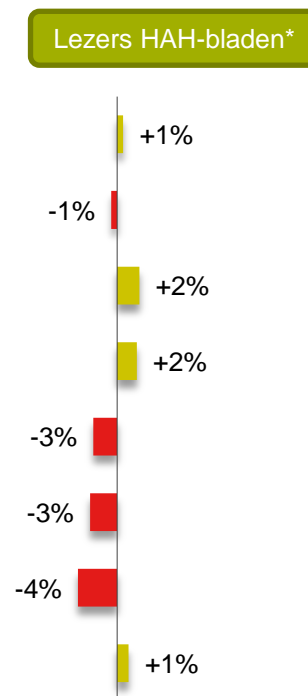
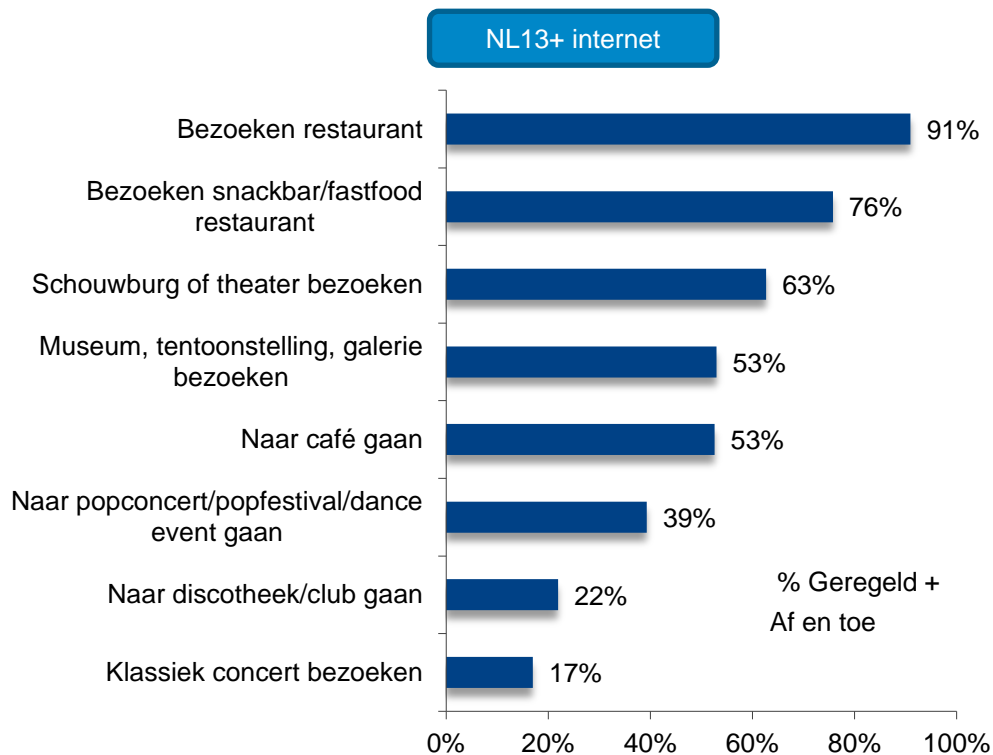


C7. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de volgende winkels?

