

## **Persbericht**

### **Papieren en digitale folder versterken elkaar**

*Opmars digitale folder houdt bereik op peil*

**Den Haag, 18 mei 2017 – 13 miljoen Nederlanders lezen wel eens reclamefolders. Daarmee blijft de folder onverminderd populair. Wel zien we een verschuiving. Het aantal digitale folderlezers stijgt; 7% (+2%) leest alleen digitale folders en 34% (+3%) zowel papier als digitaal. Deze stijging gaat echter nauwelijks ten koste van de papieren folder. Nog steeds leest 55% van de Nederlanders alleen een papieren folder. Daarmee blijft het totale folderbereik op peil. Dit blijkt uit de NOM Folder Monitor 2017, uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK, in opdracht van DDMA Businessgroep Verspreidingen, onder auspiciën van het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM).**

### **Inspiratie en cadeau ideeën belangrijke drijfveren**

Het op de hoogte zijn van aanbiedingen en het bepalen waar te kopen zijn vaak genoemde redenen om fysieke en digitale folders te bekijken. Opvallend is dat het opdoen van inspiratie en cadeau ideeën steeds belangrijker wordt gevonden. Het onderzoek toont ook een opmerkelijk verschil: de papieren folder wordt in hoge mate ter ontspanning gelezen; “folders zijn leuk”, terwijl de digitale folder meer gebruikt wordt om producten te vergelijken en informatie over producten op te zoeken. De beide foldertypen hebben een andere functie en versterken elkaar hiermee.

### **Krachtig medium dat aanzet tot actie**

De onderzoeksresultaten laten zien dat met 41% de folder het belangrijkste medium is voor hulp bij aankoopbeslissingen. Bij 43% van de huishoudens bepalen folders het boodschappenlijstje, de helft van alle folderlezers koopt regelmatig een product uit een folder. De fysieke en digitale folder is daarmee een krachtig (communicatie)middel dat aanzet tot actie.

### **Reden stickers plakken verandert**

Stephan van den Eijnden, Voorzitter DDMA Businessgroep Verspreidingen: “Het onderzoek laat zien dat de rol van de folder stevig verankerd is. Het huidige systeem met NEE/JA- en NEE/NEE sticker werkt, al verandert de reden waarom mensen deze stickers plakken. Zo blijkt dat alternatieven (zoals digitale folders) belangrijker worden. Recente initiatieven die de individuele keuzes binnen het folderpakket mogelijk maken, blijken ook een nieuwe doelgroep aan te boren; het Nederlandse huishouden met sticker dat toch graag een pakket met papieren folders naar keuze ontvangt.”

### **Uitgebreid en representatiever onderzoek**

Directeur Irena Petric van de NOM: “In de afgelopen drie jaar heeft de NOM Folder Monitor zijn bestaansrecht aangetoond: dit enige onafhankelijke onderzoek naar bereik en effect van folders wordt door zowel mediabureaus als verspreiders en adverteerders veel gebruikt. Voor NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia) was dat de reden om opnieuw in te gaan op het verzoek van DDMA Businessgroep Verspreidingen om dit onderzoek ook in 2017 technisch te begeleiden. Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau GfK. We zijn blij dat de 2017 editie van de NOM Folder Monitor aanzienlijk is uitgebreid: er worden veel meer folders (merken) gemeten dan in de vorige edities. Daarmee kan het onderzoek uitspraken doen over het gebruik van een groter deel van de markt dan voorheen. De resultaten van de NOM Folder Monitor zijn representatief voor de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder met toegang tot internet, folderlezers én niet-folderlezers. 6.616 respondenten hebben de vragenlijst dit jaar ingevuld.”

### **DDMA Businessgroep Verspreidingen**

De leden van de DDMA Businessgroep Verspreidingen zetten zich in voor een verdere professionalisering van de distributienetwerken. Tevens genereert de groep volumecijfers en promoot zij huis-aan-huis folders/ongeadresseerd reclamedrukwerk als effectief communicatiemedium. De leden zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor de zelfregulering in de vorm van de NEE-NEE en NEE-JA sticker voor op de brievenbus.

### **DDMA**

De brancheorganisatie voor marketing en data. Onze 275 leden halen en brengen bij ons kennis over het inzetten van data om relevant te kunnen communiceren met hun doelgroepen. Daarom organiseren wij met en voor hen netwerk- en kennisbijeenkomsten. Wij eisen van onze leden dat zij handelen binnen het kader van de wet en de [gedragscodes](#). Daarnaast spreken wij met de stakeholders in Den Haag en Brussel over de ontwikkeling van een duurzame data-economie.

### **Noot voor de redactie (niet voor publicatie)**

Bijgesloten infographic kan rechtenvrij gebruikt worden, met bronvermelding: NOM Folder Monitor 2017.

Een digitale versie van de NOM Folder Monitor 2017 is vanaf 9 juni te downloaden op <https://ddma.nl/actueel/papieren-en-digitale-folder-versterken-elkaar/>

Voor meer informatie en interviewverzoeken kunnen redacties contact opnemen met:

Monique Ligtvoet, Adviseur Communicatie

06 543 219 72

[monique.ligtvoet@spotta.nl](mailto:monique.ligtvoet@spotta.nl)