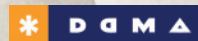


Het
**BEREIKS-
ONDERZOEK**
voor folders
2015



nom nationaal
onderzoek
multimedia



JA

Wél folders

JA

Het werkt

NOM Folder Monitor / www.foldermonitor.nl



NOM Folder Monitor verschijnt onder auspiciën van Nationaal Onderzoek Multimedia in opdracht van DDMA Businessgroep Verspreidingen en is uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK.

© GfK 2015 / NOM Folder Monitor / mei 2015

Voor meer informatie over de NOM Folder Monitor:

www.foldermonitor.nl

Voor meer informatie over het onderzoek:

Alke Bassler

Research Manager Print & Digital

alke.bassler@gfk.com

Inhoudsopgave NOM Folder Monitor

Voorwoord	4
Samenvatting	6
Het onderzoek	8
Onderzoeksresultaten NOM Folder Monitor 2015	11
1 Het onderzoek in het kort	12
2 Resultaten in één oogopslag	14
3 Resultaten	16
3.1 Het mediumtype folders	16
3.2 Gebruik van papieren en digitale folders	34
3.3 Wie is de folderlezer?	38
3.4 Verzamelwebsites en folder apps	42
3.5 Branchebereik folders	48
Begrippen en definities	58
Overzicht gemeten folders	60

Voorwoord De folder: Springlevend!



Stephan van den Eijnden

*Voorzitter DDMA Business-
groep Verspreidingen*

Als mij gevraagd wordt waar ik werk, zeg ik vol trots dat ik in de folders zit. 'Dat leest toch niemand meer?', is de

reactie die ik wel eens hoor. Als ik ze vervolgens vraag of ze de kortingsbonnen van bijvoorbeeld een doe-het-zelfketen nooit gebruiken, komen ze er vaak achter dat ze folders vaker lezen dan ze zelf denken.

De opvatting dat folders traditioneel zijn mag dan wel bestaan, maar het is nog steeds een zeer relevant mediumtype. De resultaten van het onderzoek onderstrepen het bestaansrecht van de folder. Dat blijkt wel uit de bevestigende cijfers van deze tweede editie van het bereiksonderzoek voor folders.

Doordat het een onafhankelijk en objectief onderzoek is, is het geloofwaardig. Niet alleen retailers, maar ook merkfabrikanten gebruiken dit mediumtype. Met een zakje kattenvoer of een theezakje ter ondersteuning van een productintroductie, verrassen zij de doelgroep aan hun eigen keukentafel. Ook mediabureaus kiezen steeds vaker voor de folder als onderdeel van de ideale mediamix.

De stijging van online is een leuke verrassing. De online ontwikkelingen komen niet in plaats van, maar in het verlengde van de fysieke folder. Die wordt namelijk niet minder vaak gelezen. Zelfs de e-tailer kiest steeds vaker voor de traditionele papieren folder.

Wat mij betreft is de folder dus nog steeds springlevend! Ook dit jaar willen we iedereen inspireren met de resultaten uit dit onderzoek.

Voorwoord NOM Folder Monitor: het vervolg



Irena Petric

Directeur NOM

In 2014 is de eerste NOM Folder Monitor gepresenteerd aan de markt. Dat was het resultaat van een samenwerking tussen DDMA

Businessgroep Verspreidingen en NOM (*Nationaal Onderzoek Multimedia*). Uit alle reacties blijkt dat dit onderzoek relevante en waardevolle informatie over het mediumtype folders heeft opgeleverd; een vervolg is daarom vanzelfsprekend.

Voor de uitvoering van NOM Folder Monitor 2015 is wederom de technische expertise van NOM ingeschakeld. In een gezamenlijke Technische Commissie van verspreiders en NOM-vertegenwoordigers zijn verschillende technische

aspecten van het onderzoek besproken en gecontroleerd. Zoals de representativiteit van de steekproef, de opzet van de vragenlijst, de meetmethode van het bereik en de berekening van de resultaten. Dit resulteerde in een goedkeuringsstempel voor de technische uitvoering van de NOM Folder Monitor 2015.

We hopen dat verschillende marktpartijen net zoveel plezier zullen hebben van de inzichten van de NOM Folder Monitor 2015 als van de eerste editie van dit onderzoek. In de tussentijd zijn wij samen met de Businessgroep Verspreidingen alweer aan het werk om de volgende editie van dit onderzoek op te zetten.

We wensen alle gebruikers van de NOM Folder Monitor 2015 veel succes met de nieuwe resultaten!

Samenvatting

Gebruik van de folder app wint aan terrein

Uit de resultaten blijkt de digitale folder de grote verrassing. Want 3,9 miljoen Nederlanders weten de digitale folders prima te vinden. Dat zijn er 100.000 meer dan het jaar ervoor. 2 miljoen van deze lezers gebruiken daarvoor de app, dat zijn er 400.000 meer dan vorig jaar. De app is vooral populair bij 20-49 jarigen.

Papieren folder blijft onverminderd populair

Ondanks de grote groei van de digitale folder, weet de traditionele folder zich goed staande te houden. Wel 61% van de Nederlanders leest alleen de papieren folder. Zij doen dit om op de hoogte te zijn van aanbiedingen maar ook ter ontspanning, vooral in de avonden. En ze worden er actief van: meer dan 80% komt in actie na het lezen van een papieren folder.

Nederlanders kunnen niet zonder de folder

96% van de Nederlanders leest wel eens een folder, dit zijn in totaal 12,7 miljoen mensen. Ze lezen 'm niet alleen, ze willen 'm echt graag ontvangen. 53% van de Nederlanders zou de folder zelfs missen als deze niet meer zou verschijnen. Gemiddeld besteden zij 17 minuten per week aan het lezen van folders.

Folder zet aan tot actie

Lezers van folders blijven graag op de hoogte van de aanbiedingen die erin staan. Met effect, want 49% koopt regelmatig een product uit een folder. Daarnaast worden de digitale folders via apps en verzamelsites (*zoals Spotta.nl en reclamefolder.nl*) gebruikt om producten met elkaar te vergelijken. 34% van de lezers doet dit.

Bereik folders

10,7 miljoen Nederlanders hebben geen drukwerk-sticker. In totaal hebben de papieren folders een netto bereik van 85%. De digitale folder heeft een netto bereik van 29%.

Het onderzoek

Doel van het onderzoek

De NOM Folder Monitor 2015 is uitgevoerd door GfK, in opdracht van DDMA Businessgroep Verspreidingen, waarin de grootste verspreiders zijn verenigd.

Het doel van het onderzoek is om inzicht te verkrijgen in het mediumtype folders en het bereik op mediumtype- en brancheniveau. Hiertoe zijn de volgende aspecten in het onderzoek betrokken:

- gebruik, waardering en effect van het mediumtype folders;
- bereiksmeting van 37 folders, onderverdeeld in 7 branches;
- gebruik van verzamelwebsite en folder apps;
- achtergrondkenmerken en informatie over het overig media gebruik van de respondenten.

Uitvoering

De NOM Folder Monitor is uitgevoerd onder auspiciën van Stichting NOM, die ook verantwoordelijk is voor

het nationale printbereiksonderzoek (*nommedia.nl*). De opzet van het onderzoek, waaronder het ontwikkelen van de vragenlijst en de controle van het veldwerk en de resultaten, is in nauw overleg met NOM en de opdrachtgever tot stand gekomen.

Het onderzoek is uitgevoerd in het GfK Online Panel, door middel van een online vragenlijst (*CAWI*). Voor de NOM Folder Monitor zijn respondenten uit het GfK Online Panel ondervraagd die eerder de NOM Print Monitor hebben ingevuld.

Respondenten kregen via e-mail een uitnodiging voor het onderzoek, met daarin een link naar de vragenlijst. In de vragenlijst is gebruik gemaakt van beeldmateriaal, zoals de logo's van de folders en de 4 meest recente covers van elke folder.

Het veldwerk is uitgevoerd in 2014, verdeeld over

drie golven van 4 weken in juni, oktober en december. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 9 minuten.

Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het kwaliteitssysteem 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: moaweb.nl*).

Populatie en respons

Er zijn 6.900 respondenten benaderd voor het onderzoek, de resultaten zijn gebaseerd op 5.003 ingevulde vragenlijsten, een respons van 73%. De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder met toegang tot internet. De steekproef is landelijk gespreid en bevat een evenredig aandeel

personen die middels een drukwerksticker folders waren uit hun brievenbus. De steekproef is gestratificeerd op de belangrijkste achtergrondkenmerken; voor zover de verdeling desondanks afwijkt van de populatienormen is dit gecorrigeerd door weging. Er is gewogen op geslacht, leeftijd, opleiding, huishoudgrootte, provincie, stedelijkheid x aanwezigheid drukwerksticker en gebruiksfrequentie internet.

Rapportage

De rapportage bestaat uit een grafische rapportage en is opgesteld in overleg met NOM en de opdrachtgever. De uitkomsten zijn geanalyseerd naar een aantal doelgroepkenmerken, zoals geslacht en de aanwezigheid van een drukwerksticker. Het bereik van folders wordt gerapporteerd als totaalbereik en netto bereik per branche, uitgesplitst naar papieren folders en digitale folders. Alle resultaten zijn ook beschikbaar in de vorm van mediaplanningsbestanden.



trendy accen ten

2.99

2.99

0.99

3.99

19.99

9.99

2.99

4.99

3.99

5.99

1.99

7.99

5.99

Onderzoeksresultaten

NOM Folder Monitor 2015



1 **Het onderzoek** in het kort

Populatie: 13.257.000 Nederlanders van 13 jaar en ouder met toegang tot internet.

Methode: Online vragenlijst (CAWI) afgenomen onder respondenten die eerder de NOM Print Monitor hebben ingevuld. In de vragenlijst is het bereik van folders gemeten door de 4 meest recent verschenen nummers van elke folder te tonen.

Veldwerkperiode: 3 meetgolven van elk 4 weken, in juni, oktober en december 2014.

Steekproef: n=5.003 respondenten van 13 jaar en ouder met toegang tot internet.

Vragenlijst: Bereiksmeting van 37 folders, onderverdeeld in 7 branches. Mediumtypevragen over folders, onder andere de leesduur, het leesmoment, de functie, de waardering en het effect. Bereik en bezoekfrequentie van verzamelwebsites en folder apps.

Wijzigingen ten opzichte van de vorige publicatie:

- 7 branches en 37 folders (was 8 branches en 43 folders in de NOM Folder Monitor 2014)
- Weegnormen gebaseerd op internetpopulatie 2014 (was 2013).

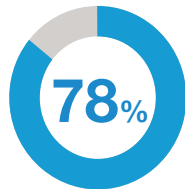
De resultaten worden beschikbaar gesteld in de mediaplanningssoftware.

2 Resultaten

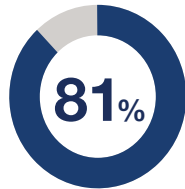
in één oogopslag



96%
van de populatie
leest folders



78% gebruikt folders om op de hoogte te zijn van aanbiedingen, papieren folders leest de helft ook ter ontspanning



Folder lezen leidt bij de meeste mensen tot actie **81%**

Papieren folders

11,3
miljoen



Digitale folders

3,9
miljoen



Papieren folders bereiken netto **11,3 miljoen** mensen, digitale folders bereiken netto **3,9 miljoen** mensen

1,9 miljoen mensen

bezoeken wekelijks een verzamelwebsite en/of gebruiken een folder app

Folder apps zijn populair bij **20-49 jarigen**

- 1 Het bereik van folders blijft hoog.
- 2 De folderlezer is onveranderd positief over folders en onderneemt actie naar aanleiding van het lezen van folders.
- 3 Het gebruik van de folder app stijgt sterk, de groei zit vooral bij 35-49 jarigen.

3 Resultaten

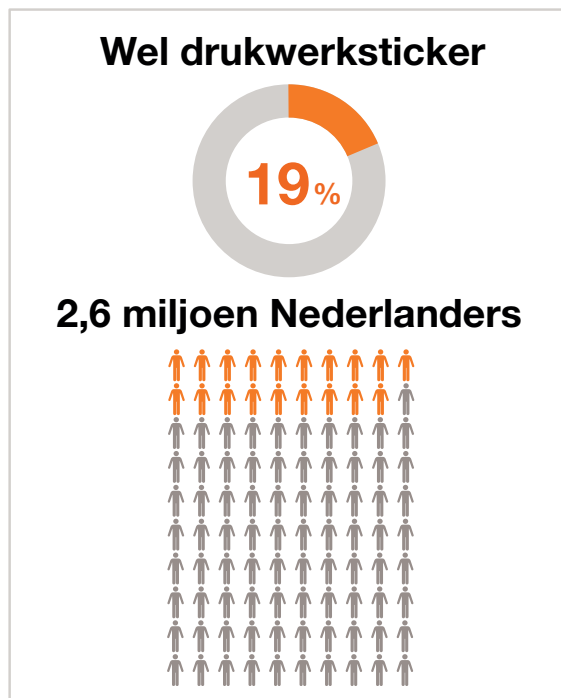
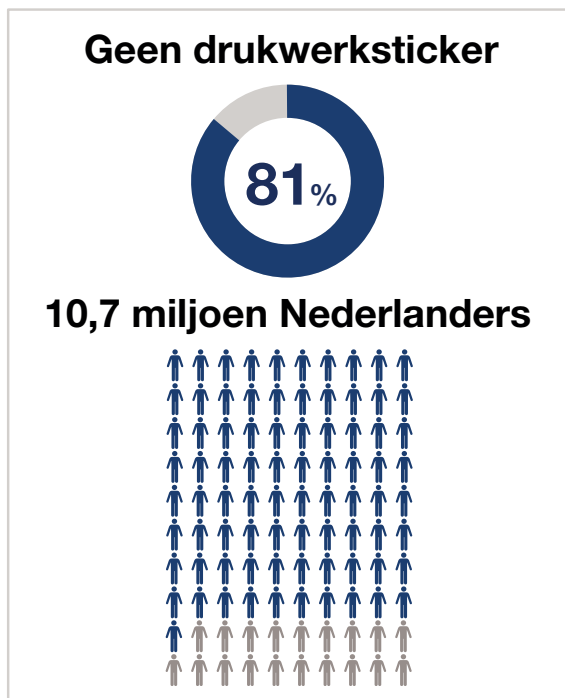
3.1 Het mediumtype folders

96% van alle Nederlanders* heeft in de afgelopen 12 maanden minimaal één folder gelezen.