© GfK 2015 | NOM HAH-bladen Monitor | Januari 2015

\* Op basis van  
gemiddeld bereik

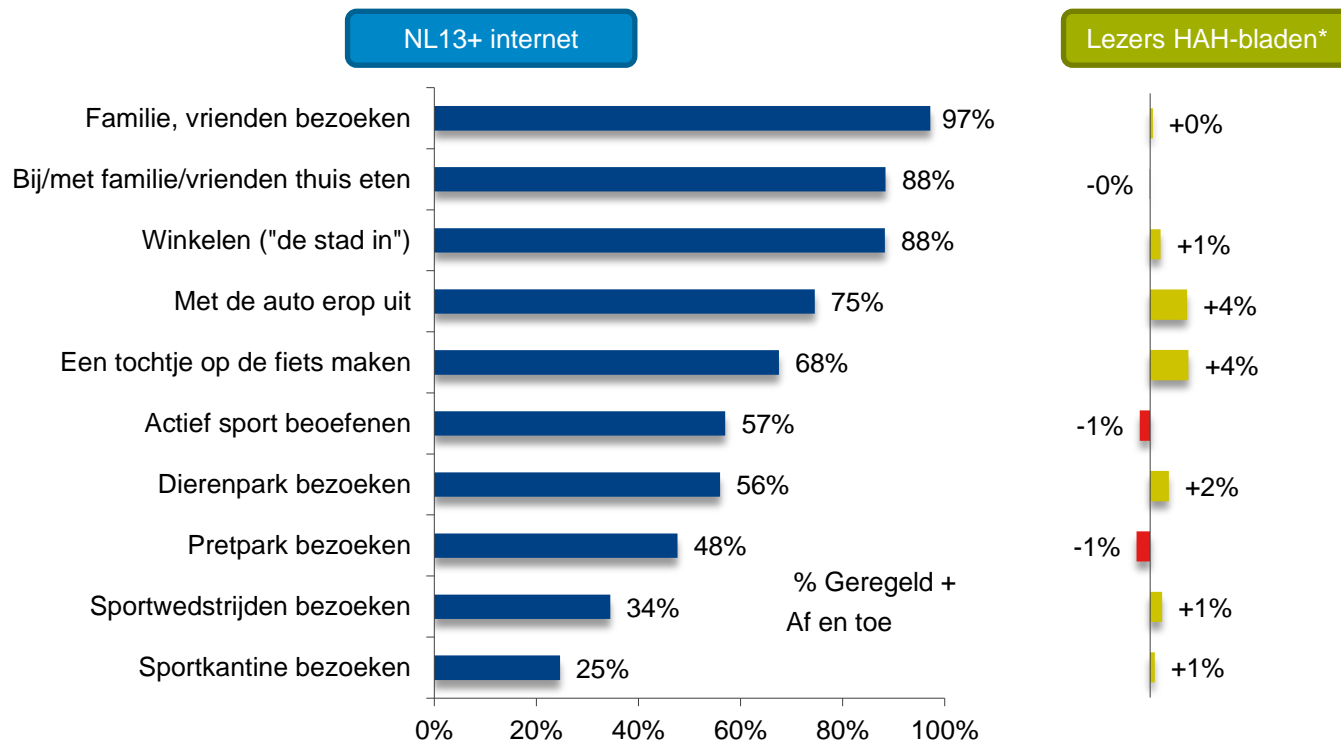
# Activiteiten van lezers van HAH-bladen: uitgaan



C6. Wilt u aangeven hoe vaak u met onderstaande activiteiten bezig bent in uw vrije tijd?

\* Op basis van gemiddeld bereik

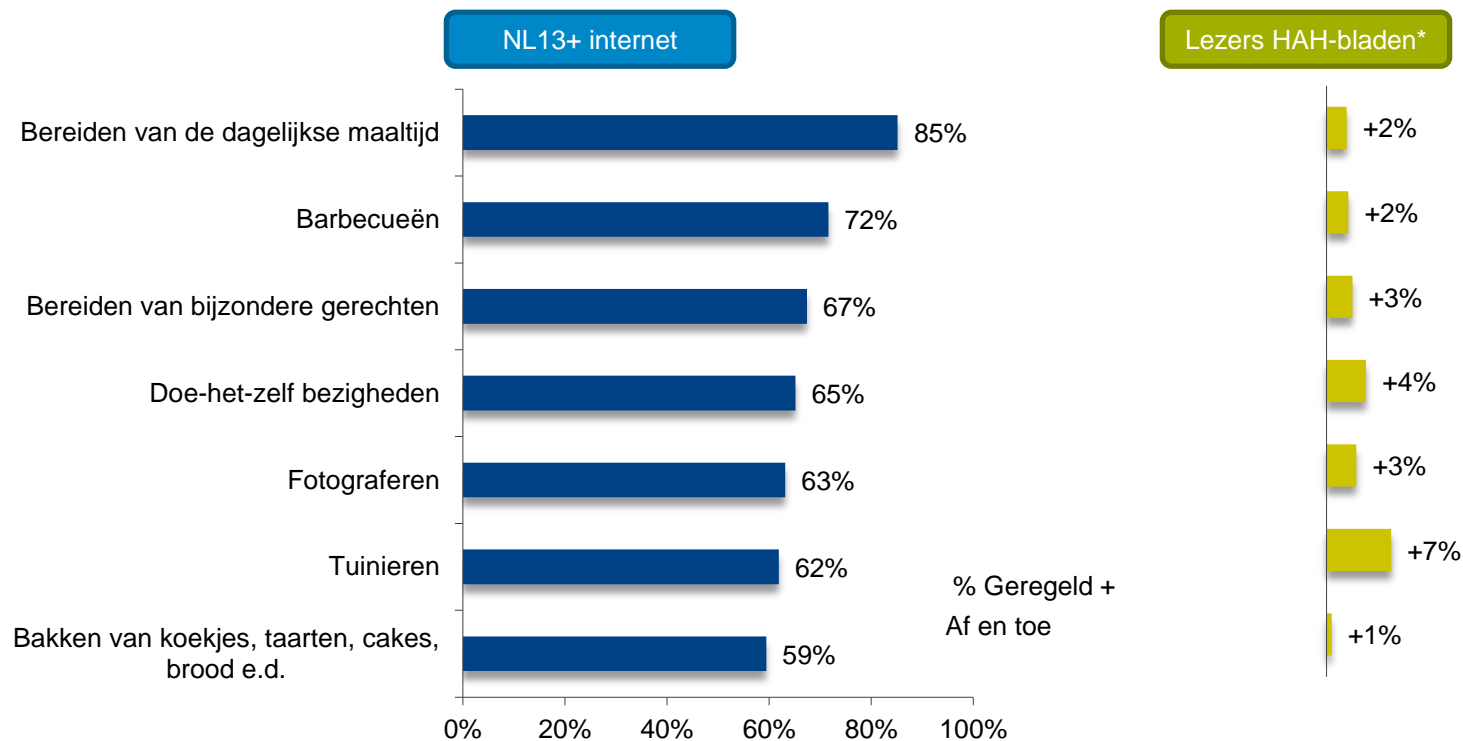
# Activiteiten van lezers van HAH-bladen: 'de deur uit'



