

NOM FOLDER MONITOR 2018

1. Het onderzoek in het kort

Het onderzoek

Methode



Online vragenlijst



7 branches en 44 folders



10 minuten



Mediumtypevragen over folders, o.a. leesduur, leesmoment, functie, waardering en effect. Bereik en bezoekfrequentie van verzamelwebsites en folder apps.

Veldwerk



3 meetgolven van 4 weken in november 2017, januari en maart 2018



Bruto n=8.682 respondenten



n=6.647 respondenten van 13 jaar en ouder



Respons: 78%

Steekproef



Respondenten die eerder NOM Print Monitor hebben ingevuld



Nederlanders van 13 jaar en ouder



Representatief voor 13.803.000 Nederlanders van 13 jaar en ouder met toegang tot internet



2. Resultaten in één oogopslag

Digitale folder bereikt 4,6 miljoen mensen



95% van de
populatie
bekijkt folders



- 11,3 miljoen mensen bekijken papieren folders
- 4,6 miljoen mensen bekijken digitale folder

- 25% bekijkt zowel papieren als digitale folder



77% gebruikt folders
om op de hoogte te zijn
van aanbiedingen

81% komt naar
aanleiding van een
folder in actie



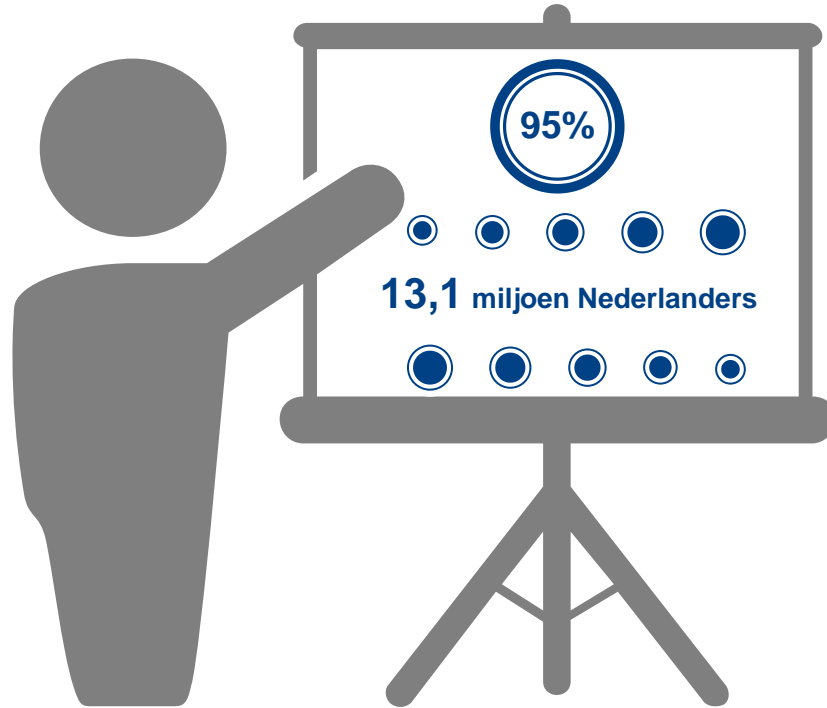
Folders bepalen bij 43%
het boodschappenlijstje

3. Resultaten

3.1 Het mediumtype folders

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

DDMA



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

10,6 miljoen Nederlanders* ontvangen folders

Ontvangt papieren folders in brievenbus

2015 2016 2017 2018



10,6 miljoen Nederlanders



Ontvangt geen papieren folders in brievenbus

2015 2016 2017 2018



3,2 miljoen Nederlanders



D10. Er zijn stickers beschikbaar waarmee u kunt aangeven dat u geen folders in de bus wilt ontvangen. Heeft u zelf zo'n sticker op de brievenbus?

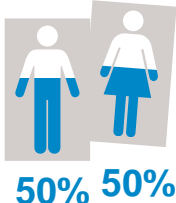
* Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

Onder mensen die geen papieren folders willen ontvangen zijn meer hoger opgeleiden

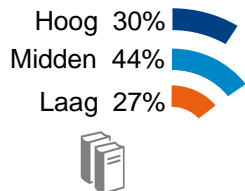
Ontvangt papieren folders in brievenbus



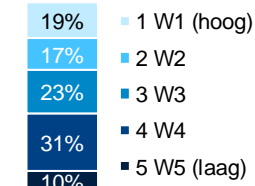
Geslacht



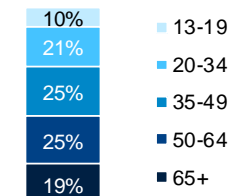
Opleiding



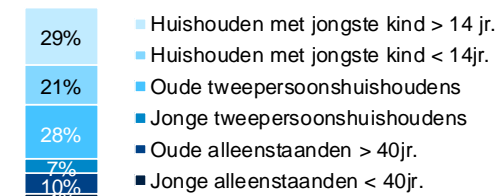
Welstand



Leeftijd



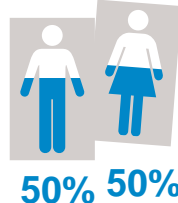
Gezinsfase



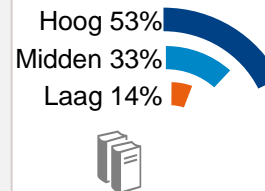
Ontvangt geen papieren folders in brievenbus