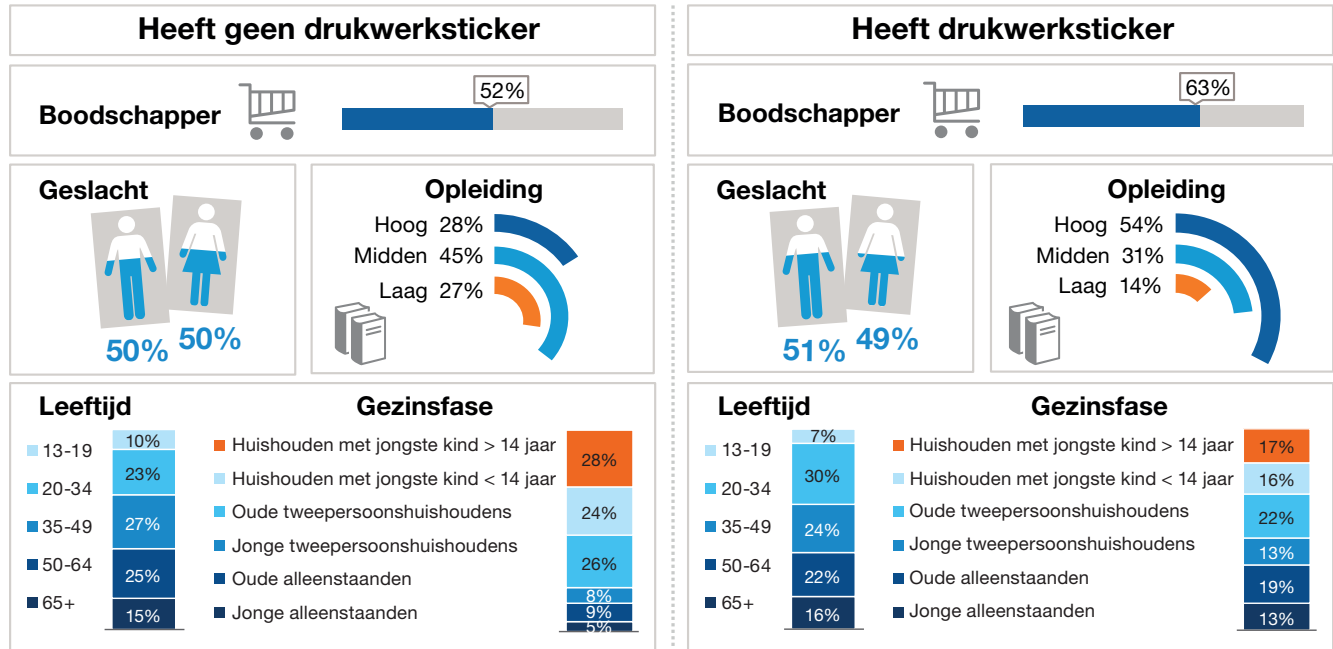
*Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

10,7 miljoen Nederlanders* hebben geen drukwerksticker.

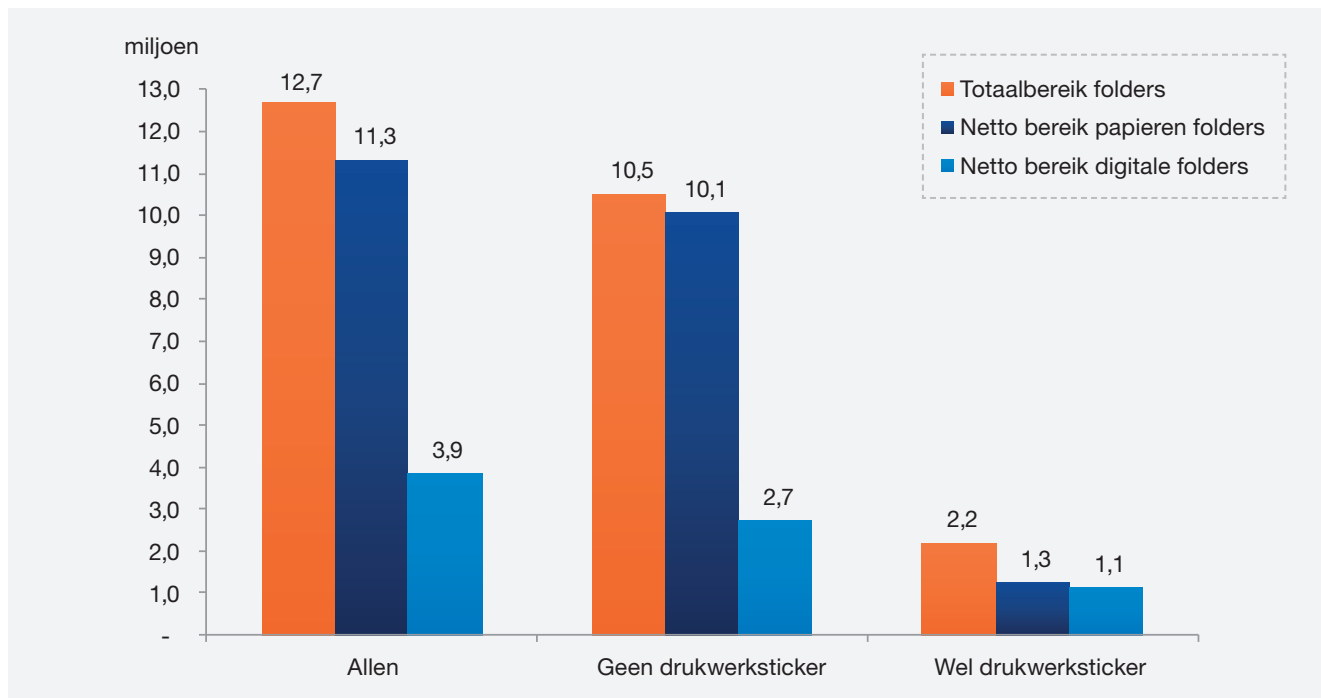


*Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

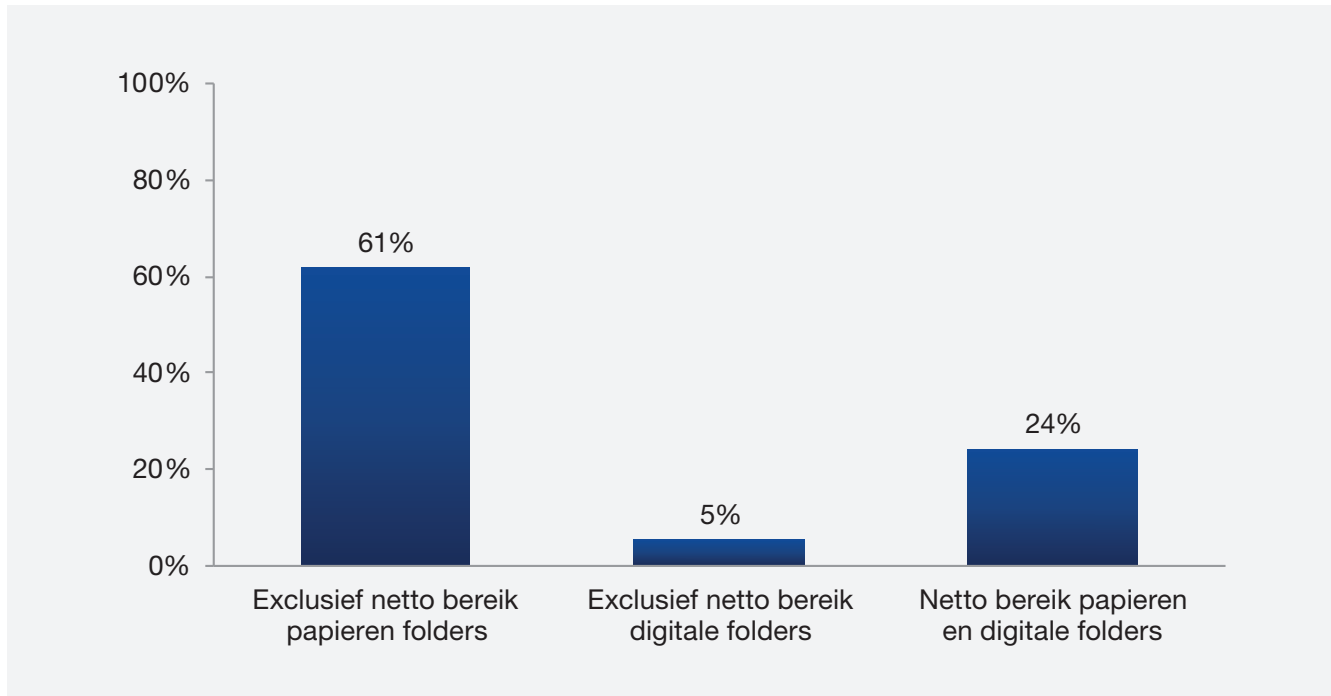
Profielschets van mensen met en zonder drukwerksticker.



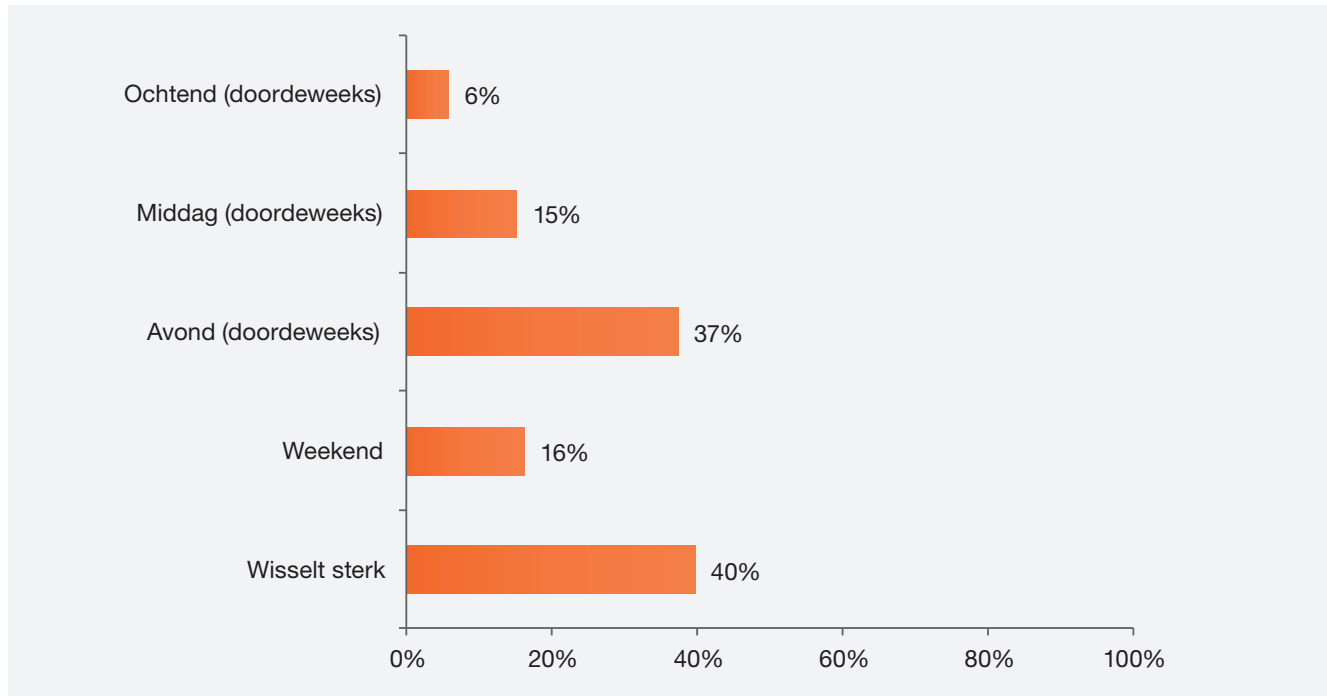
Bereik van folders blijft stabiel en hoog: netto 11,3 miljoen mensen met papier en 3,9 miljoen met digitale folders.



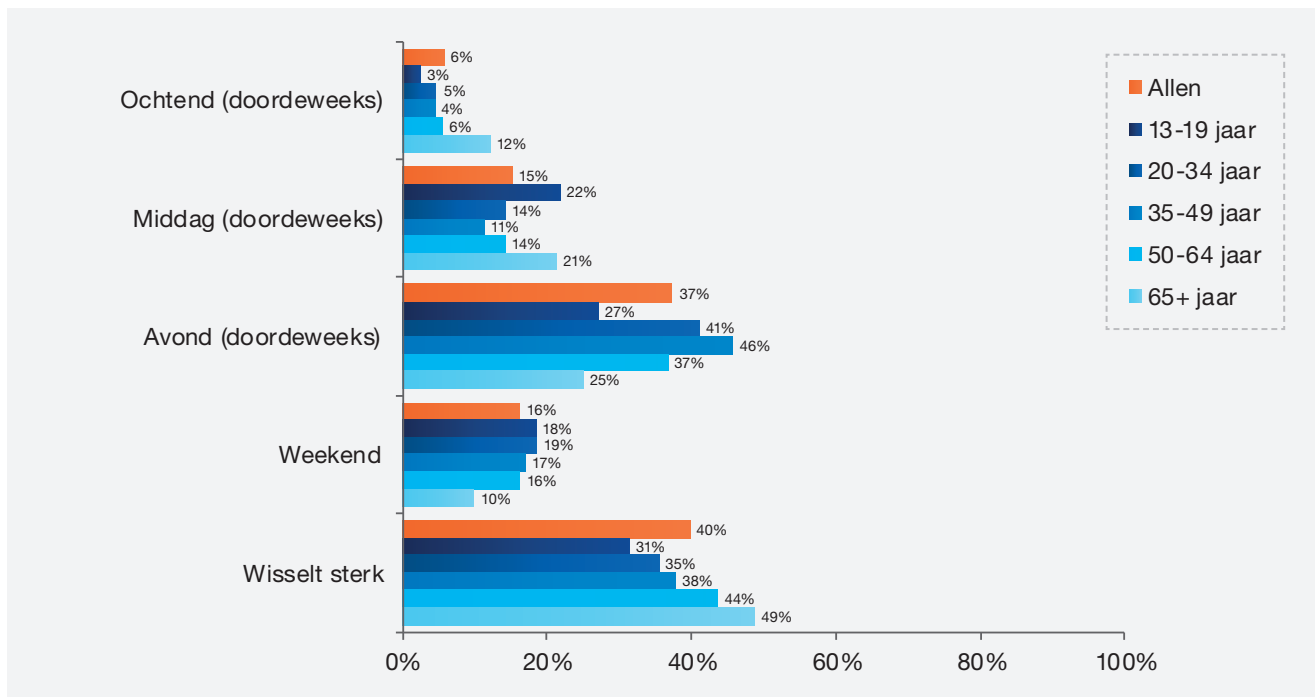
Bijna een kwart van de populatie leest zowel papieren als digitale folders, 61% leest alleen papieren folders.



