

Reclame impact van het digitale dagblad versus het papieren dagblad

Stephan van Velthoven
Mirjam Hooghuis

Ipsos ASI
The Advertising Research Specialists

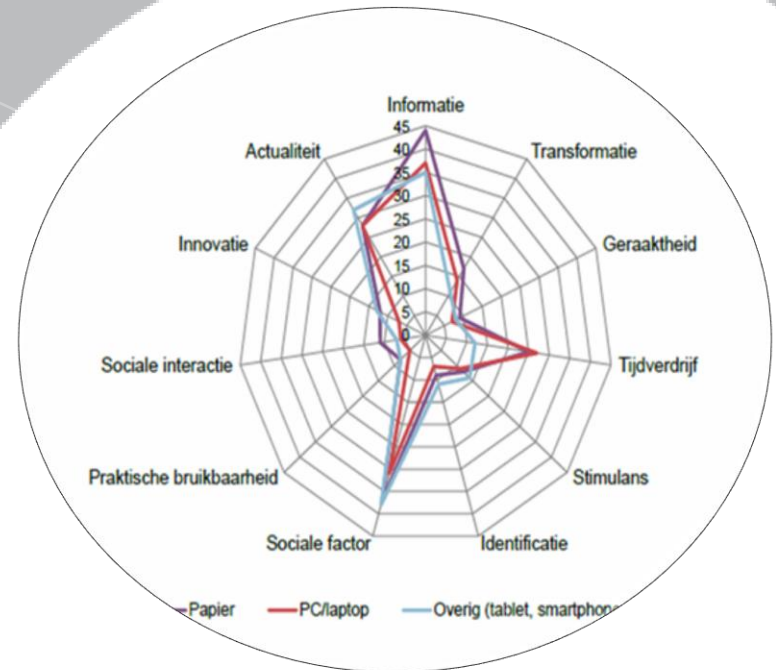


Steeds meer media convergeren, het dagbladmerk centraal



- Dagbladmerken **multichannel** beschikbaar ...
- Het integrale dagbladmerk centraal.

Dagblad devices verschillen qua gebruik & beleving



ARF 2011

re:
think

Creative Best Practices Online CPG



Jim Forrest

SVP, Digital Strategy
Ipsos ASI/Ipsos OTX



Sebastian Fernandez

B2B Insights
Yahoo!

THE ARF 75TH ANNIVERSARY ANNUAL CONVENTION + INSIGHTS ZONE



s a n o m a

home over sanoma adverteren customer media werken bij **nieuws** contact

Home » Nieuws » Nieuwsartikelen » Sanoma Corporate Nieuws » **Tablettijdschrift maakt lezer interactiever**

Tablettijdschrift maakt lezer interactiever

04.07.2012

Sinds de lancering afgelopen september zijn er via de app tijdschrift.nl z'n 110.000 tablettijdschriften verkocht. Van Sanoma Media en diverse andere uitgevers. De lezers zijn blij met deze digitale kiosk. En adverteerders kunnen ook blij zijn. De tablet als platform lijkt geen invloed te hebben op de reclame binnen tijdschriften; dit is net zo effectief als reclame in printedities. Dit blijkt uit onderzoek van Sanoma Media en Intomart GfK.



De eerste maanden van de digitale tijdschriftenkiosk tijdschrift.nl, waren het vooral de mannenbladen die het best verkochten op tablet, maar inmiddels hebben meer vrouwen de iPad omarmd en verkopen de digitale vrouwenbladen het beste in de kiosk. Ook in het buitenland zijn de digitale tijdschriften populair, z'n 20 procent van de verkoop via deze app vindt over de grens plaats. Bij typisch Nederlandse bladen als de Libelle is dit percentage nog hoger.

Digitale tijdschriften verkopen het beste op zowel de dag dat ze uitkomen als in het weekend. De consument ervaart verschillende voordelen, waaronder dat sinds kort enkele bladen (Margriet, Autoweek en Nieuwe Revu) eerder digitaal dan fysiek verkrijgbaar zijn. Sanoma Media deed in samenwerking met Intomart GfK onderzoek naar de beleving en het gebruik van digitale tijdschriften in pdf-vorm. Daarnaast is ook gekeken naar de reclame-effectiviteit binnen een-op-een tablettijdschriften.