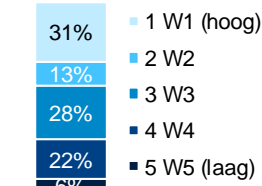
Geslacht



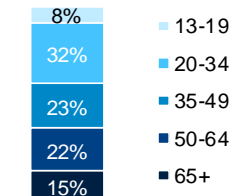
Opleiding



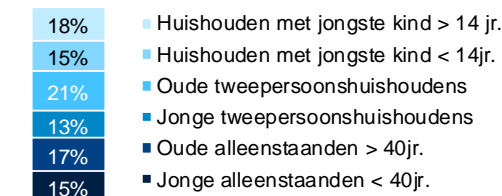
Welstand



Leeftijd



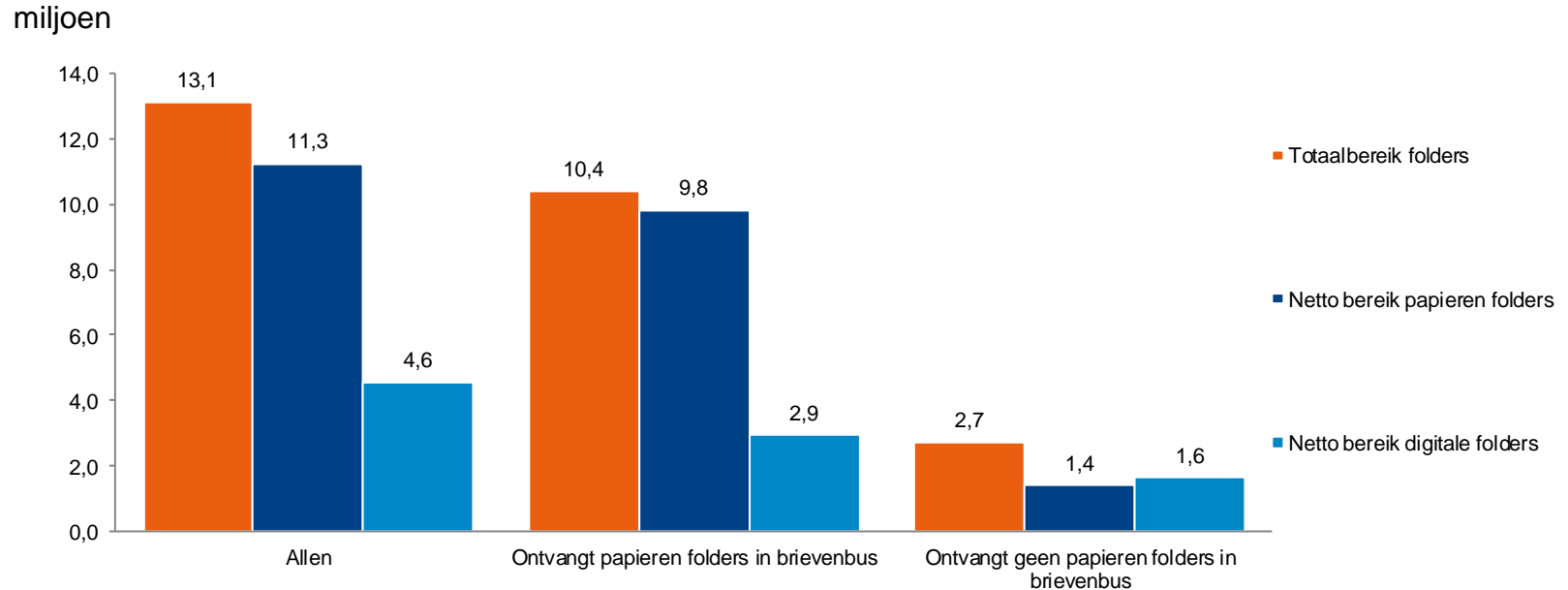
Gezinsfase



11,3 miljoen lezers van papieren folders, digitale folders worden gelezen door 4,6 miljoen mensen



Bereik* papieren en digitale folders

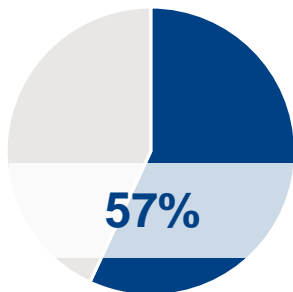


*Totaalbereik: Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer folders hebben bekeken of ingezien

Netto bereik: Alle personen die een gemiddeld nummer van minimaal één folder hebben gelezen of ingezien

Meerderheid (57%) leest alleen papieren folders; ruim 25% leest daarnaast ook digitale folders

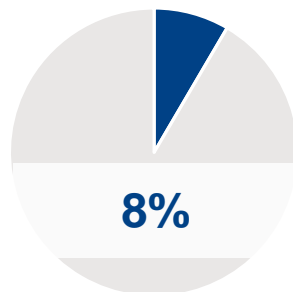
Exclusief netto bereik
papieren folders



7,9 miljoen Nederlanders



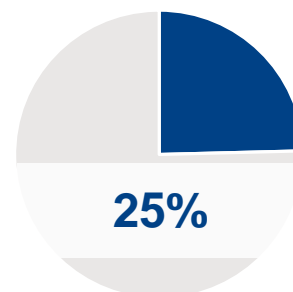
Exclusief netto bereik
digitale folders



1,2 miljoen Nederlanders



Netto bereik papieren
en digitale folders



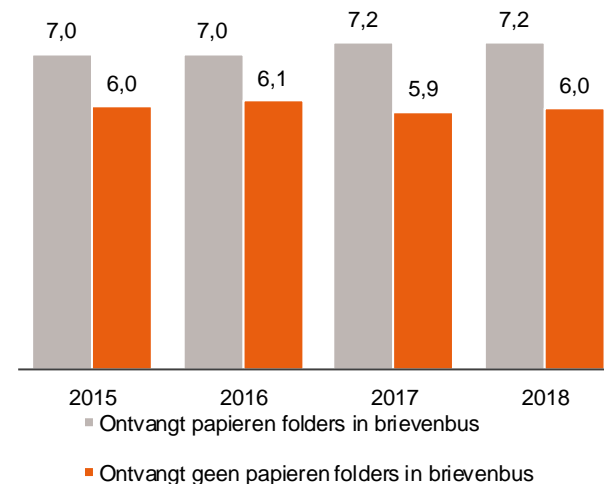
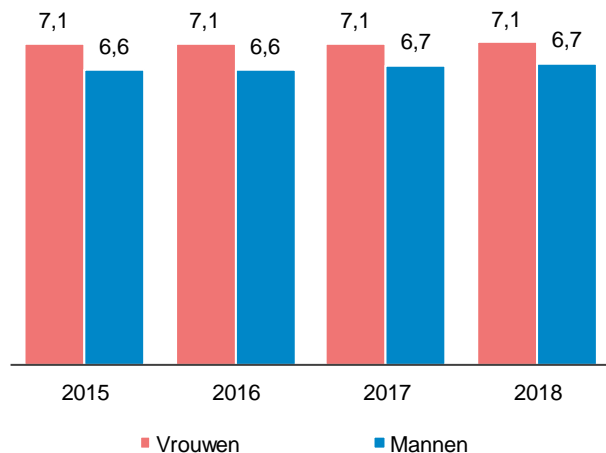
3,4 miljoen Nederlanders



Basis: allen

Waardering voor folders blijft ruim voldoende, vooral onder vrouwen en mensen die papieren folders ontvangen