Folders worden vooral op sterk wisselende momenten gelezen of 's avonds.



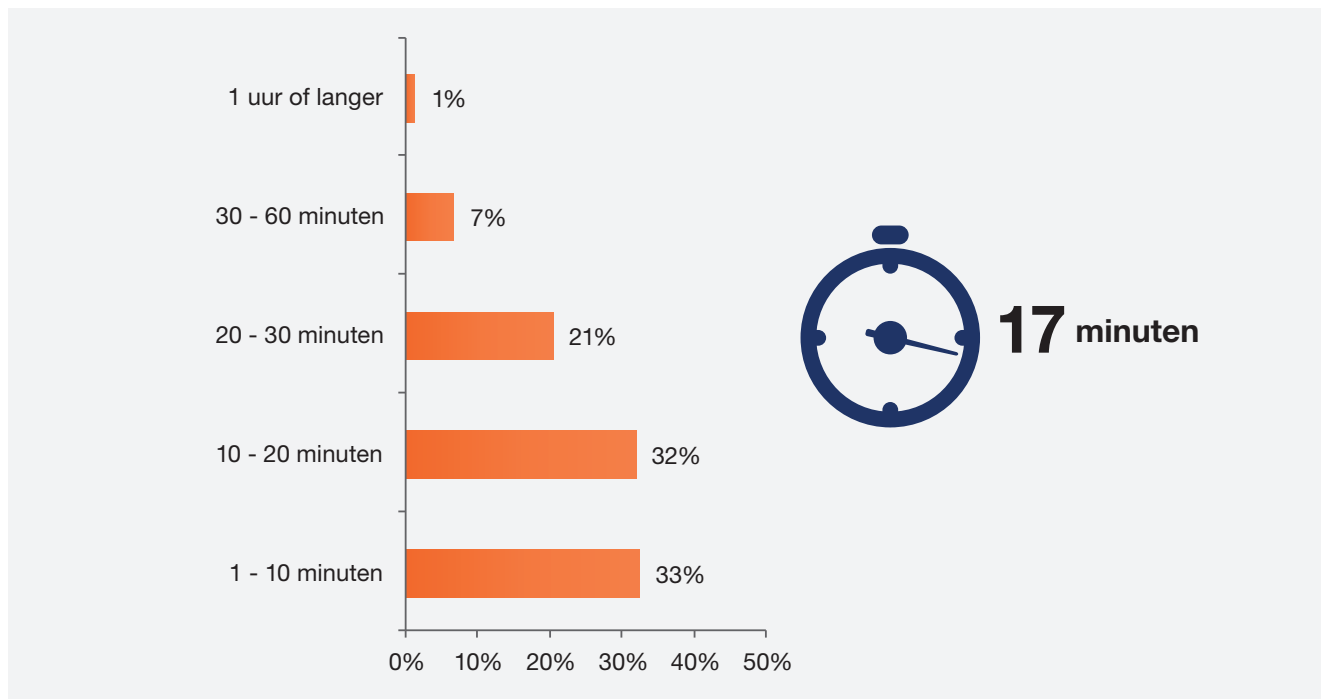
Het leesmoment van folders uitgesplitst naar leeftijd.



Op welk moment bekijkt u de folders meestal?

Basis: allen

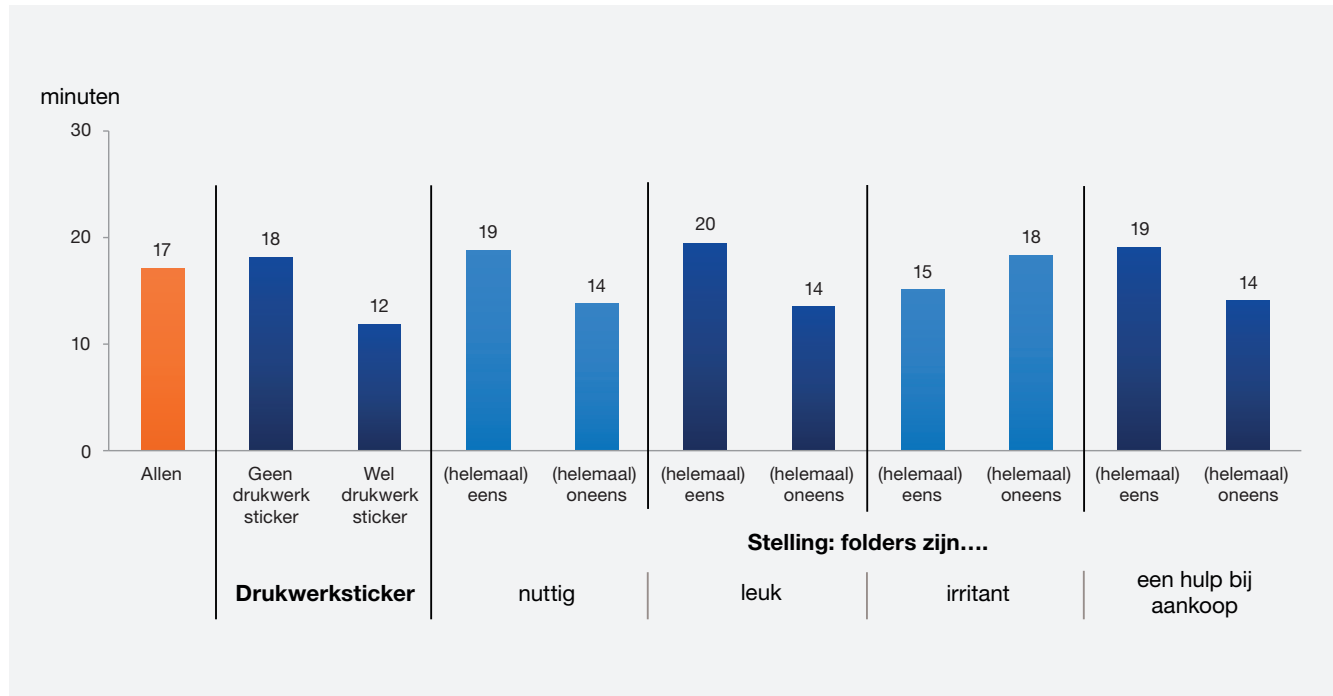
Gemiddeld besteedt men 17 minuten per week aan het lezen van folders.



Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

Basis: allen

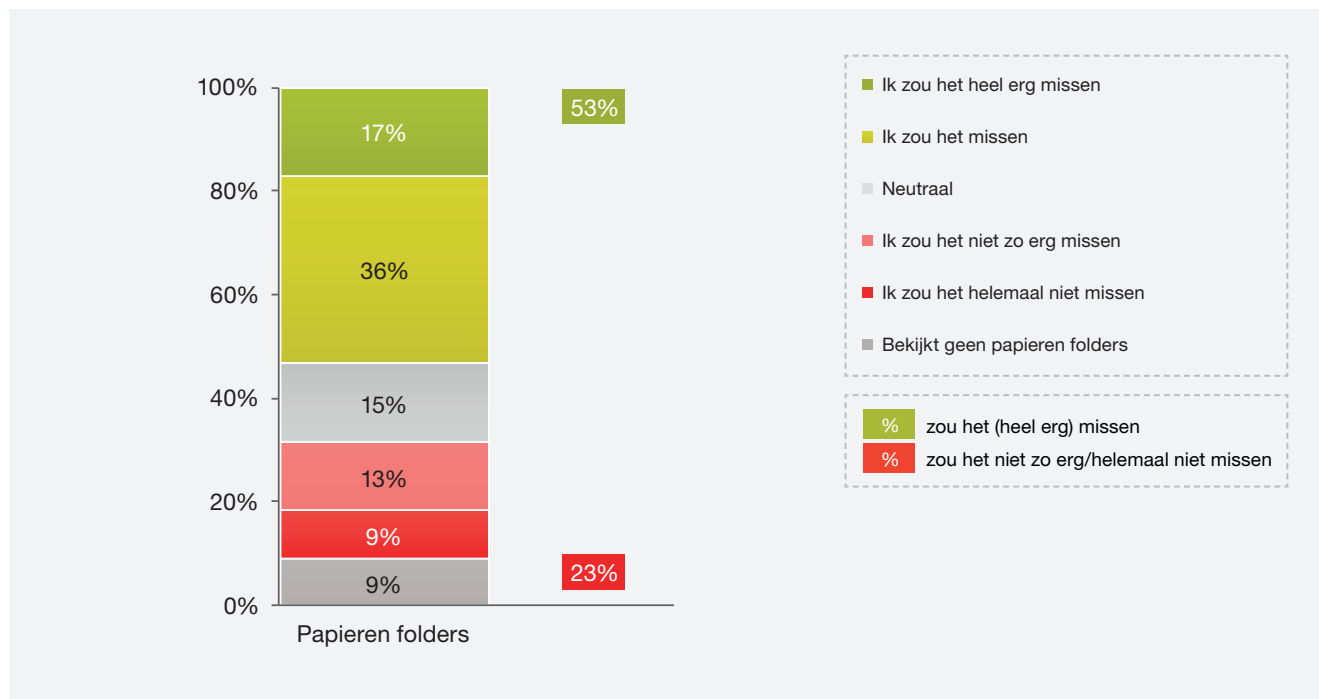
Mensen die folders leuk en nuttig vinden, lezen langer in de folder.



Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

Basis: allen

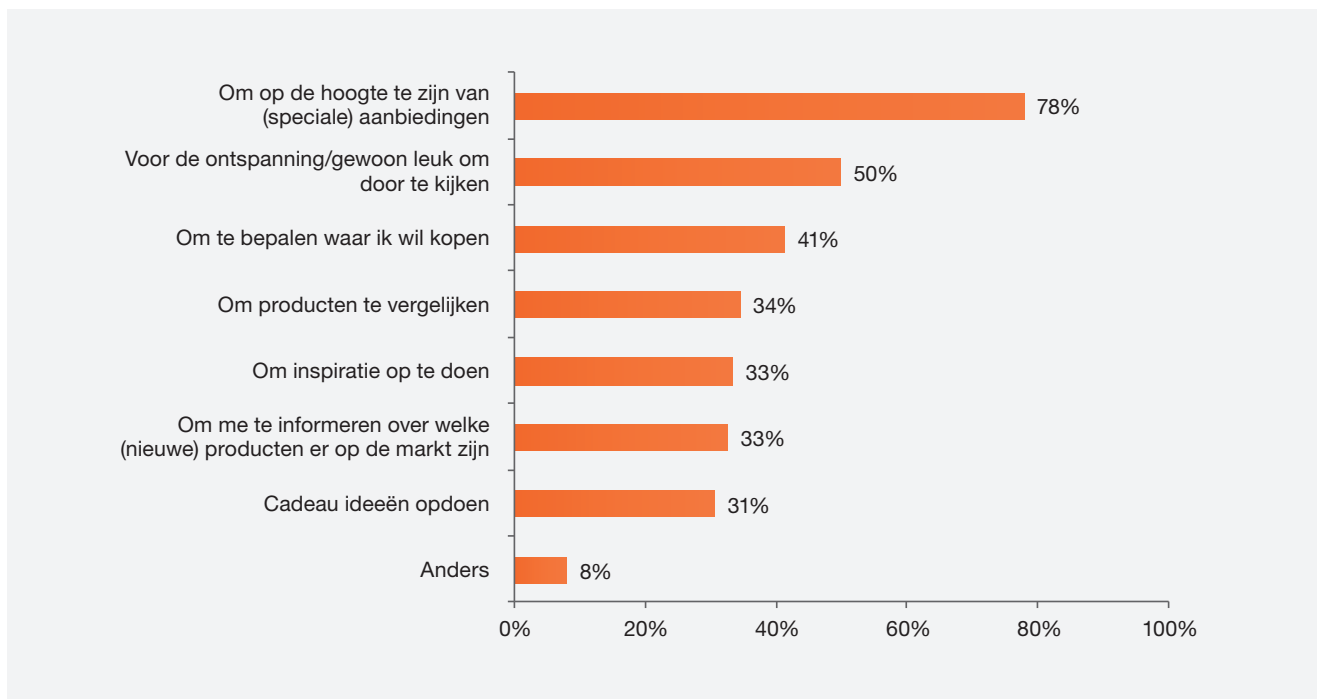
De helft van de Nederlanders zou de folder missen als deze niet meer verschijnt.



In hoeverre zou u het missen als er geen papieren folders meer zouden verschijnen?

Basis: allen

Aanbiedingen bekijken blijft het belangrijkste voor de folderlezer.



Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om folders te bekijken/in te zien?

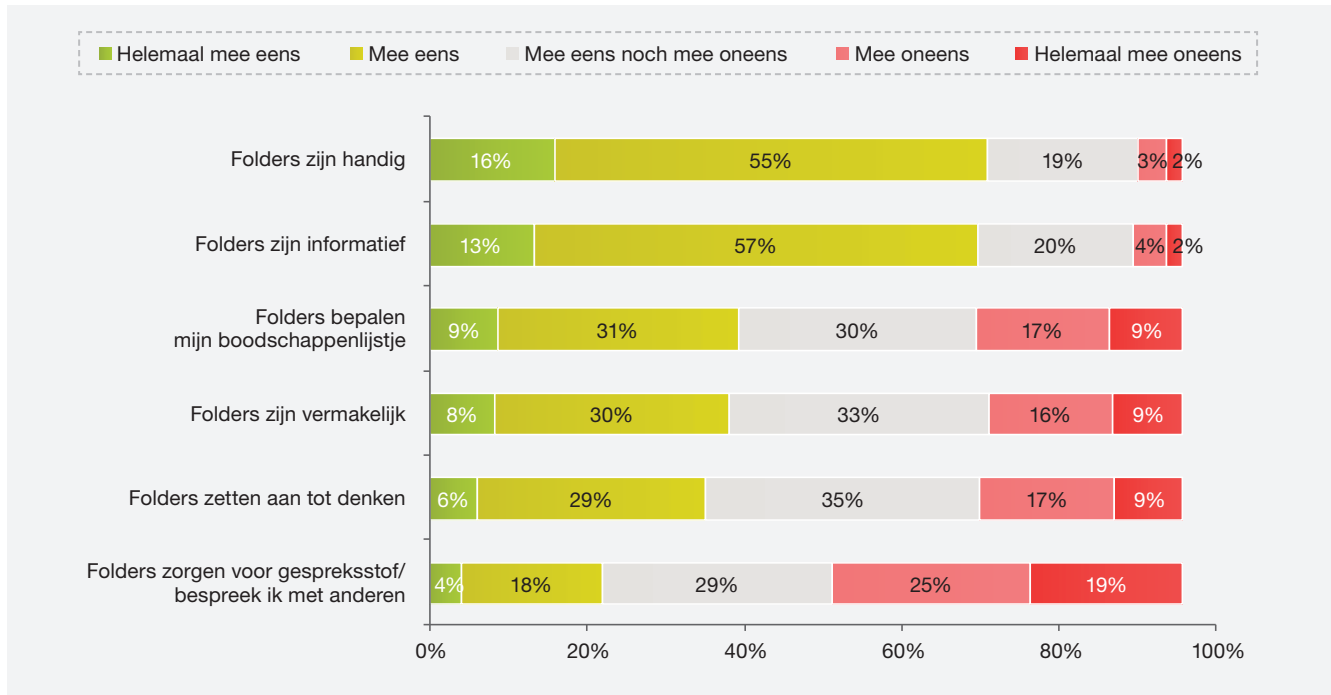
Basis: allen

Gemiddeld krijgen folders het rapportcijfer 6,9.