Tablet versterkt link tijdschrift-internet

Printlezers onderbreken vaker het lezen om andere activiteiten te ondernemen. Daarentegen hebben zij met 62% tegenover 47% van de tabletlezers vaker de volledige aandacht voor het tijdschrift. Multitasken doen de verschillende lezers in gelijke mate.

De link tussen print en internet is groot. Bijna 60% van de printlezers bezoekt wel eens een aanbevolen website en ook bezoekt 34% het internet al tijdens het lezen. Bij de tabletlezers zijn die percentages nog opvallend hoger: maar liefst 70% bezoekt genoemde sites uit het blad en tijdens het lezen wordt door 42% het internet bezocht. Tabletlezers maken ook graag gebruik van de mogelijkheden die het platform te bieden heeft: 80% vindt het fijn als er direct doorgelinkt kan worden voor meer informatie, afbeeldingen en videos. Ook een directe link naar een webshop vindt bijna tweederde van de lezers erg prettig.

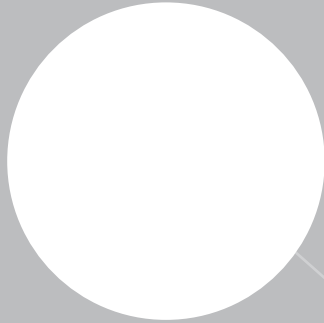
Actuele media

Print- en tablettijdschriften scoren beide hoog op amusement, maar tabletversies worden daarbij ook gezien als informatief. Tijdschriften zijn en blijven een mediantype van deze tijd, dat oordeelt ruim 80% van de printlezers en maar liefst 92% van de tabletlezers over de door hen gelezen editie. De tablet als platform beïnvloedt dus de beoordeling van het medium tijdschrift.

Reclame-effect even groot

Uit het onderzoek lijkt er geen verschil in reclame-effectiviteit te zijn tussen print- en tablettijdschriften. Het resultaat van de vier gemeten uitingen toont geen significant verschil tussen print en tablet. Ondanks er is gebleken dat het print- en tablettijdschrift wel verschillend worden ervaren, lijkt dit dus niet van invloed te zijn op de reclame-effectiviteit.

Hoe is dat voor dagbladen: verschilt de reclame-ontvankelijkheid en- effectiviteit tussen papier en digitaal?



Onderzoeksopzet

- Heeft u de krant van 31 januari gelezen of ingezien?
- Papieren, digitale, of beide versies?

Aantal ondervraagde lezers:	Print	Online	Beide
NRC  HANDELSBLAD	322	177	66
De Telegraaf	116	121	35
de Volkskrant	773	426	133
 de Gelderlander	140	99	30

Onderzoeksopzet

- Alle titels zijn gewogen naar dezelfde aantallen: 150 papier, 150 digitaal en 50 beide.
- Hiermee controleren we voor een eventueel titeleffect.

Gewogen aantal ondervraagde lezers:	Print	Online	Beide
NRC  HANDELSBLAD	150	150	50
De Telegraaf	150	150	50
de Volkskrant	150	150	50
 de Gelderlander	150	150	50



**VOOR IEDEREEN
EEN GOED PENSIOEN**

Daarom nemen pensioenfondsen maatregelen

Wanneer u een pensioenfondsenlid bent, bent u ook verzekerd voor de toekomst. Het is belangrijk dat u weet wat u kunt verwachten van uw pensioen. Daarom nemen pensioenfondsen maatregelen om de toekomst te verzekeren. Dit kan bijvoorbeeld door de pensioen uit te betalen in de vorm van een annuïteit of door de pensioen uit te betalen in de vorm van een lumpsum.