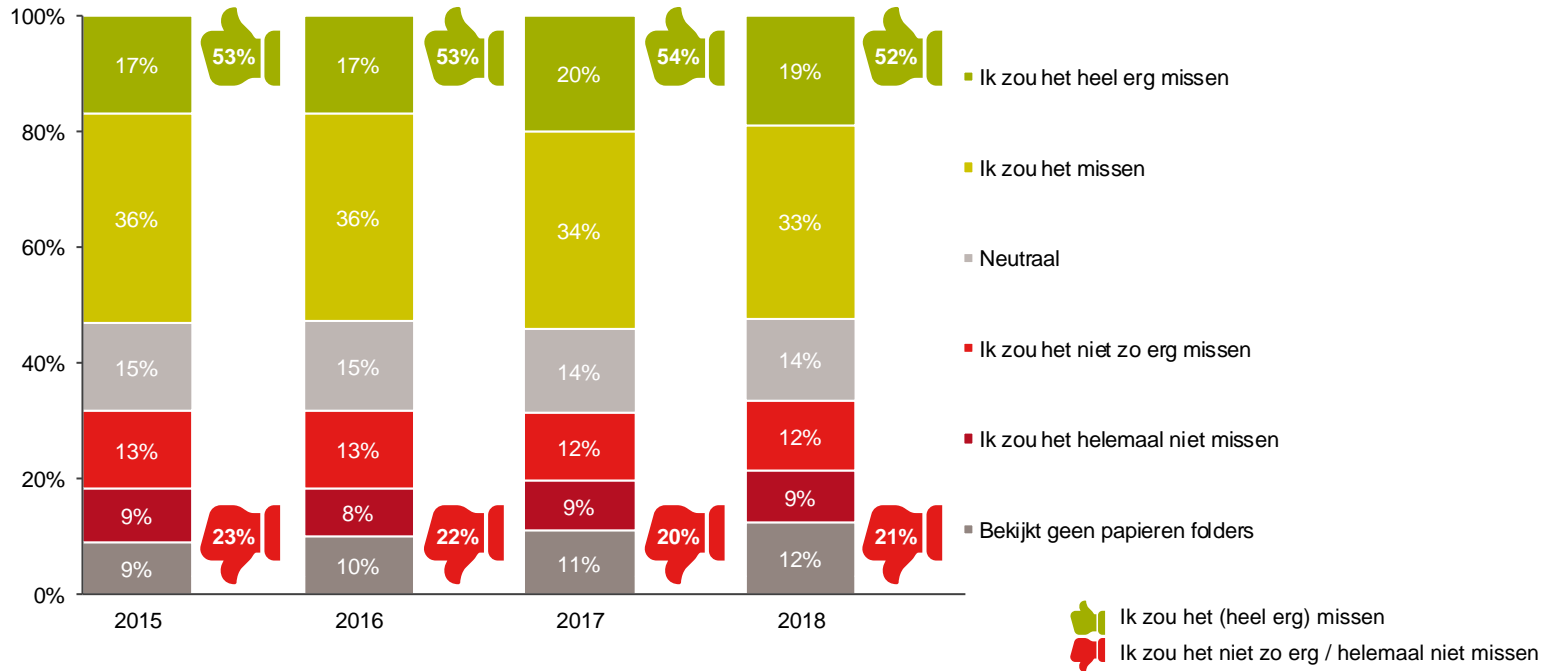
Rapportcijfer folders



D5. Als u de folders die u leest zou moeten waarderen door middel van een rapportcijfer, welk cijfer zou u dan geven?

Basis: allen

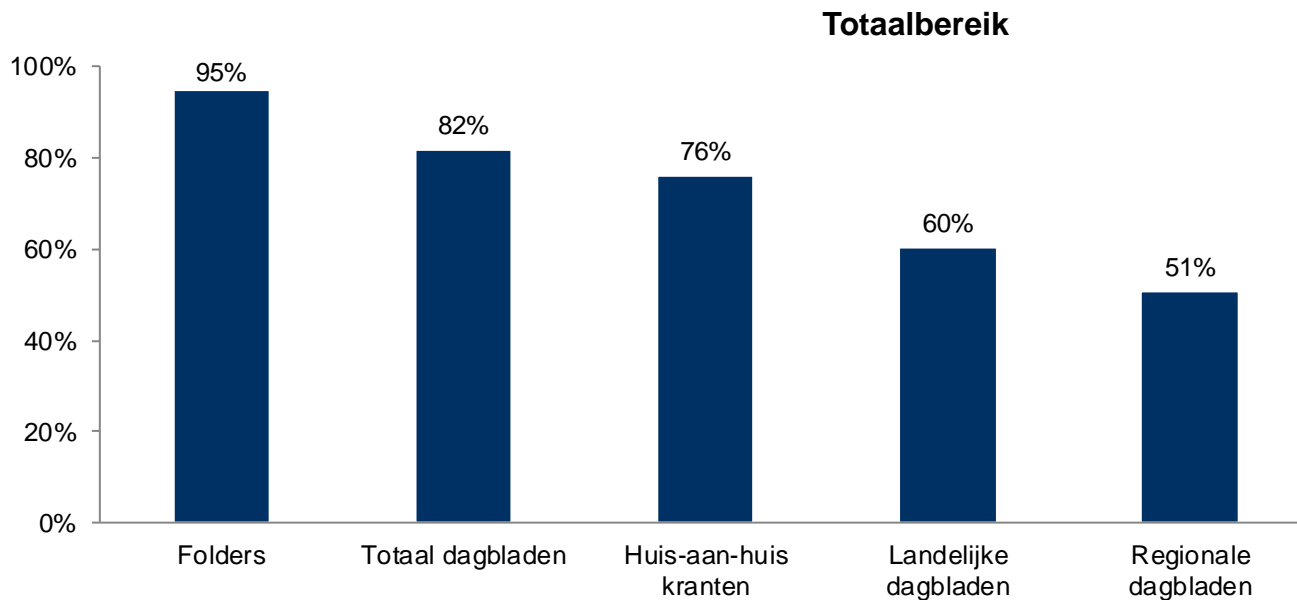
Ruim de helft van de Nederlanders zal de papieren folder missen als deze verdwijnt



D8. In hoeverre zou u het missen als er geen papieren folders meer zouden verschijnen?

Basis: allen

Totaalbereik folders vergeleken met dagbladen en huis-aan-huis kranten (op papier)



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

Bron totaalbereik dagbladen en huis-aan-huiskranten NPM 2018-I

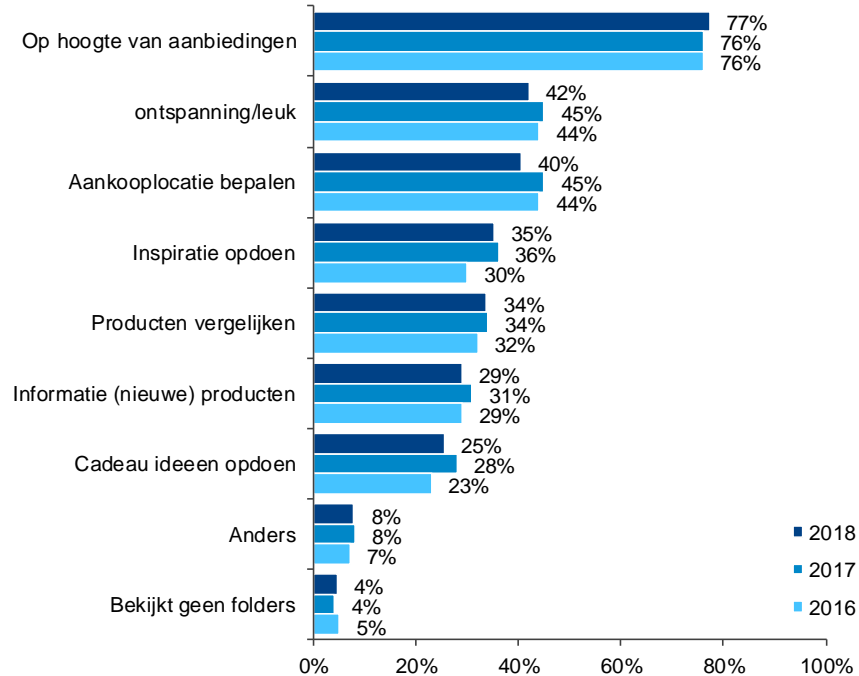
Basis: allen

3.2 Redenen bekijken folders

Aanbiedingen belangrijkste reden om folder te bekijken, maar ook veel ter ontspanning en inspiratie