Allen	6,9	
Geslacht	Man	Vrouw
	6,6	7,1
Drukwerksticker	Geen	Wel
	7,0	6,0

Als u de folders die u leest zou moeten waarderen door middel van een rapportcijfer, welk cijfer zou u dan geven?

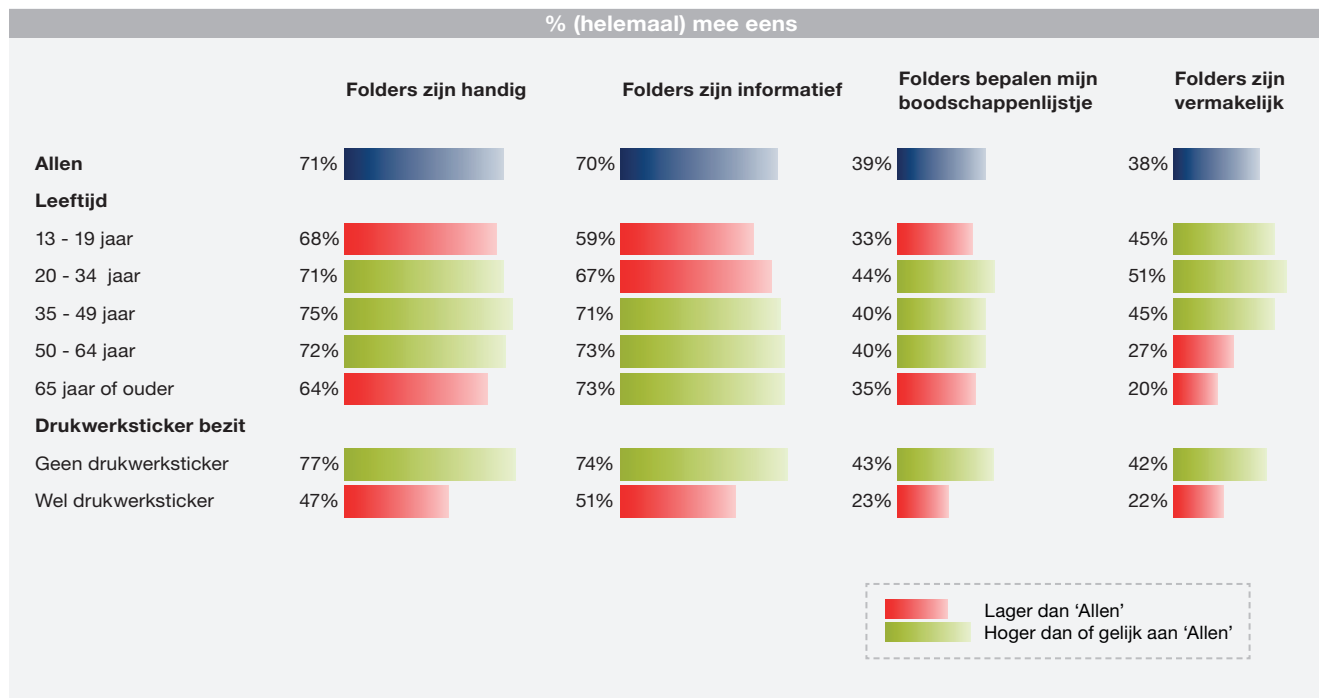
Folders zijn vooral handig en informatief.



Wilt u voor elke stelling aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de betreffende uitspraak?

Basis: allen

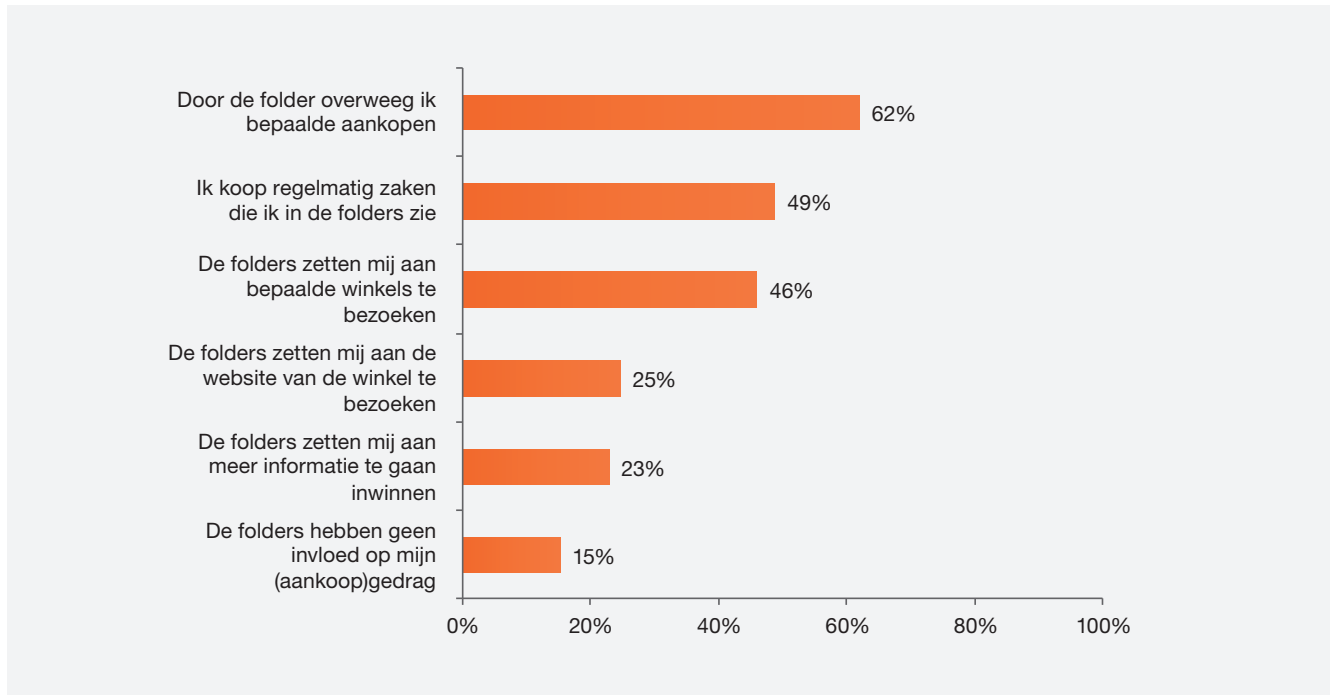
De houding ten opzichte van folders verschilt naar leeftijd.



Wilt u voor elke stelling aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de betreffende uitspraak?

Basis: allen

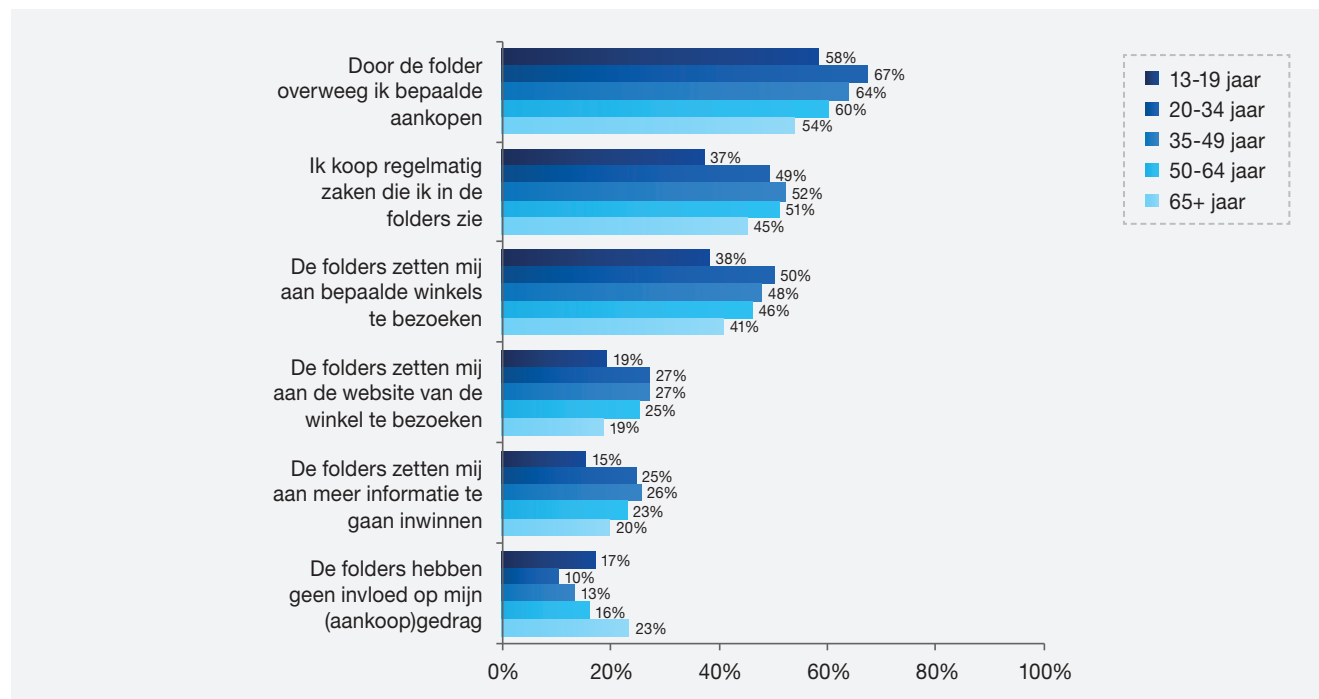
Folders zetten mensen aan tot kopen en winkelbezoek.



Wat doet u na het lezen/inzien van folders?

Basis: allen

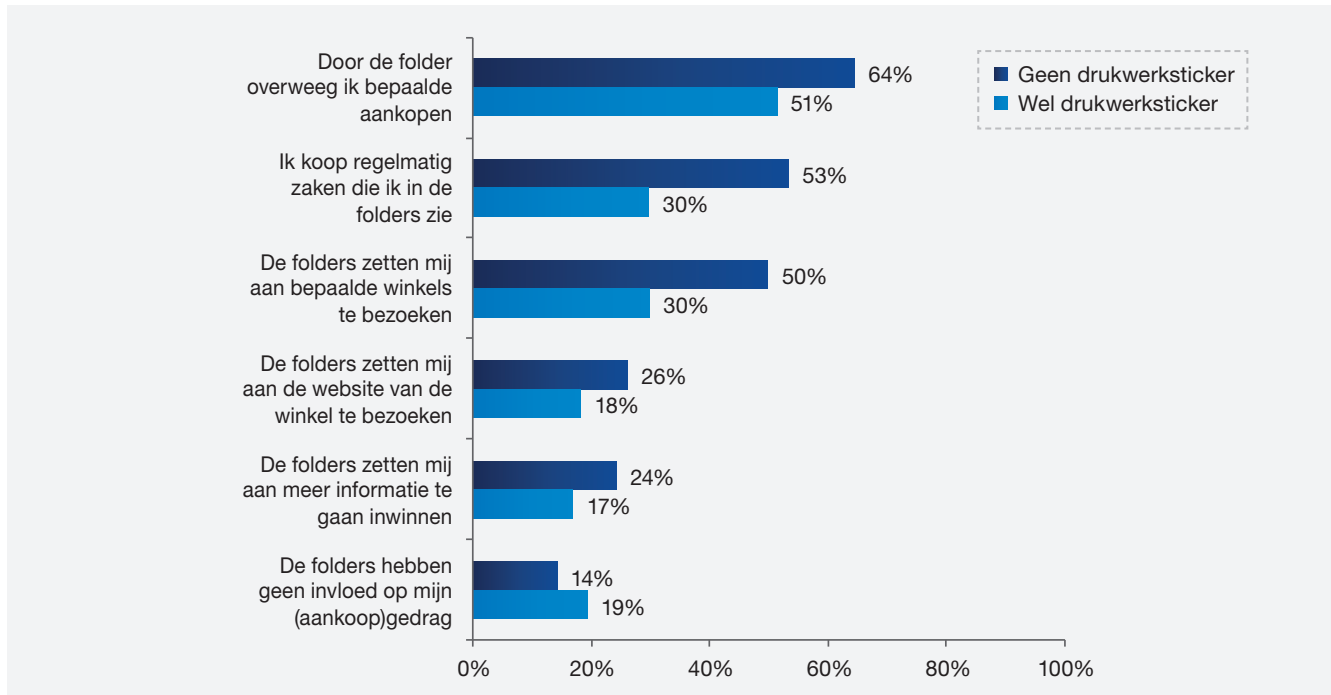
Folders zetten mensen aan tot kopen en winkelbezoek.



Wat doet u na het lezen/inzien van folders?

Basis: allen

Folders zetten mensen aan tot kopen en winkelbezoek.