Wanneer u een pensioenfondsenlid bent, bent u ook verzekerd voor de toekomst. Het is belangrijk dat u weet wat u kunt verwachten van uw pensioen. Daarom nemen pensioenfondsen maatregelen om de toekomst te verzekeren. Dit kan bijvoorbeeld door de pensioen uit te betalen in de vorm van een annuïteit of door de pensioen uit te betalen in de vorm van een lumpsum.

Pensioenfederatie. Samen sta je sterk.

Unieke Blue Cruises vanuit TURKIJE

EGEÏSCHE KUST 199
 De Egeïsche Kust is een van de mooiste kustgebieden van de Middellandse Zee. Hier vindt u prachtige stranden, historische ruïnes en een heerlijke keuken. Met een Blue Cruise kunt u de mooiste plekken van de Egeïsche Kust bezoeken. De reis duurt 10 dagen en kost 199,-.

LYCISCHE KUST 459
 De Lycische Kust is een van de mooiste kustgebieden van de Middellandse Zee. Hier vindt u prachtige stranden, historische ruïnes en een heerlijke keuken. Met een Blue Cruise kunt u de mooiste plekken van de Lycische Kust bezoeken. De reis duurt 10 dagen en kost 459,-.

BOODUN NAAR RHODOS 629
 Boodun is een klein dorpje op de eiland Rhodos. Het is een van de mooiste plekken van de eiland. Met een Blue Cruise kunt u Boodun bezoeken. De reis duurt 10 dagen en kost 629,-.

GRIEKSE EILANDEN 459
 De Griekse Eilanden zijn een van de mooiste plekken van de Middellandse Zee. Hier vindt u prachtige stranden, historische ruïnes en een heerlijke keuken. Met een Blue Cruise kunt u de mooiste plekken van de Griekse Eilanden bezoeken. De reis duurt 10 dagen en kost 459,-.

KRAS.NL
 waarom zou je meer betalen

BOEK ONLINE of bel 0900-9697

Dirk door de Consumentenbond alwéér uitgeroepen tot de goedkoopste!

Dirk was al de goedkoopste supermarkten met A-merken, maar nu is de Consumentenbond erin geslaagd om Dirk uit te roepen tot de goedkoopste met A-merken. Dit is een geweldige prestatie, want Dirk is de enige supermarkt die dit heeft gedaan. Dit is een geweldige prestatie, want Dirk is de enige supermarkt die dit heeft gedaan.

GOEDKOOPSTE MET A-MERKEN 1
GOEDKOOPSTE MET A-MERKEN 1

Dirk
 Goedkoopste met A-merken

Dirk
 Goedkoopste met A-merken

Naar Dirk dus! Dirk Bas Dierks



Top
vakantie
huizen

Topic Travel

 topictravel.nl 
070 - 416 8 416

Advertentie

Nu 100 films kijken voor € 0,-
bij Internet en TV van XS4ALL



XS4ALL

Kijk voor deze promoties en de actieschermen op www.xs4all.nl

VOOR IEDEREEN EEN GOED PENSIOEN

Daarom nemen pensioenfondsen maatregelen

Uw pensioen is een belangrijk onderdeel van uw toekomst. Daarom nemen pensioenfondsen maatregelen om uw pensioen veilig te stellen. Dit kan bijvoorbeeld door de pensioenpremie te verhogen of de pensioenleeftijd te verlagen. Pensioenfondsen nemen deze maatregelen om ervoor te zorgen dat u op het juiste moment het juiste bedrag aan pensioen krijgt.

Pensioenfederatie. Samen sta je sterk.

LIDL **Blijvende prijsverlagingen!** **UIT ONS VASTE ASSORTIMENT**

www.lidl.nl

Vanaf donderdag 31 januari t/m het einde van de week.

