



Het CIM publiceert het nieuwe gemiddelde nummerbereik voor de Pers 2017

De vorige publicatie van de CIM Persstudie dateert van september 2015. Sindsdien werkt het CIM aan een nieuw persproject dat naast de klassieke basisstudie van het gemiddelde nummerbereik, de National Readership Survey (NRS), een aantal nieuwe ontwikkelingen voorziet:

- De schatting van het dagbereik van kranten.
- De schatting van het nummerbereik van magazines.
- De meting van het merkbereik door fusie van de CIM Persstudie met de CIM Internet studie.

De eerste stap is de publicatie op 12 oktober van de nieuwe NRS studie 2017.

Het Strategisch Comité Pers en de Technische Commissie Pers hebben er alles aan gedaan om zoveel mogelijk parameters van de persstudie stabiel te houden. Er zijn niettemin een aantal veranderingen die een impact hebben op de resultaten en die een rechtstreeks vergelijking met de resultaten van 2015 onmogelijk maakt:

- De studie werd uitgevoerd door een nieuw instituut, IPSOS Belgium.
- Het veldwerk voor de eerste publicatie is op vraag van het CIM uitgevoerd in een korter tijdsbestek.
- De vragen naar het lezen van de papieren versie, de digitale versies en de website werden anders gestructureerd.
- Het netto bereik van de papieren edities en de digitale versies worden vanaf nu de bereikscurrency in pers.
- Enkel de Total Brand resultaten blijven vergelijkbaar.

Eén en ander betekent toch een breuk, zowel in de organisatie van het veldwerk als in de leesparameters die ter beschikking worden gesteld aan de markt. De Technische Commissie Pers, het Strategisch Comité Pers en de Raad van Bestuur van het CIM hebben daarom de Permanente Structuur van het CIM gevraagd om de resultaten uitvoerig te valideren:

- enerzijds om fouten uit te sluiten (of te corrigeren),
- anderzijds om de markt te voorzien van inzichten die helpen om de nieuwe resultaten te kaderen.

Het resultaat van deze methodologische validering is door alle marktspelers aanvaard.



Het veldwerk is niet helemaal volgens plan verlopen. De vraag om het veldwerk van deze editie versneld uit te voeren, bleek te ambitieus en leidde uiteindelijk tot een ongelijke spreiding van interviews doorheen de tijd in verschillende provincies. Uiteindelijk was er dan toch 11 maanden nodig om het veldwerk te beëindigen. Het effect op de resultaten is globaal genomen wellicht miniem maar het valt niet helemaal uit te sluiten dat een titel hierdoor benadeeld wordt.

Belangrijker is de constatering dat de bevraging van Digitale Versies niet feilloos is verlopen. De zorg om de vorige vragenlijst zoveel mogelijk te behouden, heeft ons hier parten gespeeld. In het begin van de vragenlijst wordt onderscheid gemaakt tussen papier, digitale versies en websites. Twee, drie jaar geleden was dat voldoende precies om het leesgedrag betrouwbaar in kaart te brengen.

Vandaag moeten die vragen vanuit een andere realiteit beantwoord worden. Het gebruik van applicaties is, met name bij kranten, in enkele jaren enorm geëvolueerd. En niet enkel in volume. De hybride applicaties van vandaag laten vaak toe om digitale versies te openen maar even goed om online artikels te raadplegen. De huidige persvragenlijst laat niet toe om die verschillende vormen van leesgedrag correct te differentiëren. Het is dan ook vrijwel zeker dat de antwoorden niet enkel verwijzen naar het lezen van de zgn. digitale replica versies, maar ook, minstens ten dele, naar andere manieren om persapplicaties te gebruiken.

Uitgevers maken vandaag zeer verschillende keuzes inzake digitale strategie, en met name de aard van mobiele applicaties en de wijze waarop consumenten daartoe, gratis of betalend, toegang toe krijgen. Het vraagt daarom een goed inzicht in die digitale strategie om de ontwikkeling van de persbereikscijfers van de betrokken perstitels te kunnen kaderen.

De Technische Commissie werkt verder aan de optimalisering van de vragenlijst om de verschillen in leesgedrag zo goed mogelijk te meten.

De komende maanden worden de volgende nieuwe indicatoren gepubliceerd:

- de promotoren van de persmerken,
- de bruto contacten voor de magazines,
- de schatting van het dagbereik van kranten en van het nummerbereik van magazines,
- en de fusie van de resultaten van de CIM Internet studie met de CIM Persstudie.

In afwachting van de extra modules uit de nieuwe persstudie, wensen wij u alvast veel succes bij de analyses van het gemiddeld nummerbereik 2017.

Brussel, 11/10/17

Contact CIM, Herrmann-Debrouxlaan 46, 1160 Brussel, België

Stef Peeters
General Manager
sp@cim.be
02 661 31 50

Michaël Debels
Research Director
md@cim.be
02 661 31 65