C6. Wilt u aangeven hoe vaak u met onderstaande activiteiten bezig bent in uw vrije tijd?

\* Op basis van gemiddeld bereik

# Activiteiten van lezers van HAH-bladen: creatieve en handige bezigheden

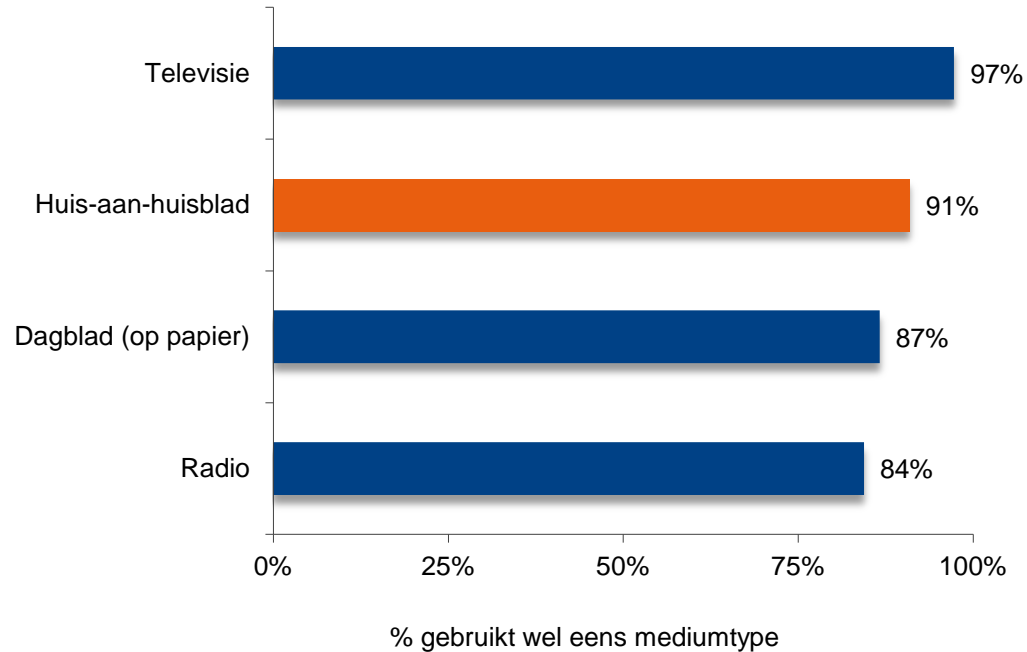


C6. Wilt u aangeven hoe vaak u met onderstaande activiteiten bezig bent in uw vrije tijd?

\* Op basis van  
gemiddeld bereik

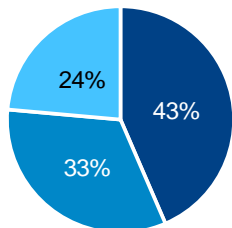
# 7. Huis-aan-huisbladen en andere mediumtypen

# HAH-bladen zijn een massamedium

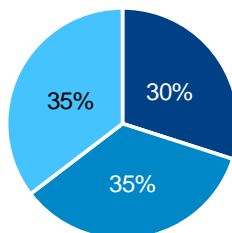


# Lezers kijken relatief veel tv

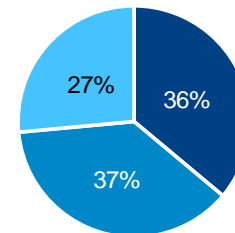
TV: NL13+ internet



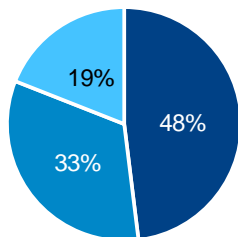
Radio: NL13+ internet



Internet: NL13+ internet

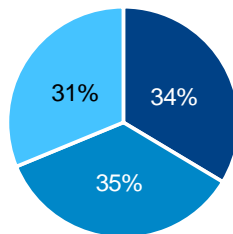


TV: Lezers HAH-bladen



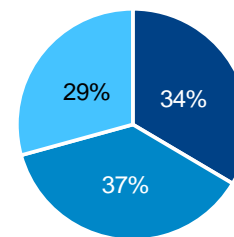
- Hoge kijktijd (1260+ min. per week)
- Gemiddelde kijktijd (630-1259 min. per week)
- Lage kijktijd (0-629 min. per week)