Stannius water 6x-pakket 2^{de} 1,99

Koffiepoets 2^{de} 1,99

Koffiebonen 2^{de} 6,95

Cashewnoten 5^{de} 4,95

REGULAR 2^{de} 1,99

Per pak! 2^{de} 6,95

Pepersteak 2^{de} 2,95

Varkensballetjes 2^{de} 5,95

Charolispies 1^{de} 1,10

Witte stuurven 2^{de} 1,20

LED-lichting, 5 m 49,90

Alarmering of inbraakdetectie 12,90

HIGH LIGHT 39,90

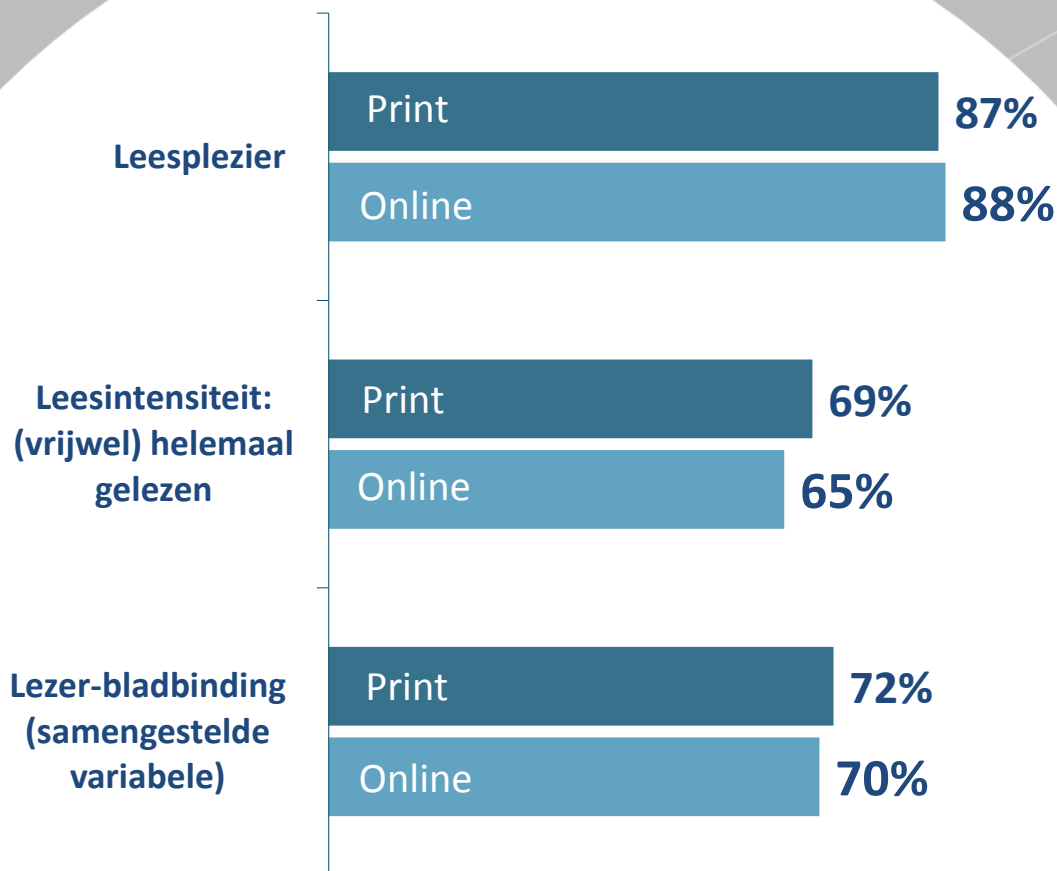
LED-achterverlichting 4,40

Submersie in water 3,40

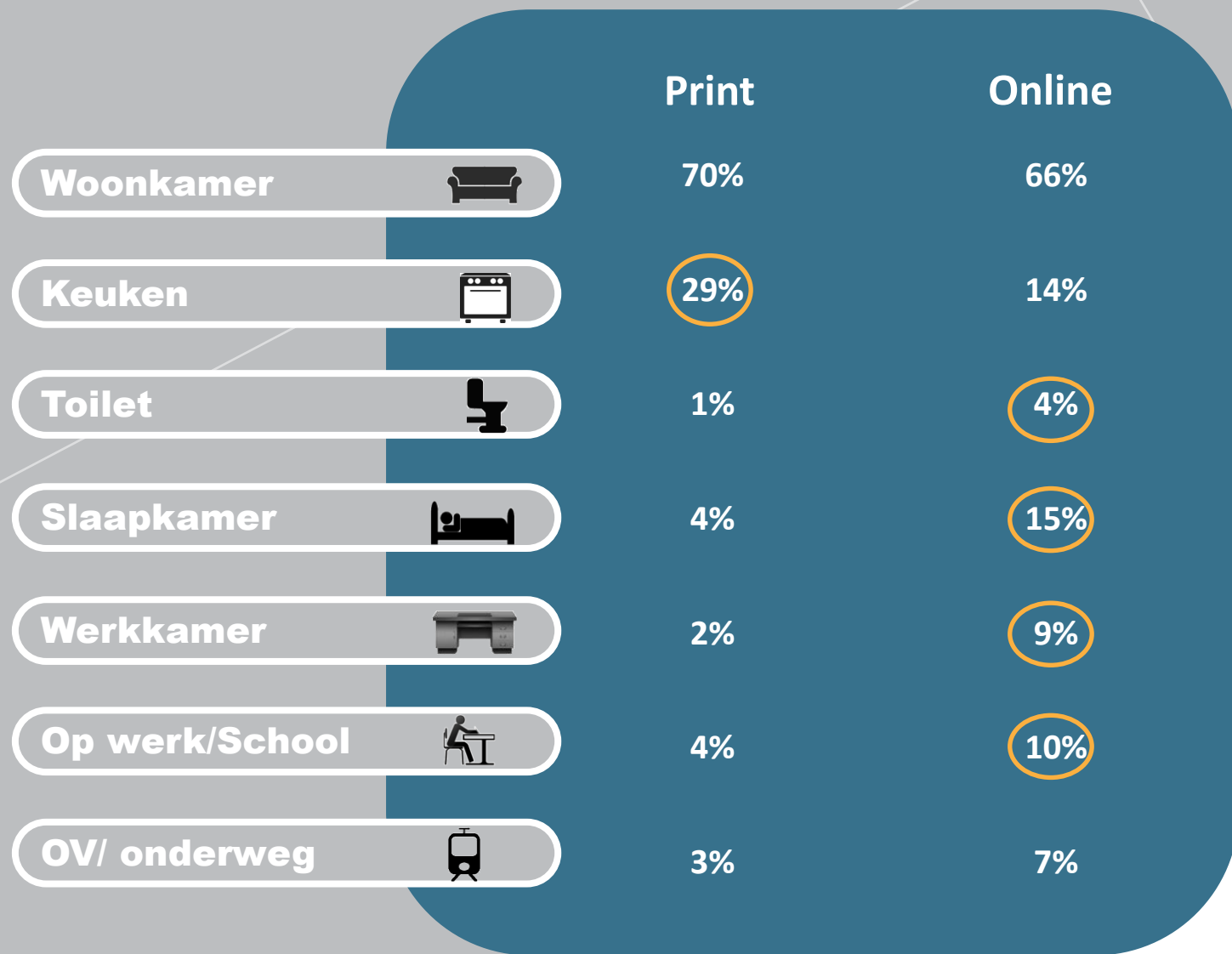
Het echte kluswerk!

De hoogste kwaliteit voor de laagste prijs!

Leesplezier, binding en leesintensiteit zijn gelijk onder de print- en digitale lezer



De leesplaats verschilt: print lezen we vaker in de keuken, digitaal vaker in slaapkamer, toilet en onderweg



Het creatieve werk van de geteste dagbladadvertenties is ingepland en gemaakt voor de papieren krant.....



...en doorgeplaatst naar de digitale kopie

Deze reclame, afgestemd op print, kent onder printlezers een hogere een reclame-ontvankelijkheid...