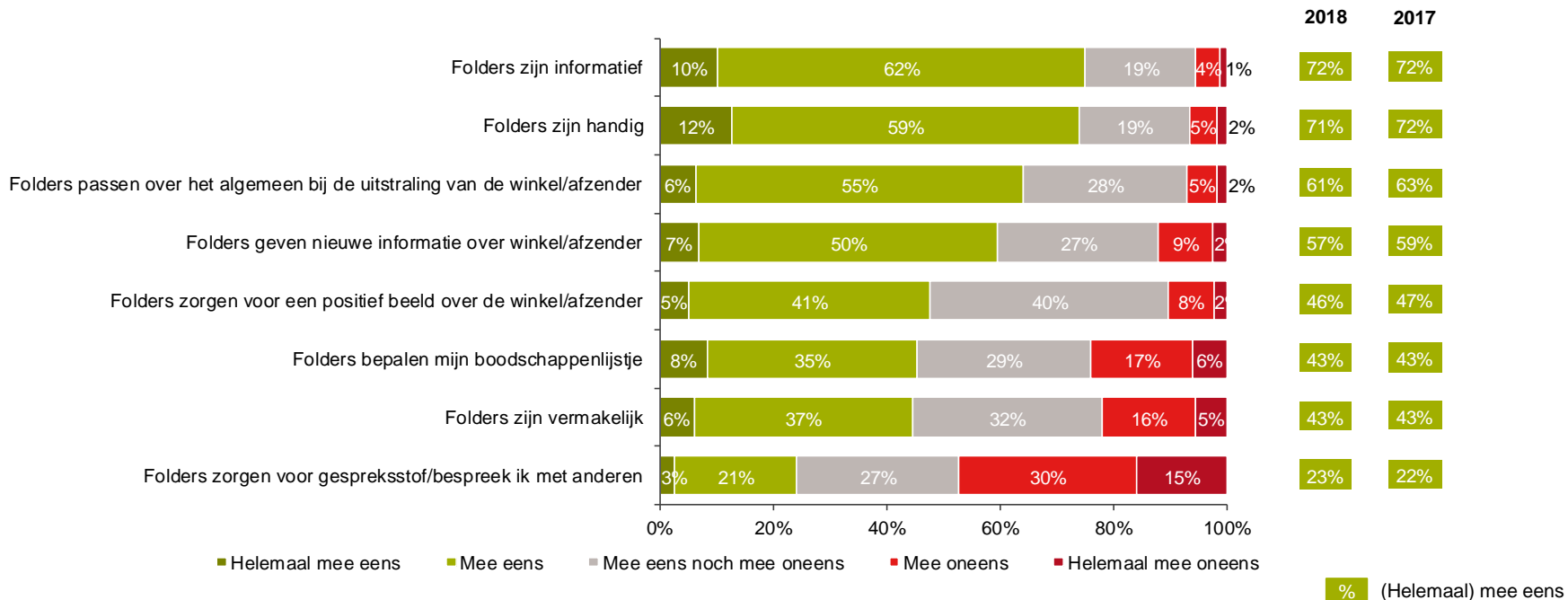
Redenen bekijken folders



D4. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om folders te bekijken/in te zien?

Basis: allen

Folders zijn handig en bron voor (nieuwe) informatie



D6. 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 de folders verschilt per leeftijd en naar folderontvangst



% (Helemaal) mee eens

	Allen	Leeftijd					Ontvangt papieren folders in brievenbus	
		13-19	20-34	35-49	50-64	65+	Wel	Geen
Folders zijn informatief	72%	62%	69%	72%	73%	77%	77%	56%
Folders zijn handig	71%	66%	67%	72%	73%	73%	79%	44%
Folders geven nieuwe informatie over winkel/afzender	57%	49%	55%	59%	56%	63%	62%	41%
Folders bepalen mijn boodschappenlijstje	43%	35%	45%	44%	42%	47%	47%	30%

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

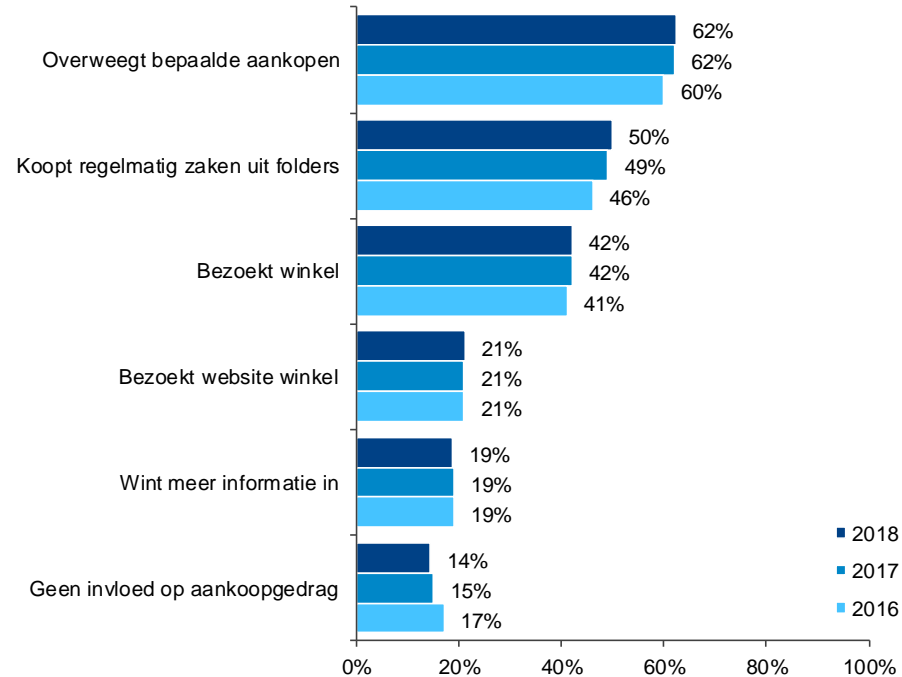
D6. Wilt u voor elke stelling aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de betreffende uitspraak?

Basis: allen

Folders zetten aan tot kopen en het bezoeken van de winkel



Wat doet u na het bekijken van folders?



D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

Basis: allen

Vervolgactie naar leeftijd en welstand

	Leeftijd				
	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
Door de folder overweeg ik bepaalde aankopen	55%	64%	65%	63%	58%
De folders zetten mij aan bepaalde winkels te bezoeken	37%	44%	44%	41%	39%
Ik koop regelmatig zaken die ik in de folders zie	33%	48%	54%	53%	51%
De folders zetten mij aan de website van de winkel te bezoeken	27%	23%	22%	20%	15%
De folders zetten mij aan meer informatie te gaan inwinnen	19%	20%	19%	19%	17%
De folders hebben geen invloed op mijn (aankoop)gedrag	17%	11%	12%	14%	21%

	Welstand				
	W1 (hoog)	W2	W3	W4	W5 (laag)
Door de folder overweeg ik bepaalde aankopen	63%	62%	64%	63%	52%
Ik koop regelmatig zaken die ik in de folders zie	48%	50%	48%	52%	50%
De folders zetten mij aan bepaalde winkels te bezoeken	41%	41%	43%	44%	37%
De folders zetten mij aan de website van de winkel te bezoeken	20%	24%	21%	21%	18%
De folders zetten mij aan meer informatie te gaan inwinnen	15%	22%	19%	20%	16%
De folders hebben geen invloed op mijn (aankoop)gedrag	11%	14%	13%	16%	23%

