

P E R S B E R I C H T

Amsterdam, 30 september 2008

Tijdschriftenmarkt consolideert sterke positie

Groei voor special interest en populair wetenschappelijke bladen

De totale verspreide oplage van de publiekstijdschriften kwam in het tweede kwartaal van 2008 uit op 26,5* miljoen exemplaren. Dat is 1,5 procent hoger dan in het eerste kwartaal van 2008. Ten opzichte van hetzelfde kwartaal van 2007 is er geen verandering. Dit blijkt uit de nieuwste HOI-cijfers, die vanmorgen door HOI, Instituut voor Media Auditing zijn gepubliceerd.

Dit betekent dat de publieksbladen hun oplageniveau weten vast te houden. Dat dit gebeurt in een periode van laagconjunctuur zegt veel over de kracht van het mediasegment tijdschriften.

Significant stijgende oplages waren er voor de special interestbladen (+28,8%), de populair wetenschappelijke bladen (+15,7%), de reis- en recreatiebladen (+7,3%), de auto- en motorbladen (+4,7%) en de omroepbladen (+3,8%).

De sterkste groei was er voor de special interestbladen. De totale verspreide oplage in dit segment groeide met 28,8 procent tot 1,8 miljoen exemplaren. Er waren vijf nieuwe titels in dit segment: Hoor! (340.000), Krant van de Aarde (247.000), Yoga (59.000), Hollands Diep (42.700) en Nederland in Ontwikkeling (4.900). De sterkste stijgers onder de special interestbladen waren Kunstbeeld (8.600, +20,8%), Historisch Nieuwsblad (15.300, +17,4%) en ZOOM.nl (59.000, +17%).

De totaal verspreide oplage van de populair wetenschappelijke bladen groeide met 15,7 procent tot 766.000 exemplaren. In dit segment twee belangrijke lanceringen: MIND magazine behaalde een oplage van 78.000 en voor National Geographic Junior was dat 48.000. Daarnaast bleven veel titels in dit segment goed presteren. De oplage van Zo Zit Dat groeide met 25,4 procent tot 33.700, de oplage van Kijk steeg met 12,9 procent tot 59.000, Quest zag de oplage met 10,7 procent toenemen tot 199.000 exemplaren. Ook waren er plussen voor Filosofie Magazine (+7,8%) en Scientific American Nederland (+3,9%).

De totaal verspreide oplage van de omroepbladen groeide met 3,8 procent tot 4,1 miljoen exemplaren. Meest in het oog springen de titels van Veronica Uitgeverij: met de speciale EK-editie steeg de oplage van Veronica Magazine met 260.000 exemplaren tot 1,3 miljoen, een plus van 25,4 procent. De oplage van TotaalTV maakte een groei door van 50,3 procent tot 69.000.

Bij de vrouwenbladen waren er drie nieuwe titels ten opzichte van het tweede kwartaal 2007: Gala (82.000), Grazia (80.000) en Mama (78.000). De sterkste groeiers in het vrouwenbladensegment waren JAN (77.000, +23,1%), AM Magazine (20.000, +19%), Hide & Chic (30.100, +17,1%), Living (75.000, +14,1%), Nouveau (72.000, +11,2%) en Stars (71.000, +11,1%).

Opvallende groeiers in andere segmenten waren ondermeer Sportweek (76.000, +84,2%), J/M (58.000, +41,1%), Meiden Magazine (68.000, +37,5%), De Smaak van Italië (31.400, +37,3%), Golfers Magazine (21.400, +26,9%), De Kampeerauto (18.400, +19,6%) en BestLife (28.600, +17,2%).

* exclusief oplages van sponsored magazines en dagbladmagazines

Dit is een persbericht van de Groep Publiektijdschriften van het Nederlands Uitgeversverbond.
informatie: Harriët Schrier, telefoon 020-430 91 62 of per e-mail h.schrier@nuv.nl