Print



Online



Ik besteed aandacht aan advertenties voor producten en diensten in dagbladen

34%

27%

Ik let op aanbiedingen van adverteerders in dagbladen

39%

30%

Advertenties in dagbladen horen er gewoon bij

76%

70%

Zonder advertenties zou ik dagbladen minder boeiend vinden

16%

12%

In dagbladen staan advertenties waar ik echt wat aan heb

21%

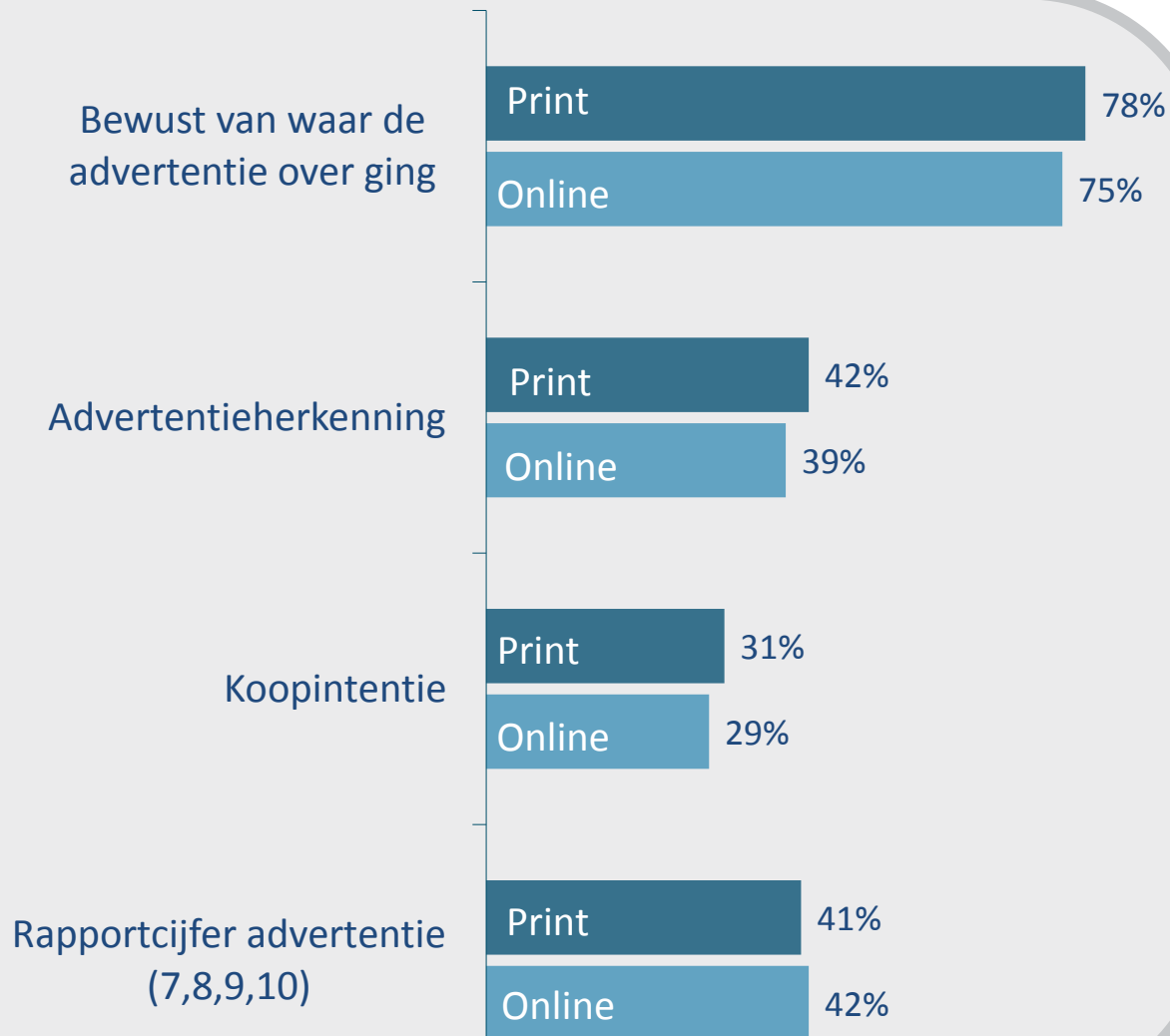
19%

Door advertenties in dagbladen weet ik wat er in mijn omgeving aangeboden wordt

35%

31%

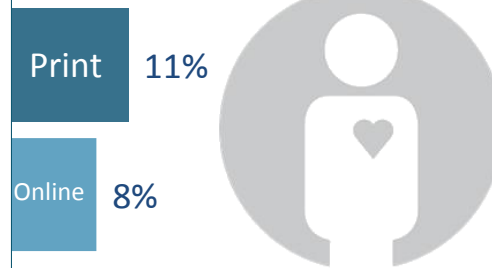
...maar heeft *desondanks* een gelijke reclame-impact onder digitale en printlezers



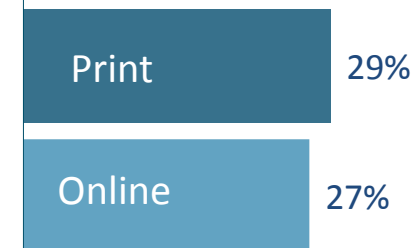
Net als brand-closeness en persoonlijke relevantie...



Sterke verbondenheid
met geadverteerde merk



