

PERSBERICHT TER BEVORDERING VAN TIJDSCHRIFT- RECLAME.

Amsterdam, 10 maart 2009

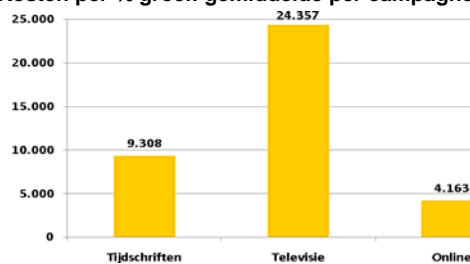
Netto kosten tijdschriften ruim 60% lager dan televisie

Amsterdam – Eén procent extra effect op de beoogde communicatiedoelstelling is met adverteren in tijdschriften 62% goedkoper te realiseren dan met TV. Dit is één van de conclusies uit de Media Observer effectmetingen. Het gerenommeerde onderzoeksbureau TNS NIPO voert dit structurele onderzoek uit in opdracht van de Groep Publiekstijdschriften van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV).

Van de in totaal 40 campagnes is per campagne het mediabudget afgezet tegen de procentuele toename van het effect. Zo konden van elk mediumtype de kosten per procent effectgroei berekend worden.

Voor tijdschriften bedragen de kosten gemiddeld € 9.308 per % groei, voor online is dat € 4.163, waarmee online ruim 80% goedkoper is dan TV.

Kosten per % groei: gemiddelde per campagne



Ruim 190 miljoen Euro netto teveel uitgegeven aan TV

Uit de Media Observer blijkt onverminderd dat er aan TV bestedingen ruim 20% teveel wordt uitgegeven om het optimale effect te realiseren. In 40% van de campagnes is sprake van een te hoog TV budget. De mate van onderspending is zowel bij TV als online 13% en bij tijdschriften 58%.

60% - 40%: optimale budgetverdeling

De ideale budgetverdeling voor het realiseren van optimaal effect blijkt voor TV en tijdschriften 60% - 40% te zijn en voor een campagne met TV, tijdschriften en online 60% – 25% – 15%.

Tijdschriften zijn merkenbouwers

Adverteren in tijdschriften helpt merken bouwen en verhoogt de aankoopintentie.

Tijdschriftadvertenties zijn in meer dan de helft van de onderzochte cases in staat de merkpropositie over te brengen, daar waar dit voor TV minder dan een kwart is. In meer dan 75% van de cases is er een relatie aangetoond van de inzet van een tijdschriftadvertentie en de aankoopintentie.

Multimediaal effect tijdschrift en internet

Bij alle 40 campagnes is er sprake van multimediaal effect op de onderzochte effectmaten. Uit de Media Observer blijkt echter dat tijdschriften en internet elkaar in hoge mate versterken op merkpropositie (index 167) en aankoopintentie (index 135).

Over de Media Observer

De Groep Publiekstijdschriften van het Nederlands Uitgeversverbond nam eind 2006 het initiatief om de Media Observer opnieuw in Nederland uit te voeren. Het Media Observer model stelt adverteerders in staat om aan te tonen hoeveel contacten er per ingezet mediumtype nodig zijn om het optimale effect zo efficiënt mogelijk te realiseren en wat de multimediale effecten zijn als er meerdere mediumtypen in een campagne worden ingezet. Door met de verschafte inzichten de mediaplanning te optimaliseren kan er een beter en efficiënter resultaat behaald worden. Tot en met 2008 zijn er 40 campagnes gemeten en opgenomen in een database. De mediumtype die gemeten worden zijn TV, internet en tijdschriften. Het onderzoeksrapport is tevens te vinden op www.tijdschriften.nl onder feiten en cijfers.

Over de Groep Publiekstijdschriften NUV

De Groep Publiekstijdschriften is 1 juli 2001 ontstaan uit een fusie van de Groep Omroepbladen en de Groep Publieks- en Opinietijdschriften van het Nederlands Uitgeversverbond. De groep behartigt de belangen van de aangesloten uitgevers van publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen. Bij de Groep Publiekstijdschriften (GPT) zijn [28 uitgeverijen](#) aangesloten, die informatie op de markt brengen voor de consument op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Samen brengen zij ruim 160 publieks- en opinie tijdschriften en omroepbladen op de Nederlandse markt met een gezamenlijke omzet van 775 miljoen euro in 2007. De totale verspreide oplage van publiekstijdschriften in Nederland in 2007 bedroeg 26,7 miljoen exemplaren (exclusief oplages van sponsored magazines en dagbladmagazines).

Noot voor de redactie (niet voor publicatie):

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met :
Nederlands Uitgeversverbond / Groep Publiekstijdschriften
Contactpersoon : Corina Soethof – Marketing director
Telefoon : 020 – 430 9173 / 06 – 546 35 674
E-mail : c.soethof@nuv.nl