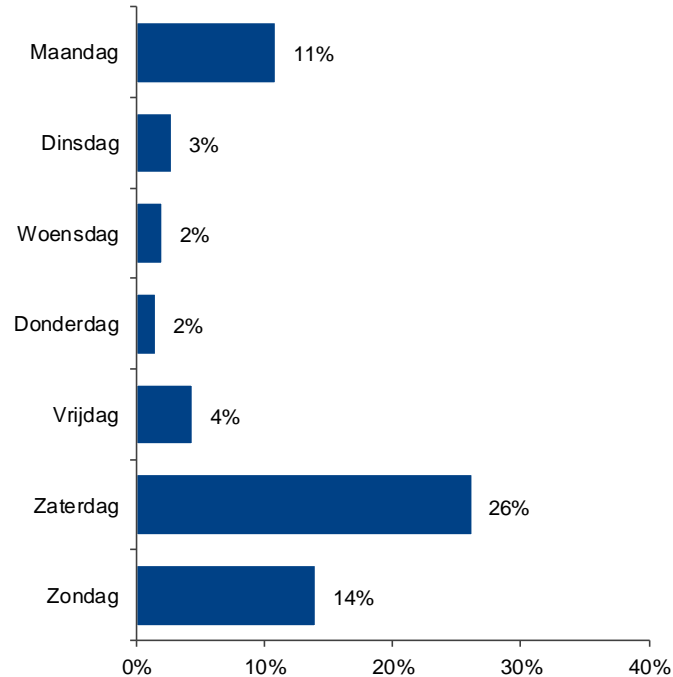
D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

Basis: allen

Nederlanders ontvangen de papieren folder bij voorkeur in het weekend of op maandag

34%

heeft geen voorkeur voor een dag



D12. Op welke dag van de week ontvangt u het liefst de folders in de brievenbus?

Basis: allen

3.3 Gebruik van papieren en digitale folders

Onder digitale folderlezers zijn meer boodschappers en vrouwen

DDMA



Papieren folders

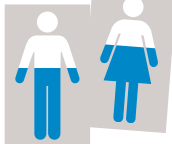
Boodschapper



55%

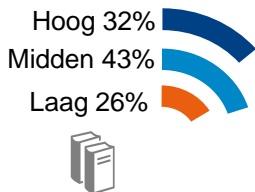


Geslacht

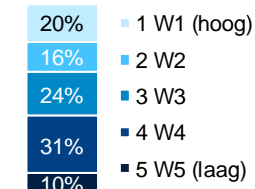


49% 51%

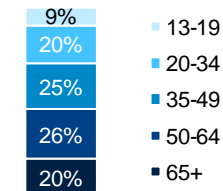
Opleiding



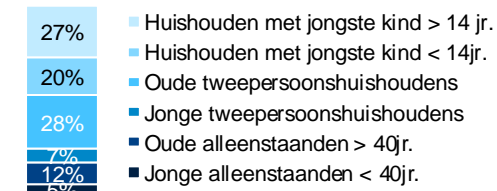
Welstand



Leeftijd



Gezinsfase



Digitale folders



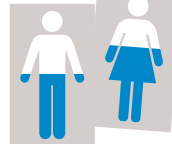
Boodschapper



63%

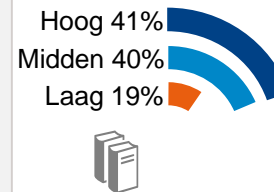


Geslacht

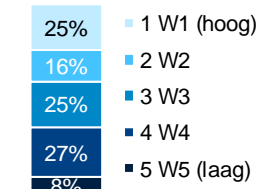


45% 55%

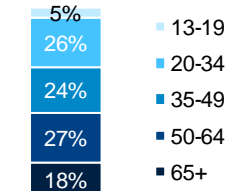
Opleiding



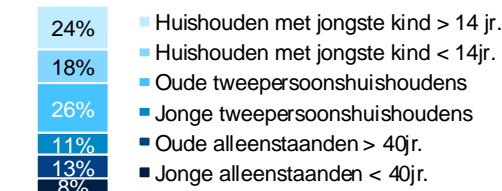
Welstand



Leeftijd



Gezinsfase

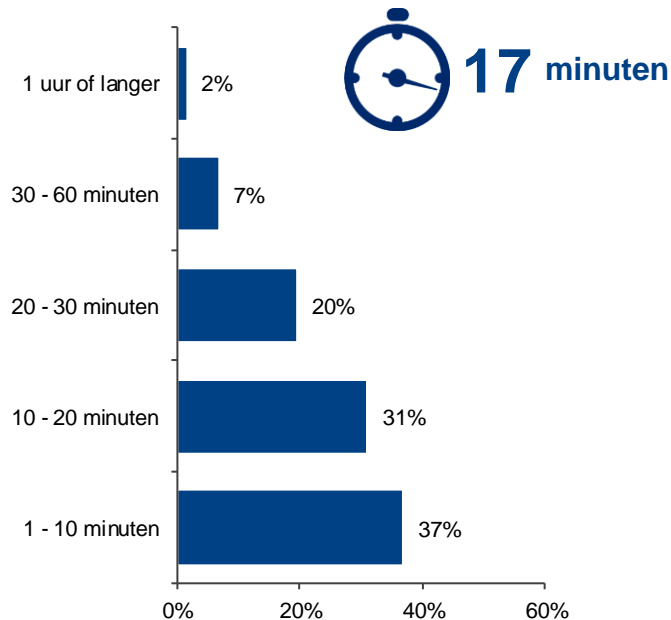


Er wordt meer tijd besteed aan het bekijken van papieren folders dan aan digitale folders