Advertentie doet denken
aan dingen waar u echt
om geeft



De functies van print en online vullen elkaar echter aan!



Print



Online



Is origineel en uniek

18

30

Wekt mijn interesse

22

34

Brengt me op een idee

24

40

Is geloofwaardig

50

28

Is duidelijk

72

60

Maakt me enthousiast

20

8

***Kranten die in de bekende lay-out
combineren met online nieuws en
interactiviteit, het beste voldoen
aan de wensen van de lezer***

*(Onderzoek van Visiolink in samenwerking met de Deense
Universiteit van Aarhus, maart 2013)*

Een ruime meerderheid heeft behoefte aan interactieve advertenties!

Wenselijk om door te klikken:



62%

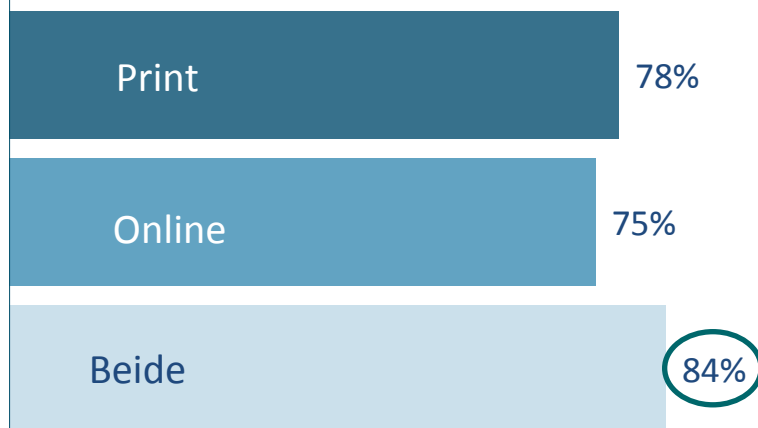
In hoeverre zijn multichannel users meer gebonden met het merk?