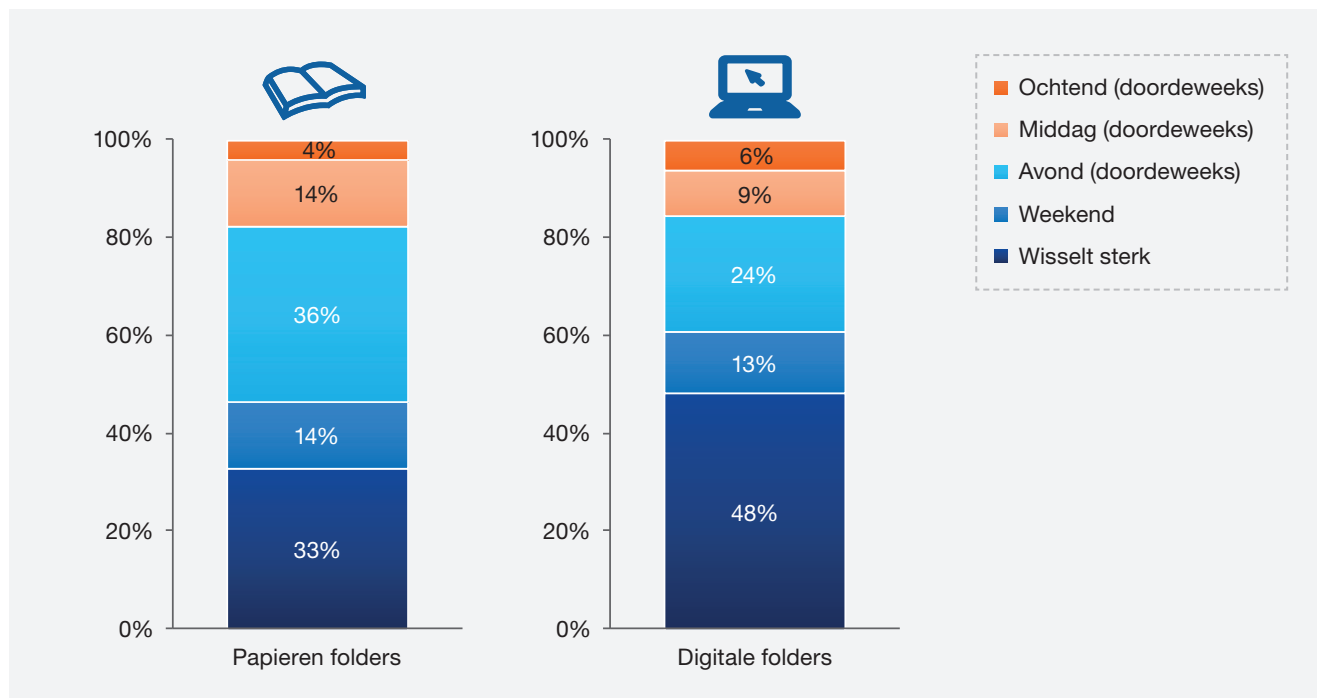
Wat doet u na het lezen/inzien van folders?

Basis: allen

3 Resultaten

3.2 Gebruik van papieren en digitale folders

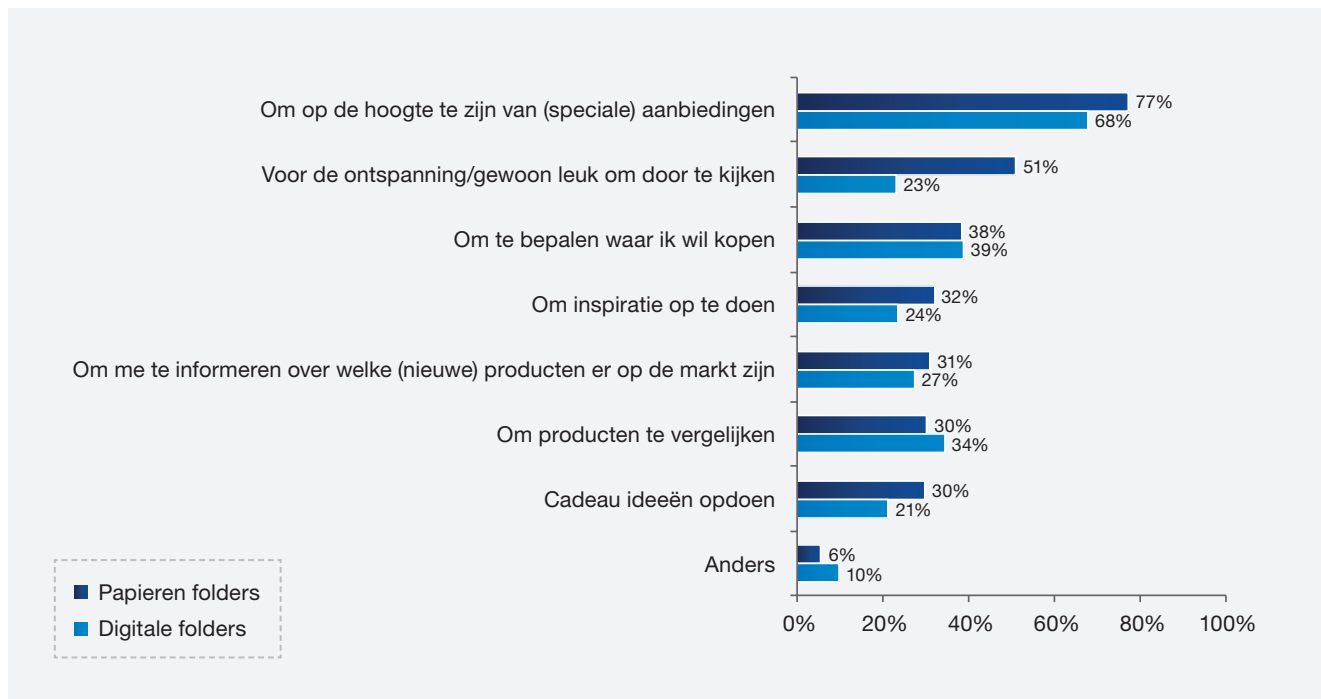
Papieren folders worden vooral 's avonds bekeken, het moment van inkijken van digitale folders wisselt sterk.



Op welk moment bekijkt u de folders meestal?

Selectie: bekijkt wel eens papieren folders/digitale folders

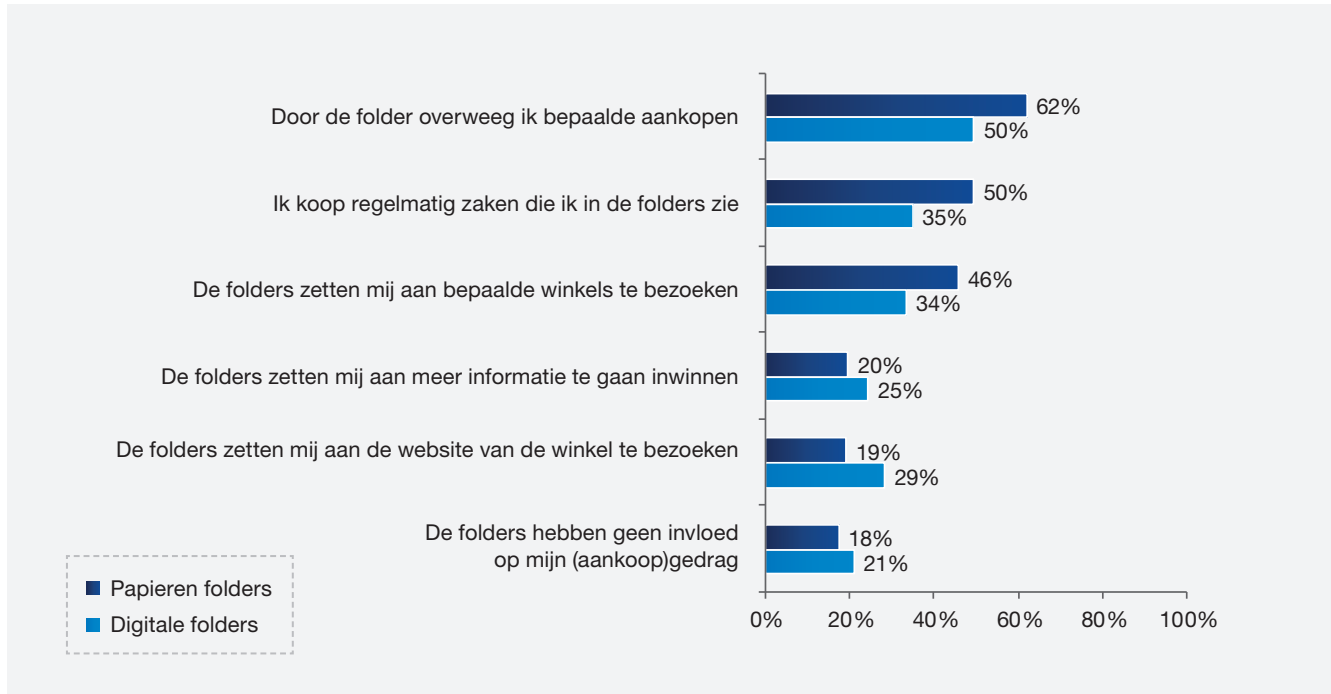
Papieren folders worden vaker ter ontspanning gelezen,
digitaal wordt vaker gebruikt om producten te vergelijken.



Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om folders te bekijken/in te zien?

Selectie: bekijkt wel eens papieren folders/digitale folders

Er wordt meer actie ondernomen naar aanleiding van het inzien van papieren folders, het bekijken van digitale folders leidt vaak tot het bezoeken van de website.



Wat doet u na het lezen/inzien van folders?

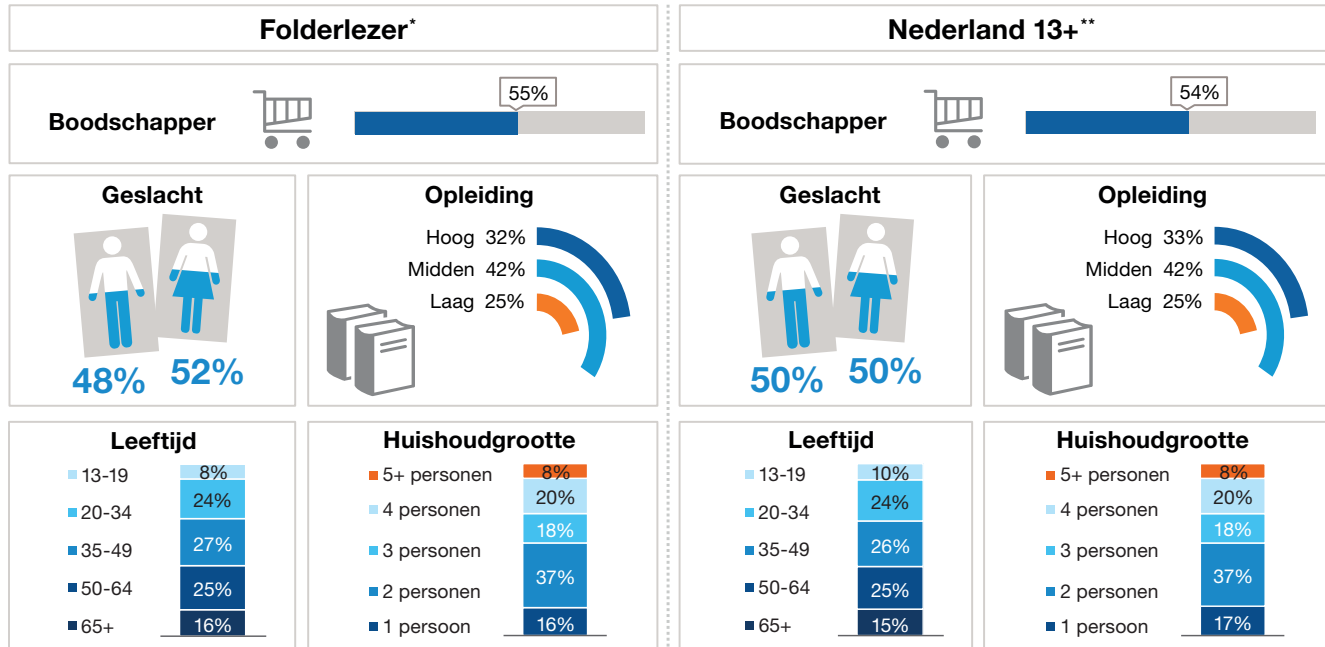
Selectie: kijkt wel eens papieren folders/digitale folders

3

Resultaten

3.3 Wie is de folderlezer

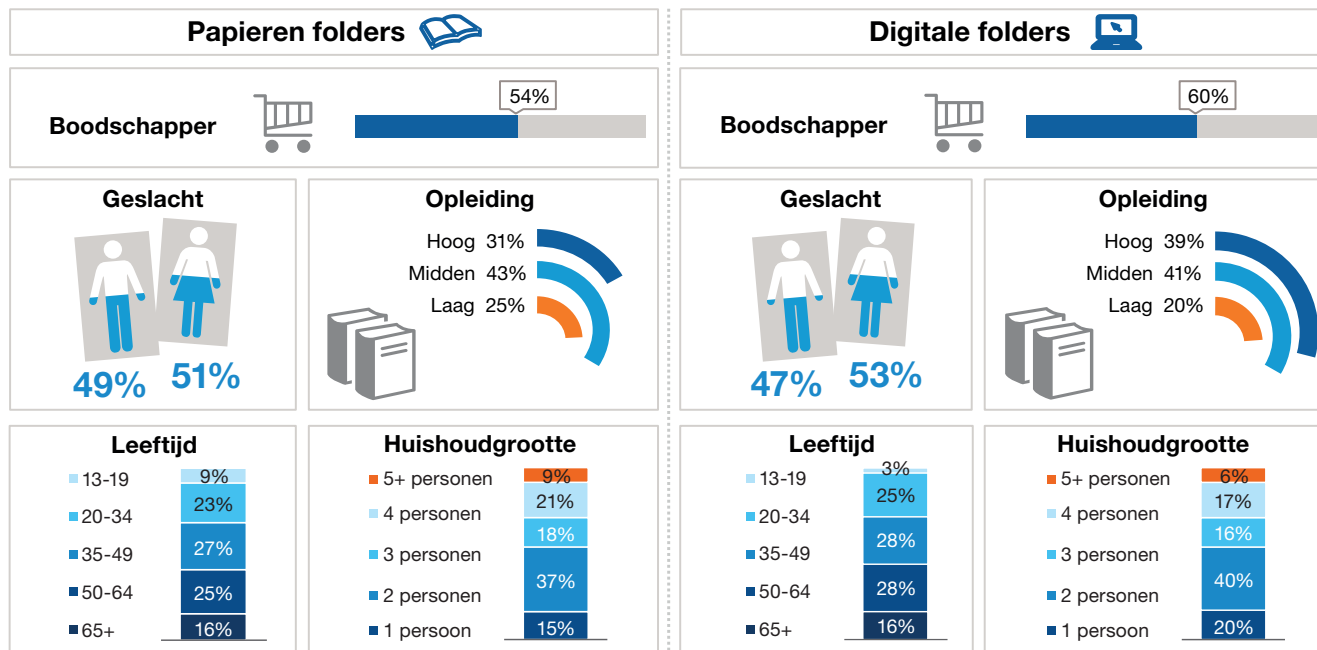
Profielschets: Folderlezer en Nederland 13+.