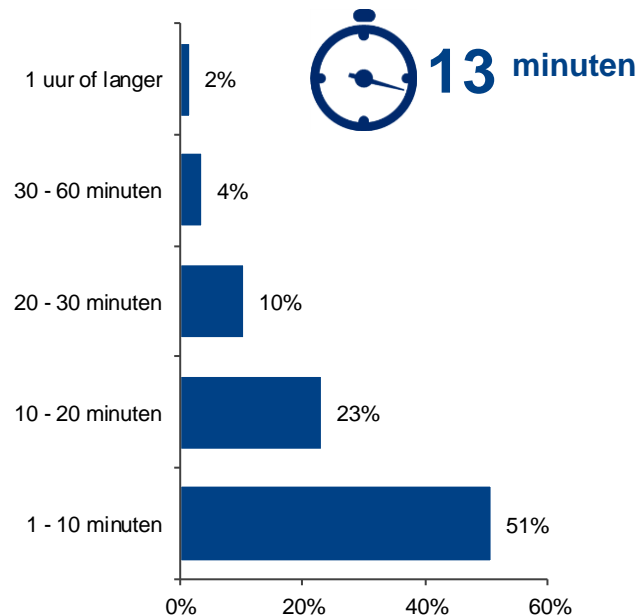
DDMA



Papieren folder



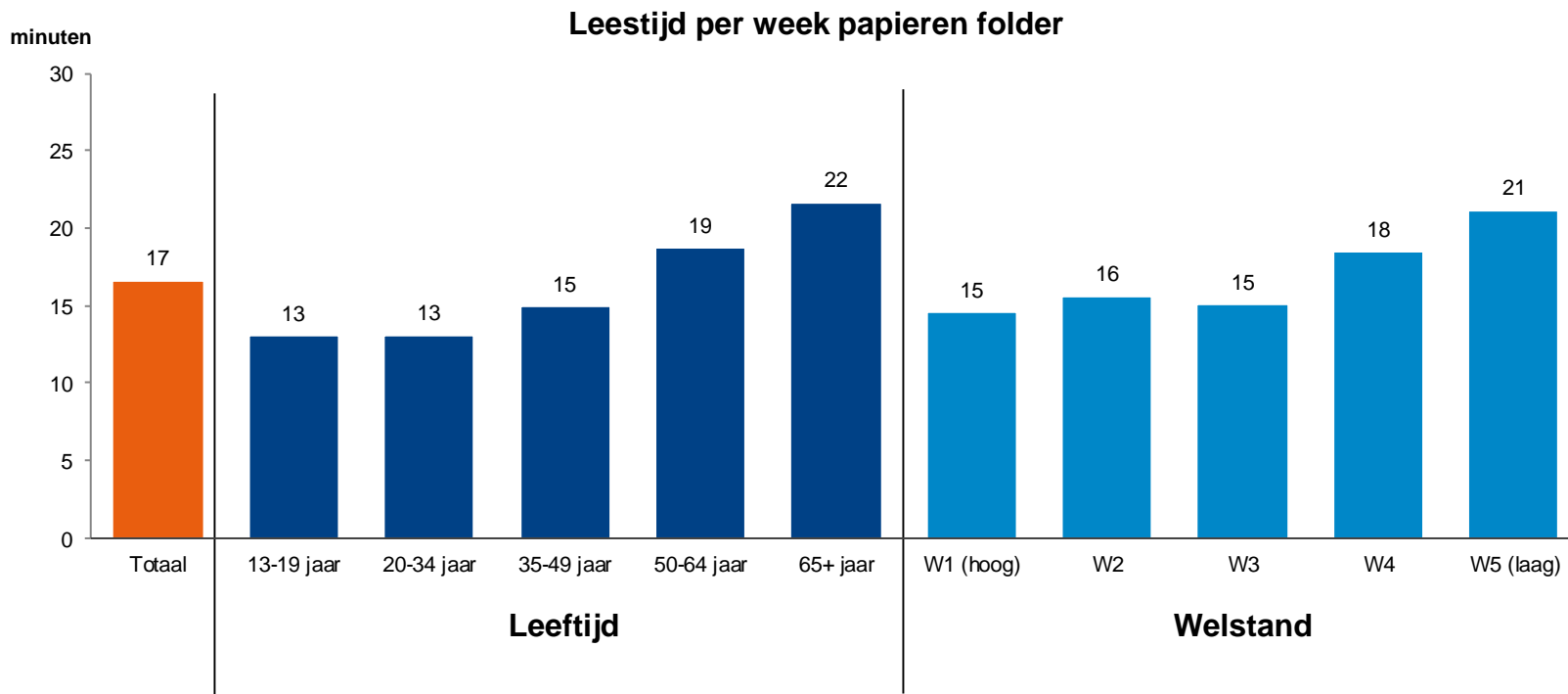
Digitale folder



D3. Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

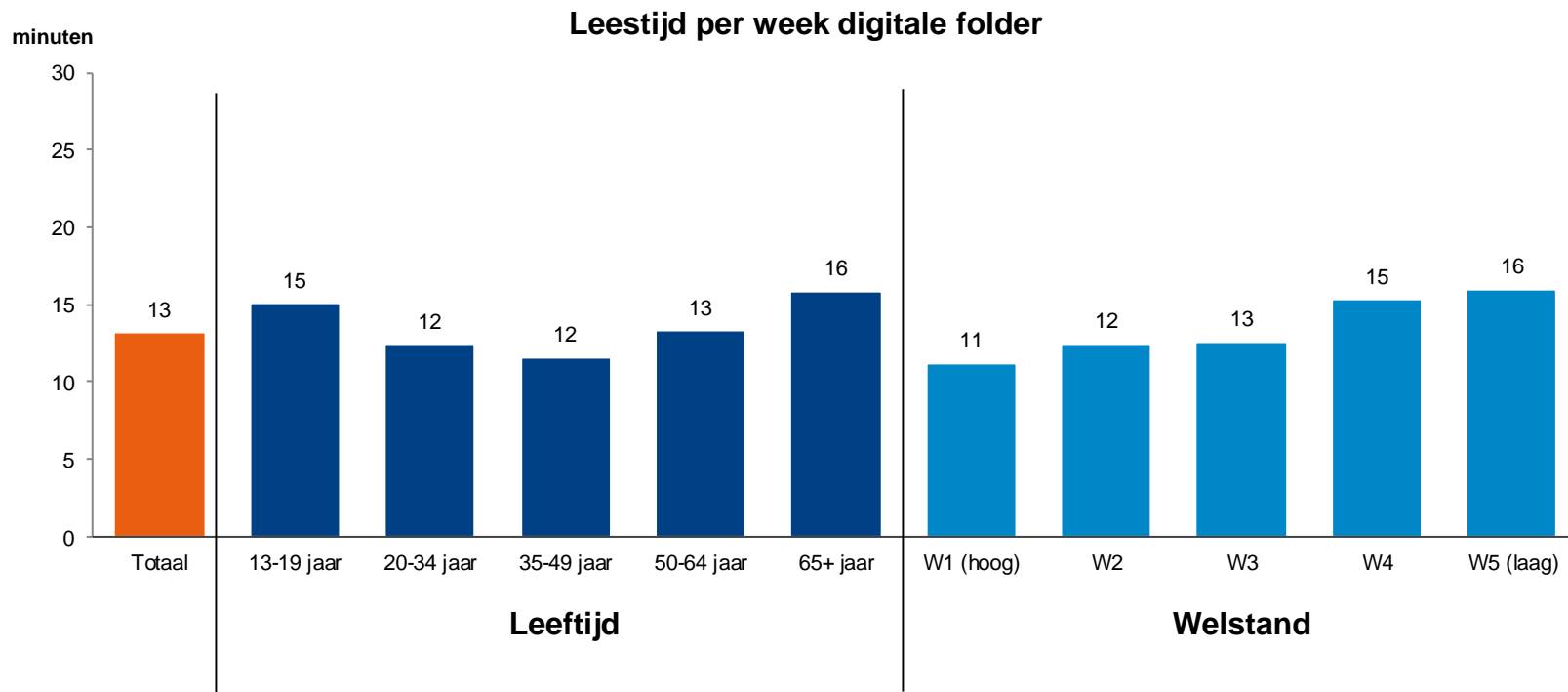
Leestijd papieren folder het hoogst bij ouderen en lage welstand



D3. Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder bekeken

Voor digitale folders verschilt de leestijd minder per doelgroep dan bij papieren folders



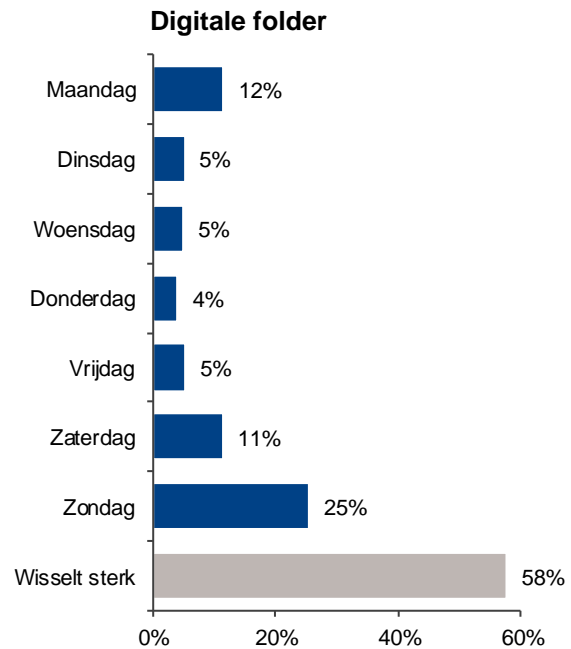
D3. Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden digitale folder bekeken