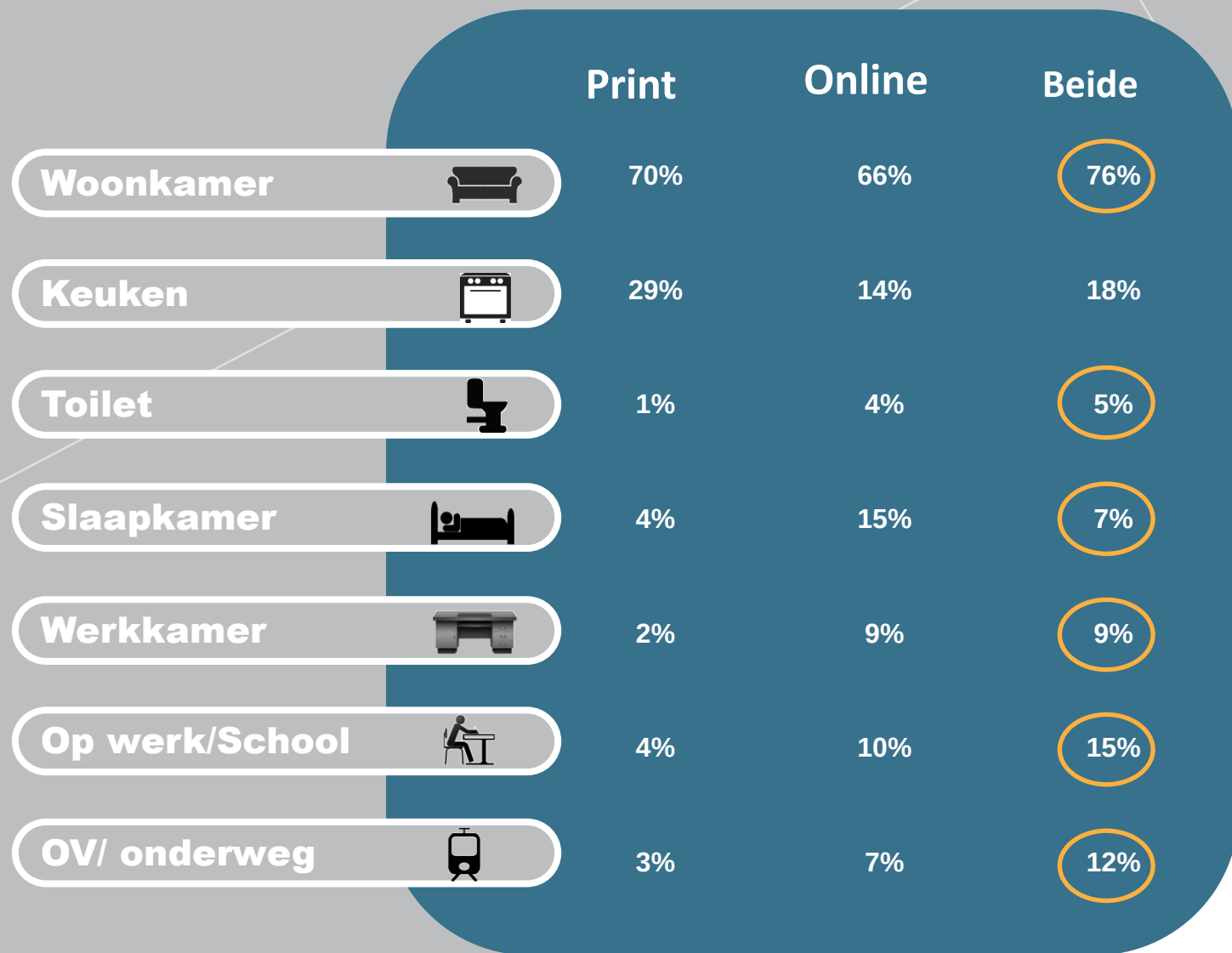
Dubbellezers hebben de krant zowel digitaal als op print gelezen

De digitale uitgave geeft mogelijkheid tot een extra contactmoment, onder dubbellezers zien we dan ook een hogere merkrealisatie

Bewust van
waar de
advertentie
over ging



Dubbellezers lezen zowel thuis als onderweg en hebben meer leesplaatsen dan alleen print- en online lezers



1

- grotere reclameontvankelijkheid onder printlezers
- reclame impact even hoog onder beide lezersgroepen

2

- functies van print en digitaal verschillen
- papier: stimuleert geloofwaardigheid en duidelijkheid van het merk
- digitaal: inspireren, ideeën en interesse wekken

3

- een ruime meerderheid heeft behoefte aan interactieve advertenties
- mogelijkheid om inspirerende eigenschappen van digitaal uit te bouwen
- reclameontvankelijkheid neemt dan wellicht toe onder de digitale lezer