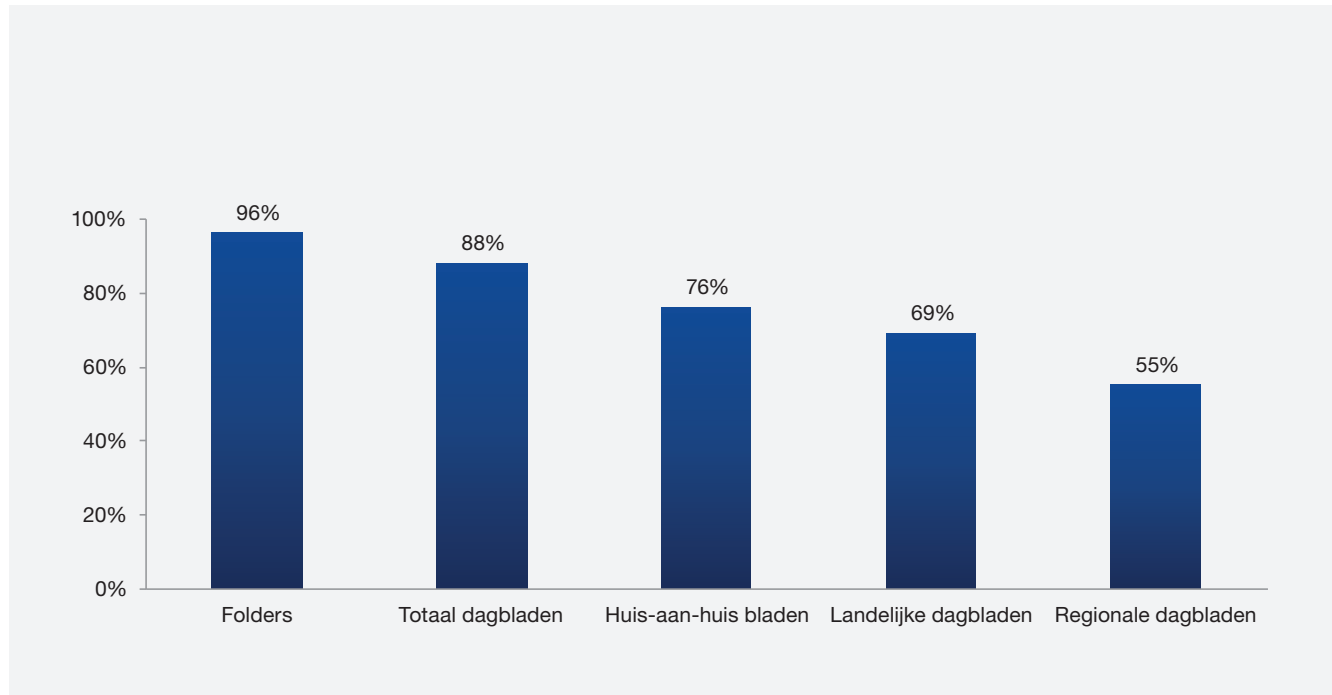
* Basis: netto bereik

** Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

De lezers van papieren folders en van digitale folders verschillen nauwelijks van elkaar.



Totaalbereik vergeleken met dagbladen en huis-aan-huis-bladen.



Totaalbereik: Alle personen die in de afgelopen 12 maanden (minstens één keer) het mediumtype hebben gelezen of ingezien

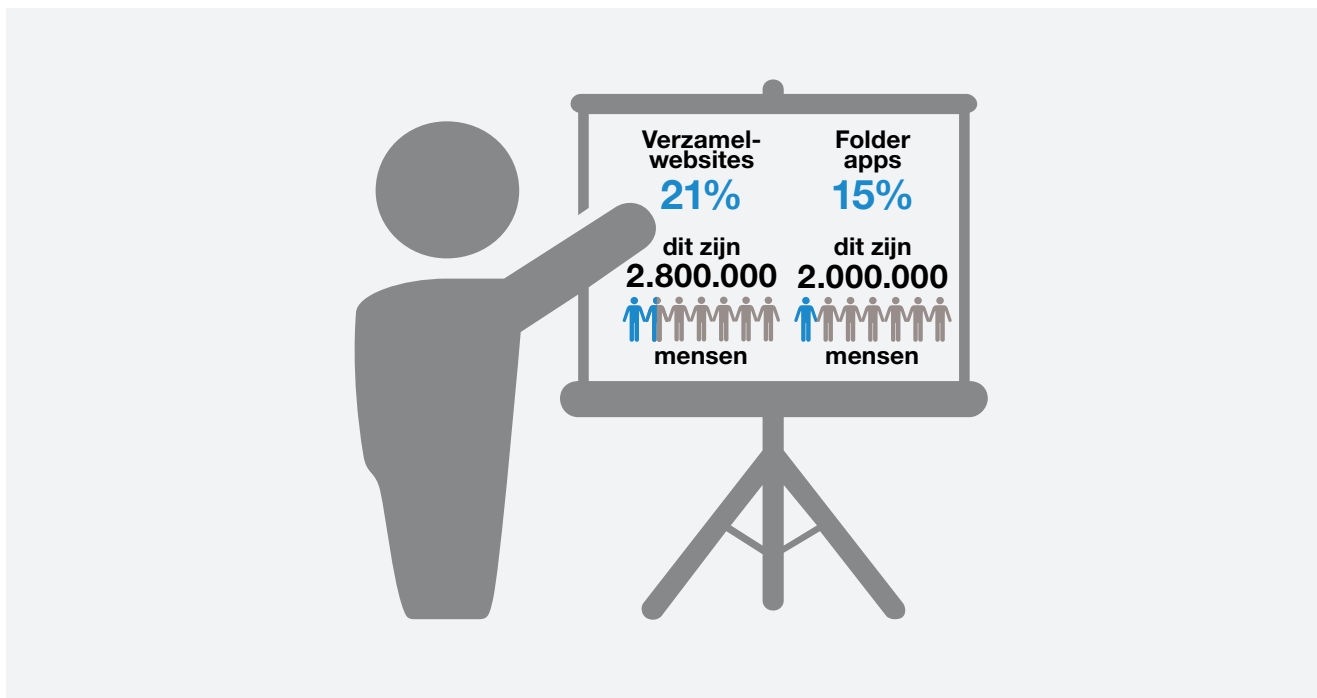
Bron totaalbereik dagbladen en huis-aan-huisbladen: NPM 2014-I/2014-II

3

Resultaten

3.4 Verzamelwebsites en folder apps

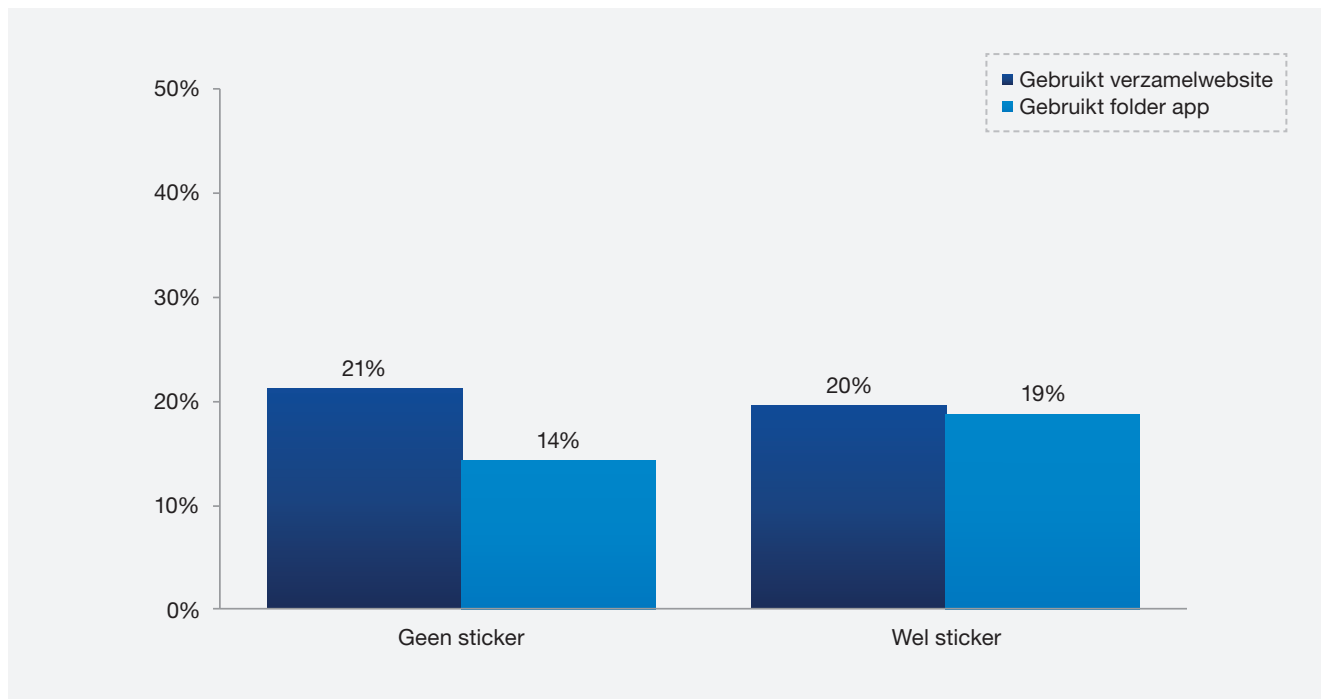
2 miljoen mensen gebruiken een folder app, 400.000 meer dan vorig jaar. Verzamelwebsites worden door 2,8 miljoen mensen bezocht.



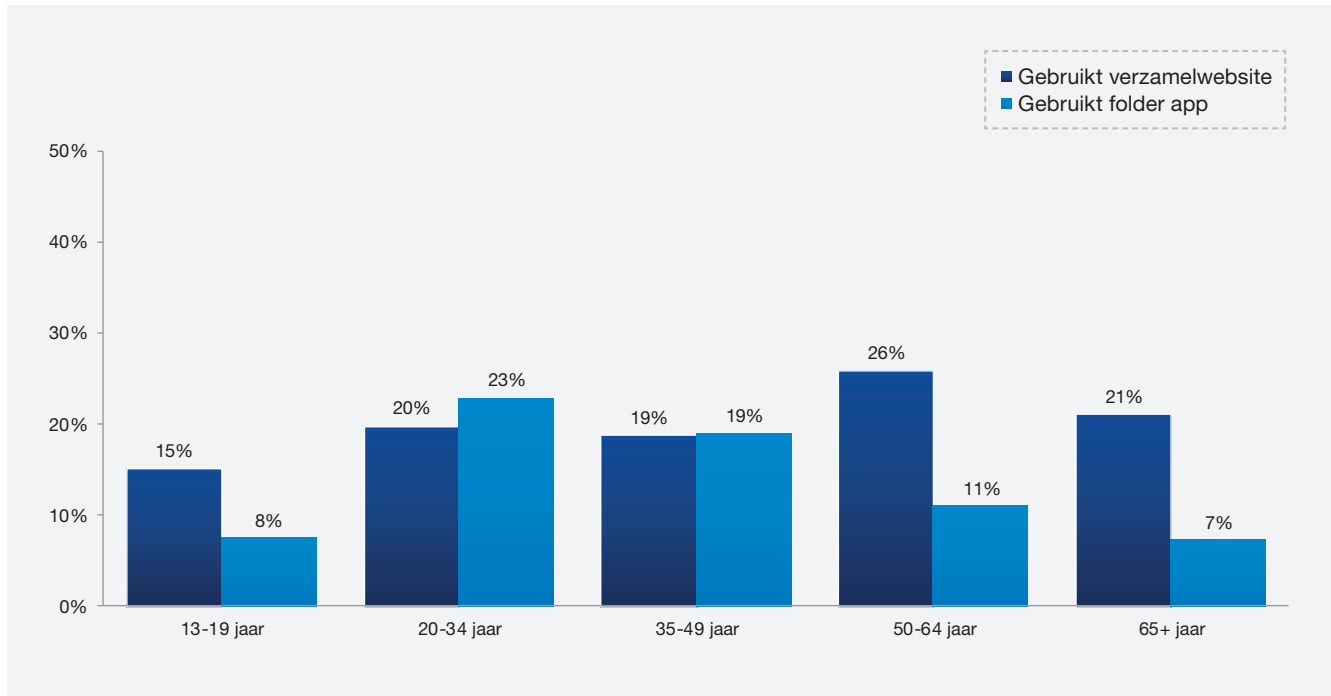
* Basis: netto bereik

** Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

Gebruik website/app naar stickerbezit.

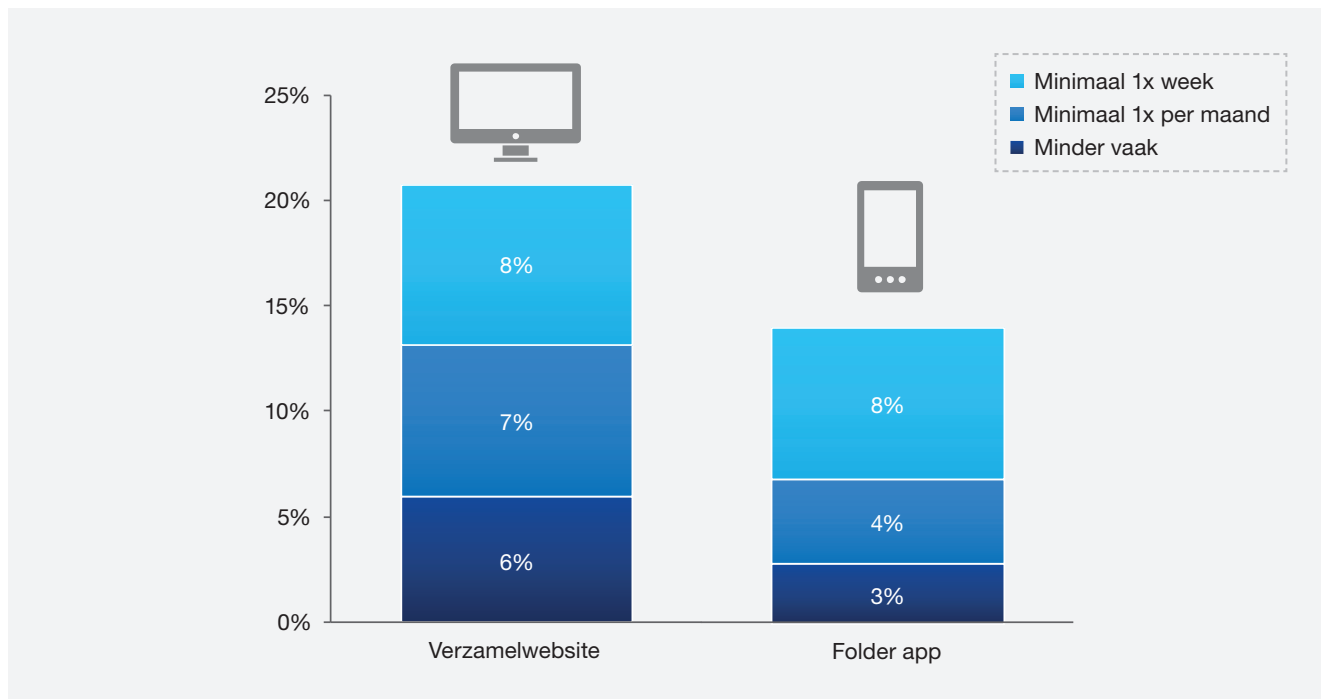


Folder apps worden vooral door 20-49 jarigen gebruikt,
verzamelwebsites vooral door 50-plussers.