Papieren folders worden vooral in het weekend en 's maandags bekeken, digitale folders vaak op zondag



Dag bekijken folders



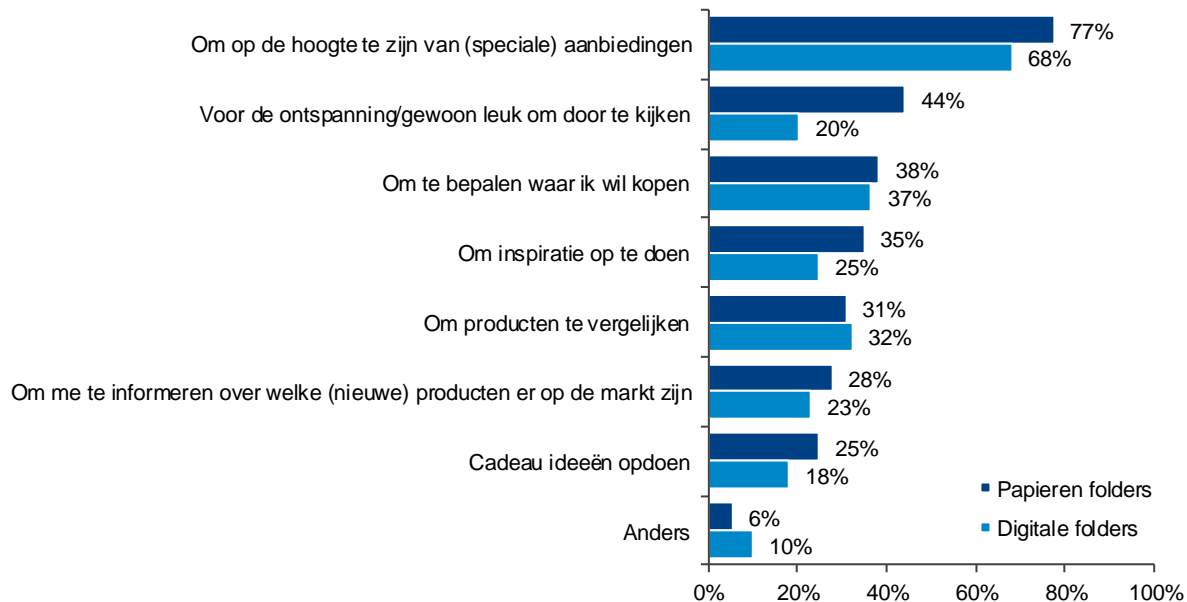
D2. Op welke dag(en) bekijkt u de folders meestal?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

Folders worden bekeken voor de aanbiedingen, bij papier speelt ook ontspanning een rol



Belangrijkste redenen om folders te bekijken / in te zien



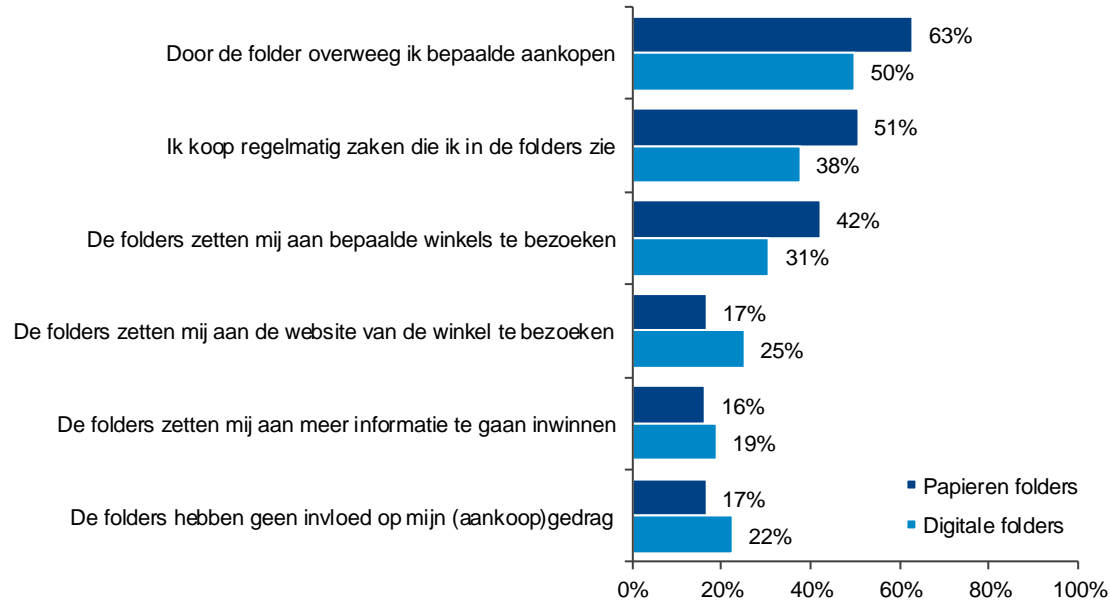
D4. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om folders te bekijken / in te zien?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

Meer vervolgactie na het lezen van papieren folders dan na het inzien van digitale folders



Reactie op bekijken / inzien folders



D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

Vervolgactie naar aanleiding van folder – naar leeftijd

DDMA



Papiere folders	Leeftijd				
	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
Door de folder overweeg ik bepaalde aankopen	56%	64%	67%	64%	59%
De folders zetten mij aan bepaalde winkels te bezoeken	37%	43%	46%	41%	39%
Ik koop regelmatig zaken die ik in de folders zie	30%	47%	56%	53%	53%
De folders zetten mij aan de website van de winkel te bezoeken	22%	19%	18%	16%	11%
De folders zetten mij aan meer informatie te gaan inwinnen	17%	18%	18%	15%	14%
De folders hebben geen invloed op mijn (aankoop)gedrag	21%	15%	13%	16%	21%