Radio: Lezers HAH-bladen



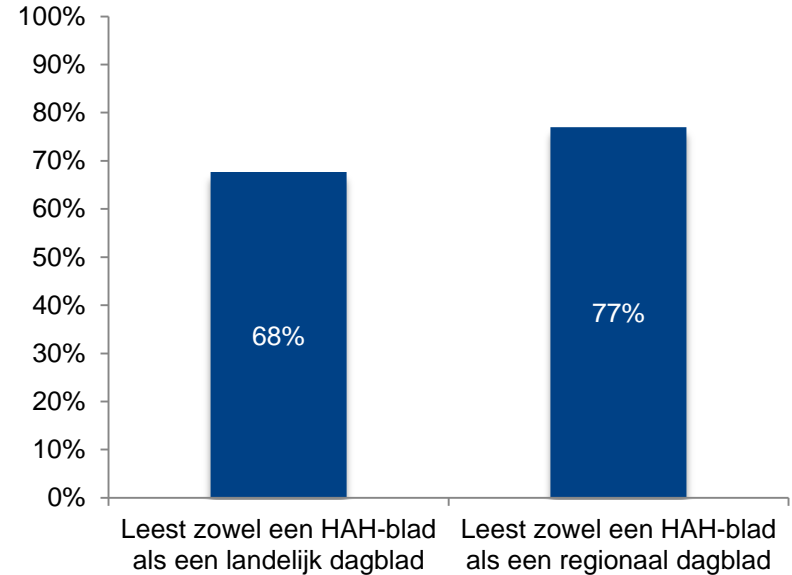
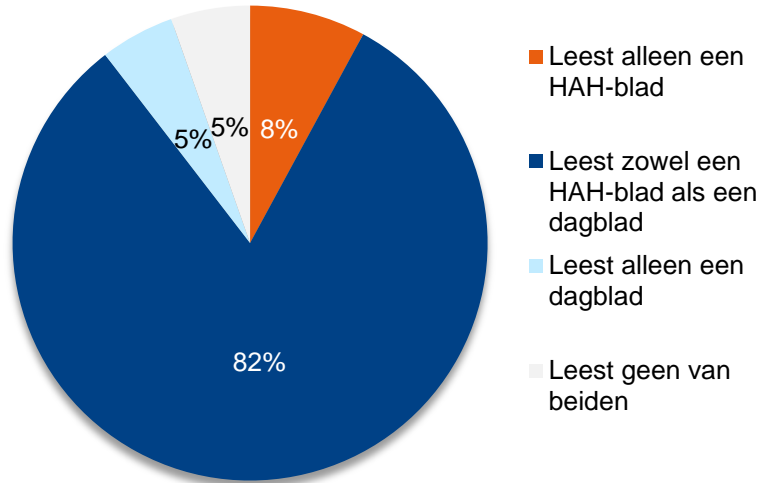
- Hoge luistertijd (1261+ min. per week)
- Gemiddelde luistertijd (241-1260 min. per week)
- Lage luistertijd (0-240 min. per week)

Internet: Lezers HAH-bladen



- Hoge surf tijd (661+ min. per week)
- Gemiddelde surf tijd (181-660 min. per week)
- Lage surf tijd (surft 0-180 min. per week)

# 82% leest zowel een HAH-blad alsook een dagblad



B1. Hoe vaak leest u één of meerdere landelijke dagbladen op PAPIER of ziet u er een in? (≠ nooit/weet niet)

B2. Hoe vaak leest u één of meerdere regionale dagbladen op PAPIER of ziet u er een in? (≠ nooit/weet niet)

A6. Kunt u aangeven op welke manieren u wel eens een huis-aan-huisblad leest of inziet, ook al is dat maar heel af en toe? (op papier)

Basis:  
NL13+ internet



## 8. Meer informatie

# Participerende uitgevers





## VOOR MEER INFORMATIE

Irena Petric

Directeur NOM

+31 (0)20 8204434

i.petric@nommedia.nl

Alke Bassler

Research Manager | Media | GfK

+31 (0)35 6258456

alke.bassler@gfk.com

## CERTIFICERING

Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het quality systeem van GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362.

GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA (zie <http://www.moaweb.nl>).

Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "NOM HAH-bladen Monitor 2014" te worden vermeld.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).