Heeft u in de afgelopen 12 maanden zo'n website met verschillende folders bezocht en/of app gebruikt waarop verschillende folders zijn te bekijken?

Zowel de folder app als de verzamelwebsite wordt wekelijks door 1 miljoen mensen gebruikt.



Hoe vaak bezoekt/gebruikt u deze website(s)/app(s) gewoonlijk?



3

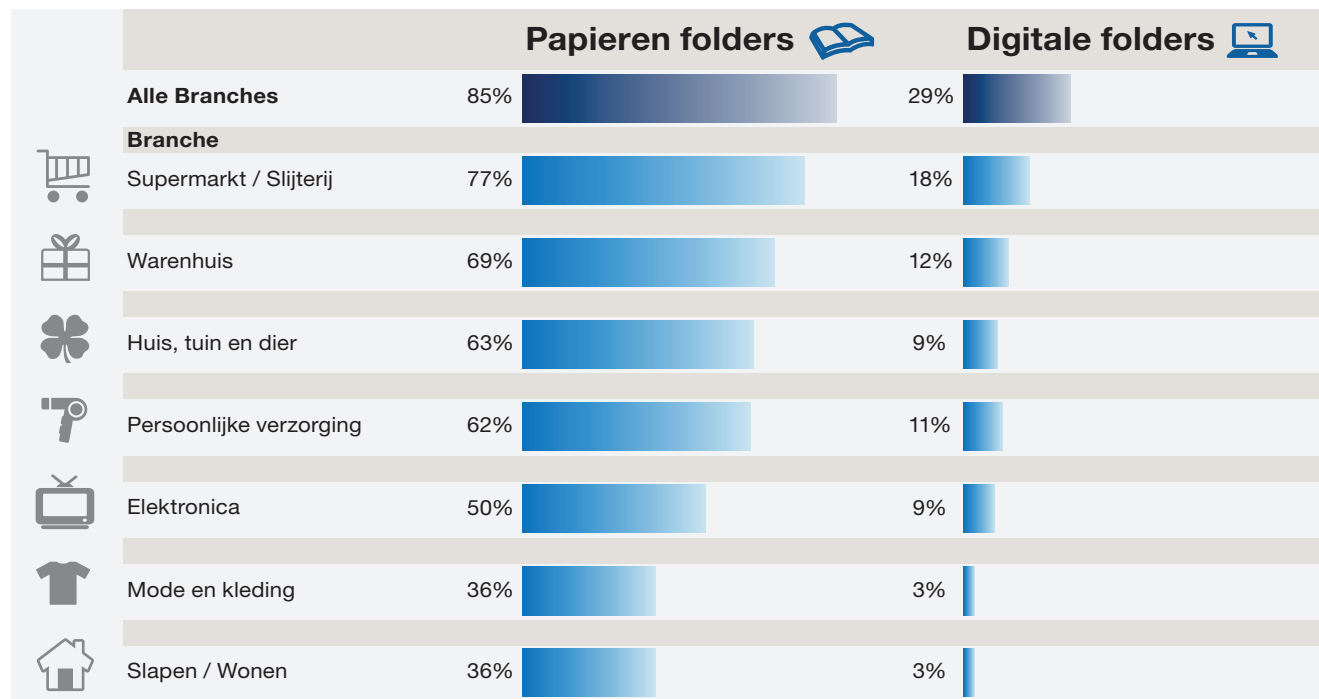
Resultaten

3.5 Branchebereik folders

De lijst van gemeten folders is gewijzigd in de NOM Folder Monitor 2015. Het branchebereik is niet gebaseerd op dezelfde folders als het branchebereik uit de NOM Folder Monitor 2015 en daarom ook niet vergelijkbaar.

Een lijst met de gemeten titels in de NOM Folder Monitor 2015 vindt u achter in deze brochure.

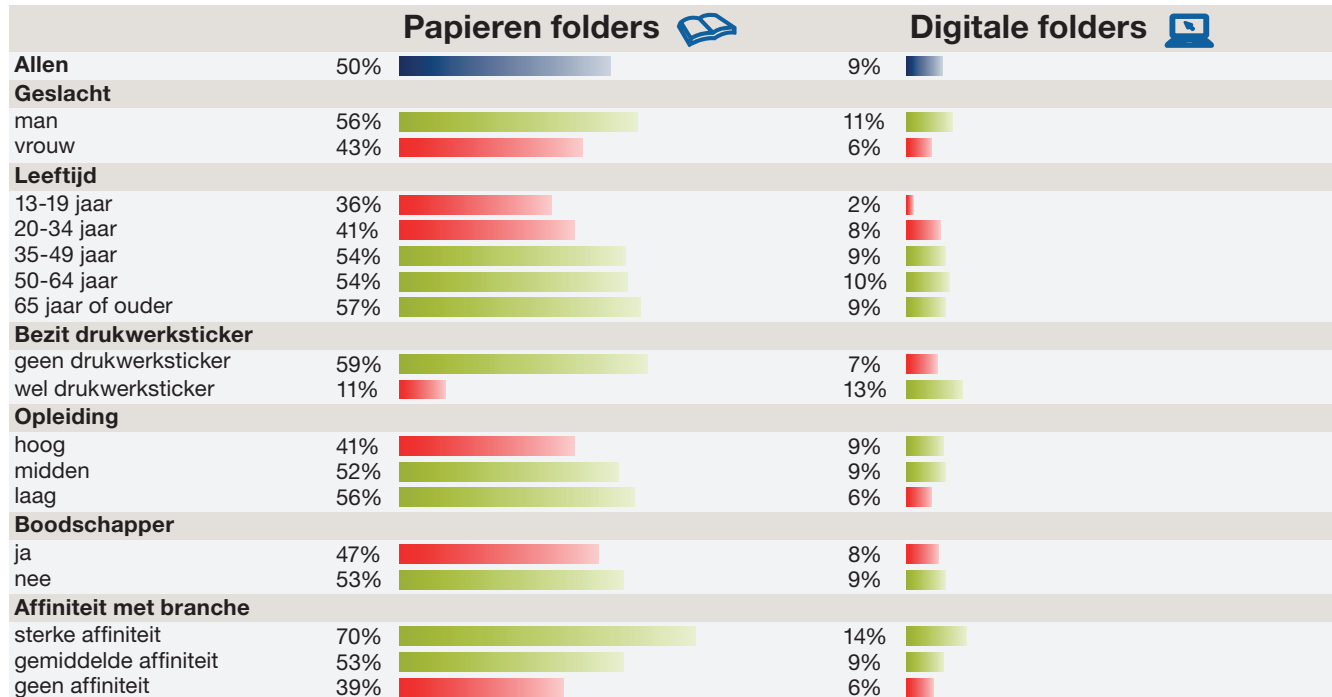
Netto bereik folders per branche*.



*Percentage van de populatie dat minimaal één folder uit de branche leest

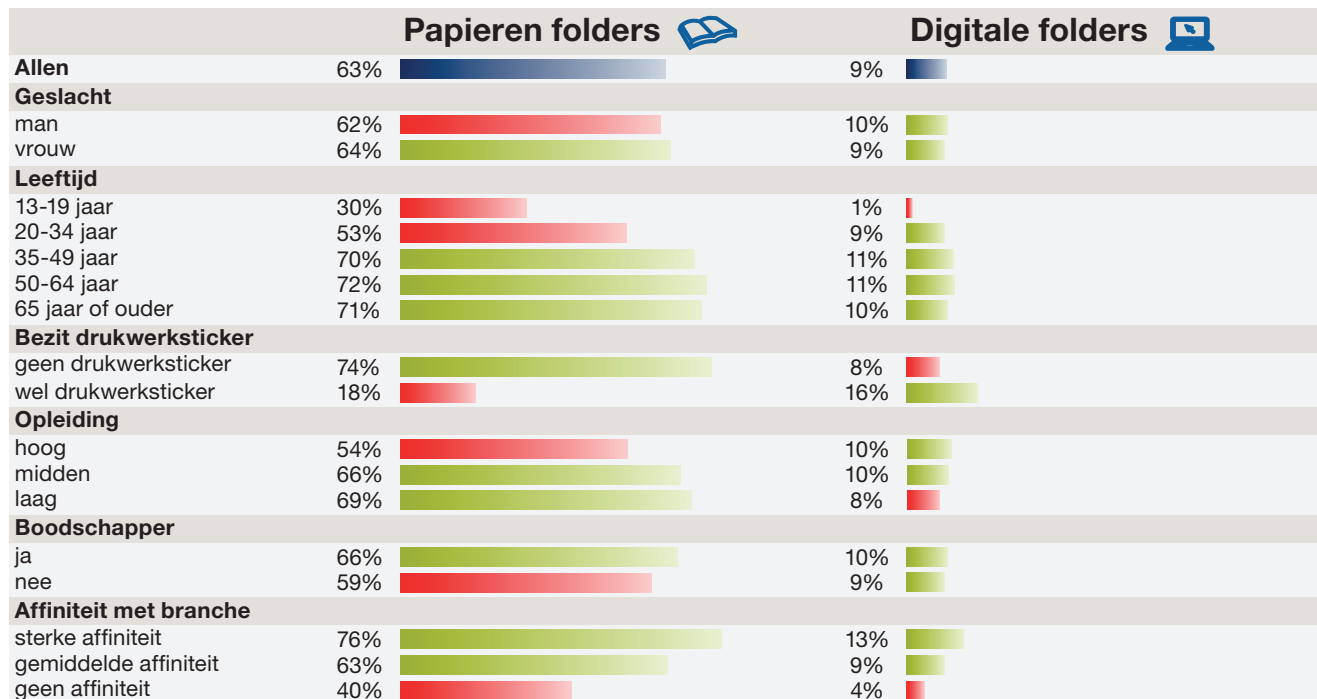




Netto bereik folders uit de branche **Elektronica**.





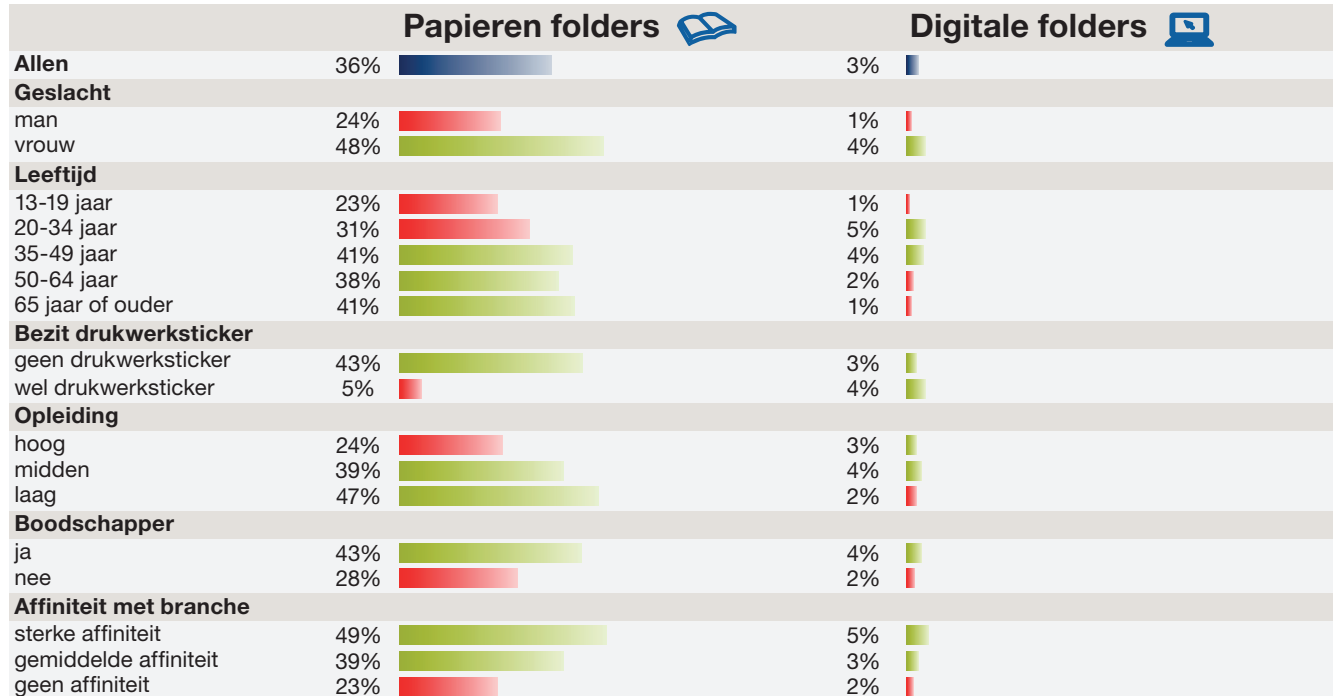
Netto bereik folders uit de branche **Huis, tuin en dier**.





 Lager dan 'Allen'
 Hoger dan of gelijk aan 'Allen'



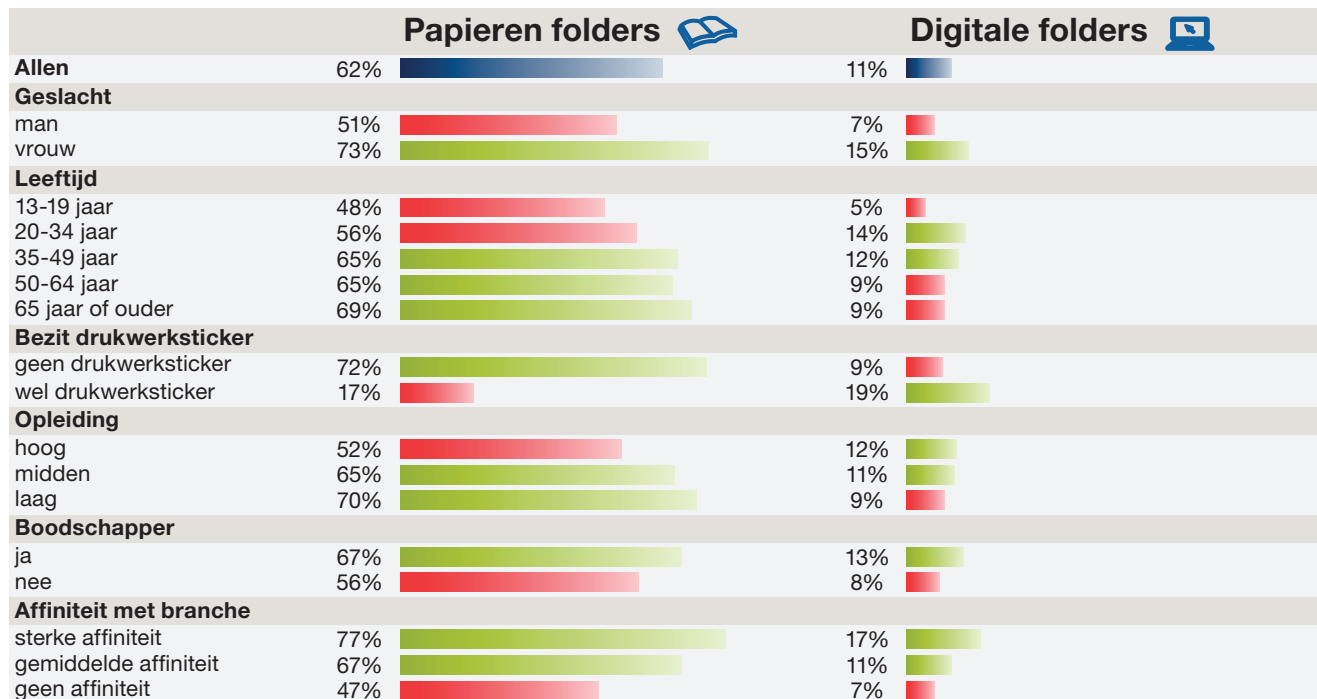
Netto bereik folders uit de branche **Mode en kleding**.





 Lager dan 'Allen'
 Hoger dan of gelijk aan 'Allen'



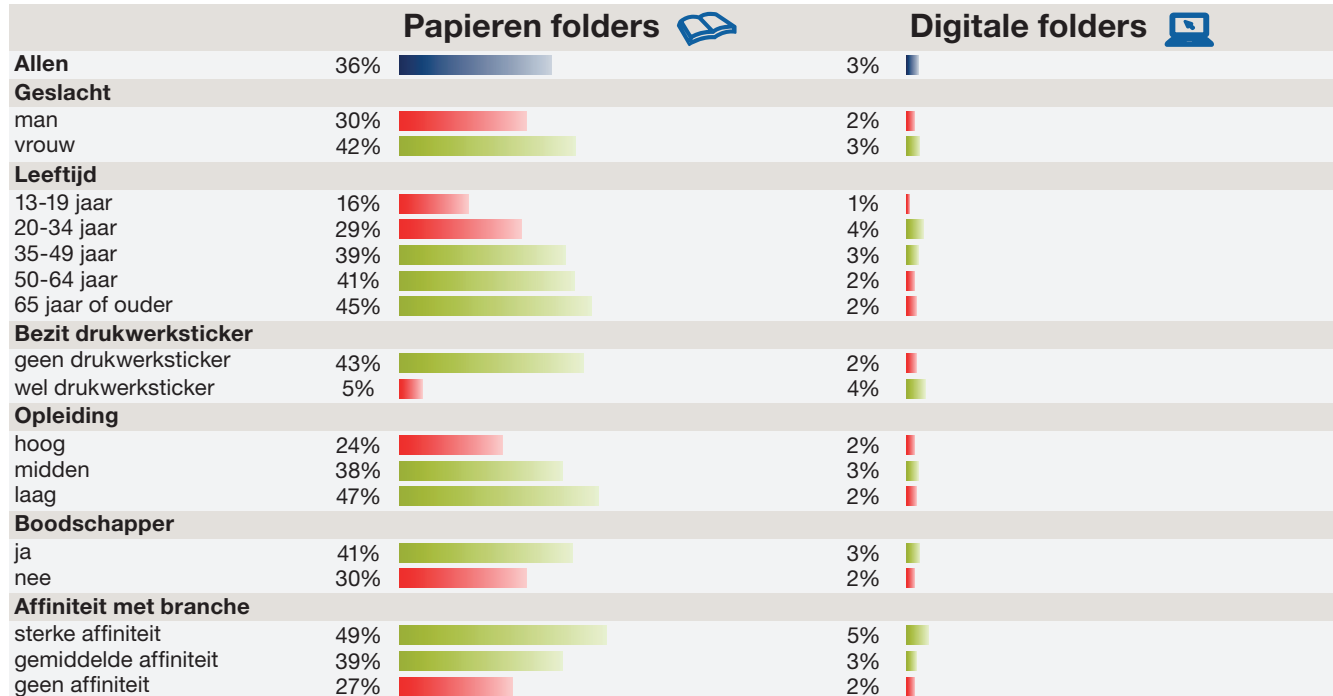
Netto bereik folders uit de branche **Persoonlijke verzorging**.





 Lager dan 'Allen'
 Hoger dan of gelijk aan 'Allen'



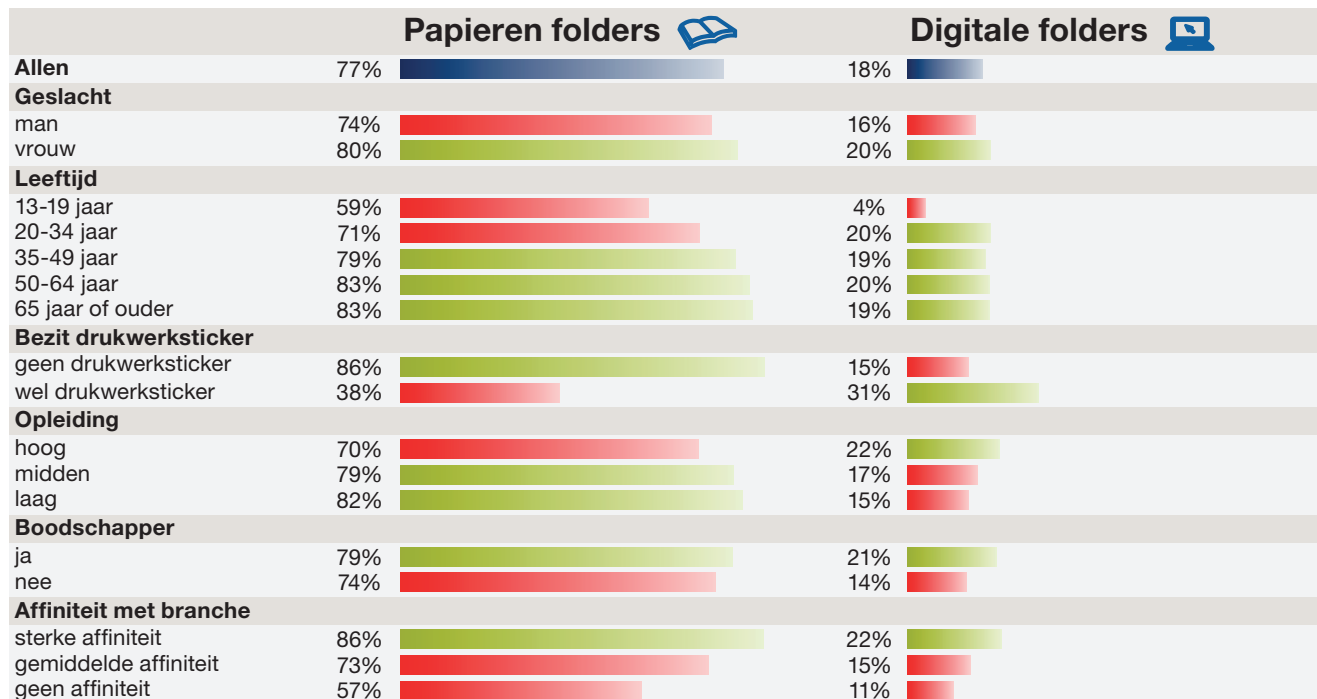
Netto bereik folders uit de branche **Slapen/Wonen**.





 Lager dan 'Allen'
 Hoger dan of gelijk aan 'Allen'



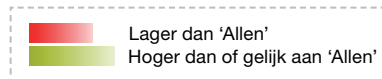
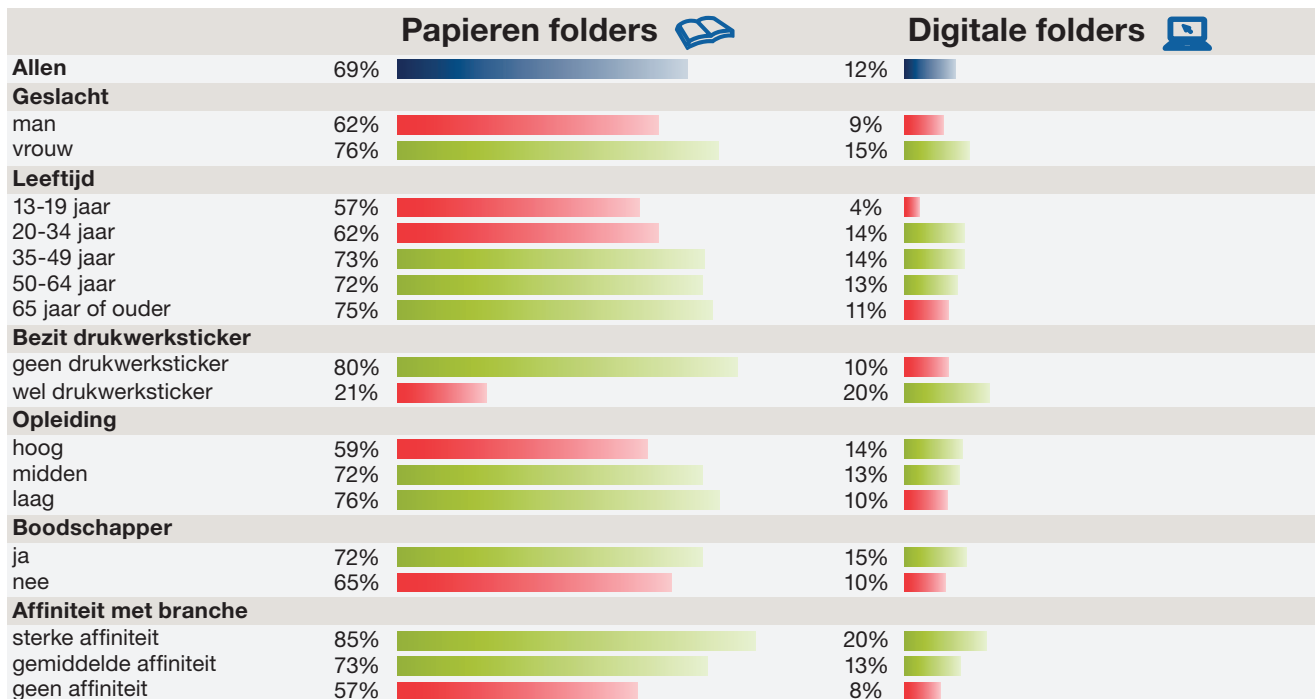
Netto bereik folders uit de branche **Supermarkt/Slijterij**.



 Lager dan 'Allen'
 Hoger dan of gelijk aan 'Allen'



Netto bereik folders uit de branche **Warenhuis**.



Begrippen en definities

Totaalbereik alle folders: Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer folders hebben bekeken of ingezien.

Totaalbereik folders in een branche: Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) minimaal één folder binnen de betreffende branche hebben bekeken of ingezien.

Netto bereik alle folders: Alle personen die een gemiddeld nummer van minimaal één folder hebben bekeken of ingezien.

Netto bereik folders in een branche: Alle personen die een gemiddeld nummer van minimaal één folder binnen een branche hebben bekeken of ingezien.

Exclusief bereik papieren folders: Alle personen die uitsluitend papieren folders bekijken of inzien.

Exclusief bereik digitale folders: Alle personen die uitsluitend digitale folders bekijken of inzien.

Verzamelwebsites folders / folder apps: Websites waar verschillende digitale folders bekeken kunnen worden en soortgelijke apps voor de smartphone of tablet. Bijvoorbeeld Reclamefolder.nl, Spotta.nl en Folderz.nl. Op deze websites/apps kan, naast de folders, ook informatie worden gevonden over openingstijden en locaties van winkels.

Boodschapper: De persoon in het huishouden die verantwoordelijk is voor het grootste deel van het huishoudelijk werk.

Overzicht gemeten folders

Titel	Branche	Titel	Branche
Beter Bed	Slapen/wonen	Blokker	Warenhuis
Leen Bakker	Slapen/wonen	Hema	Warenhuis
Prominent	Slapen/wonen	Kijkshop	Warenhuis
Seats and Sofas	Slapen/wonen	Xenos	Warenhuis
Woonsquare	Slapen/wonen	BCC	Elektronica
Albert Heijn	Supermarkt & Slijterijen	Expert	Elektronica
Aldi	Supermarkt & Slijterijen	KPN	Elektronica
C1000	Supermarkt & Slijterijen	Media Markt	Elektronica
Dirk	Supermarkt & Slijterijen	Paradigit	Elektronica
Gall&Gall	Supermarkt & Slijterijen	Bristol	Mode/kleding
JUMBO	Supermarkt & Slijterijen	terStal	Mode/kleding
Lidl	Supermarkt & Slijterijen	Wibra	Mode/kleding
De Tuinen	Persoonlijke verzorging	Formido	Huis, tuin en dier
Etos	Persoonlijke verzorging	Gamma	Huis, tuin en dier
Ici Paris XL	Persoonlijke verzorging	Intratuin	Huis, tuin en dier
Kruidvat	Persoonlijke verzorging	Karwei	Huis, tuin en dier
Trekpleister	Persoonlijke verzorging	Pets Place	Huis, tuin en dier
V&D	Warenhuis	Praxis	Huis, tuin en dier
Bart Smit	Warenhuis		

**Vrijwel heel Nederland leest folders.
En dat niet alleen: meer dan 80%
komt in actie na het lezen van een
papieren folder.**

Een folder wérkt. Zowel digitaal als – vooral – op papier. Supermarkten, warenhuizen en andere retailers plukken daar al jaren de vruchten van. De NOM Folder Monitor 2015 laat – onafhankelijk en objectief – zien dat ook andere branches er hun voordeel mee kunnen doen.