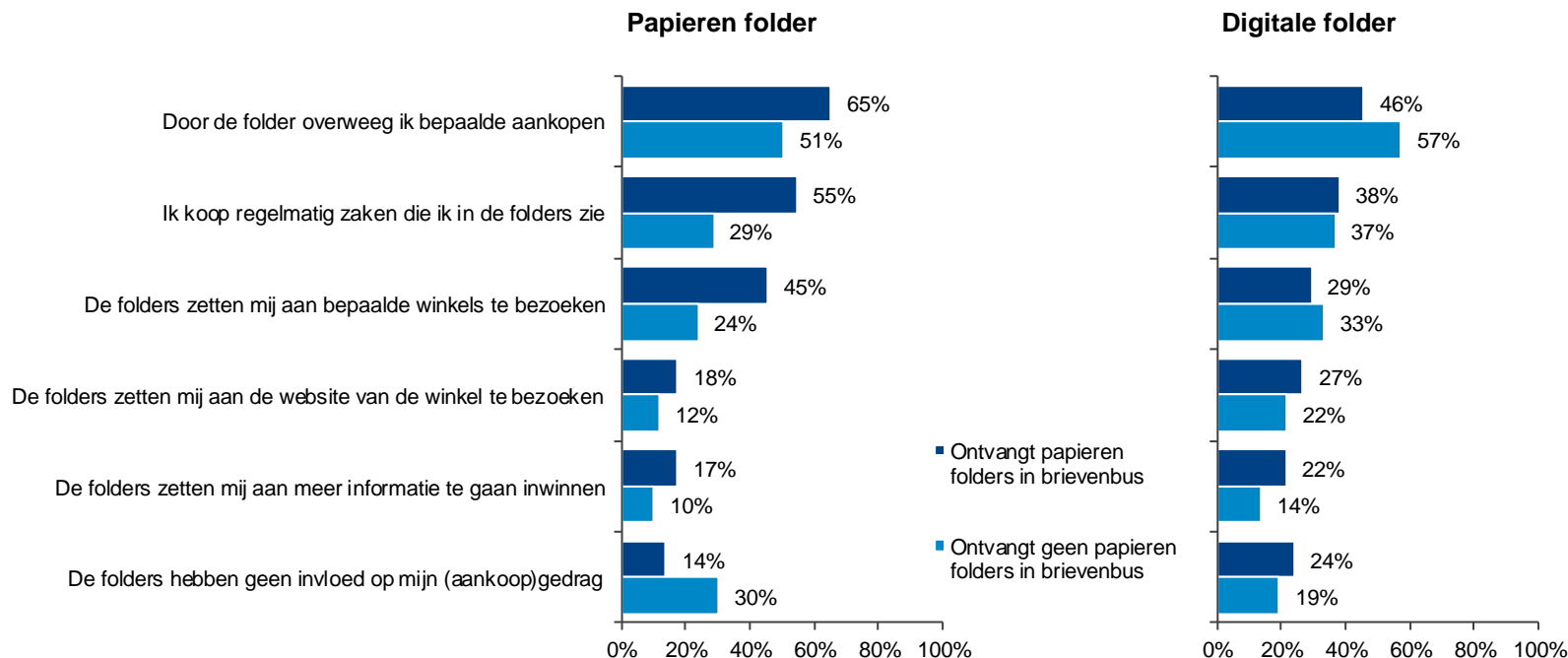
Digitale folders	Leeftijd				
	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
Door de folder overweeg ik bepaalde aankopen	37%	64%	54%	47%	31%
De folders zetten mij aan de website van de winkel te bezoeken	37%	30%	25%	21%	20%
Ik koop regelmatig zaken die ik in de folders zie	27%	47%	42%	37%	23%
De folders zetten mij aan bepaalde winkels te bezoeken	25%	43%	32%	26%	20%
De folders zetten mij aan meer informatie te gaan inwinnen	20%	19%	18%	20%	18%
De folders hebben geen invloed op mijn (aankoop)gedrag	28%	13%	18%	22%	41%

D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

Vervolgactie naar aanleiding van folder – naar ontvangst folder

DDMA



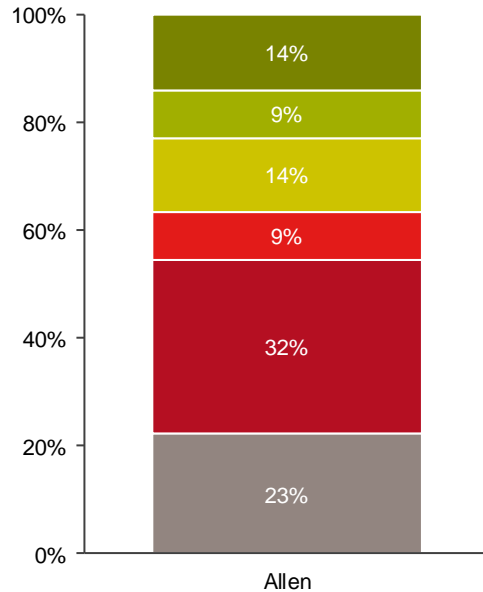
D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

3.4 A-merken en extra's

Bijna de helft van de Nederlanders is bekend met folders van A-merken

Bekijken folders van A-merken



- Ja, ik bekijk A-merk folders elke week
- Ja, ik bekijk A-merk folders minimaal één keer per maand
- Ja, ik bekijk A-merk folders folders minder vaak
- Nee, ik bekijk A-merk folders nooit
- Nee, ik ben niet bekend met A-merk folders
- Ontvangt geen papieren folders in brievenbus

Bekijkt A-merk folders
36%

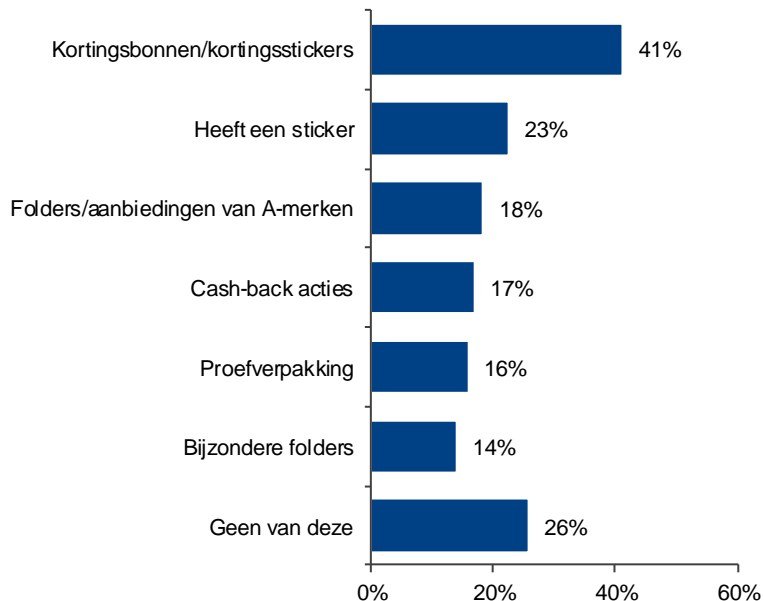
Bekend met A-merk folders
45%

Kortingen en proefverpakkingen meest gewilde extra's

DDMA



Weleens ontvangen extra's



Gewenste extra's



D1b. Kunt u aangeven welke u weleens heeft ontvangen?

D1c. En kunt u aangeven welke van deze extra's u weleens zou willen ontvangen?

Basis: allen

3.5 Verzamelwebsites en folder apps

Gebruik van de verzamelwebsite neemt toe

DDMA



Verzamelwebsites:

Websites waar verschillende digitale folders bekeken kunnen worden. Bijvoorbeeld reclamefolder.nl, spotta.nl en allefolders.nl. Op deze websites kan, naast de folders, ook informatie worden gevonden over openingstijden en locaties van winkels.



3,4 miljoen Nederlanders

Folder apps:

Apps voor de smartphone of tablet waar verschillende digitale folders bekeken kunnen worden. Op deze apps kan, naast de folders, ook informatie worden gevonden over openingstijden en locaties van winkels.

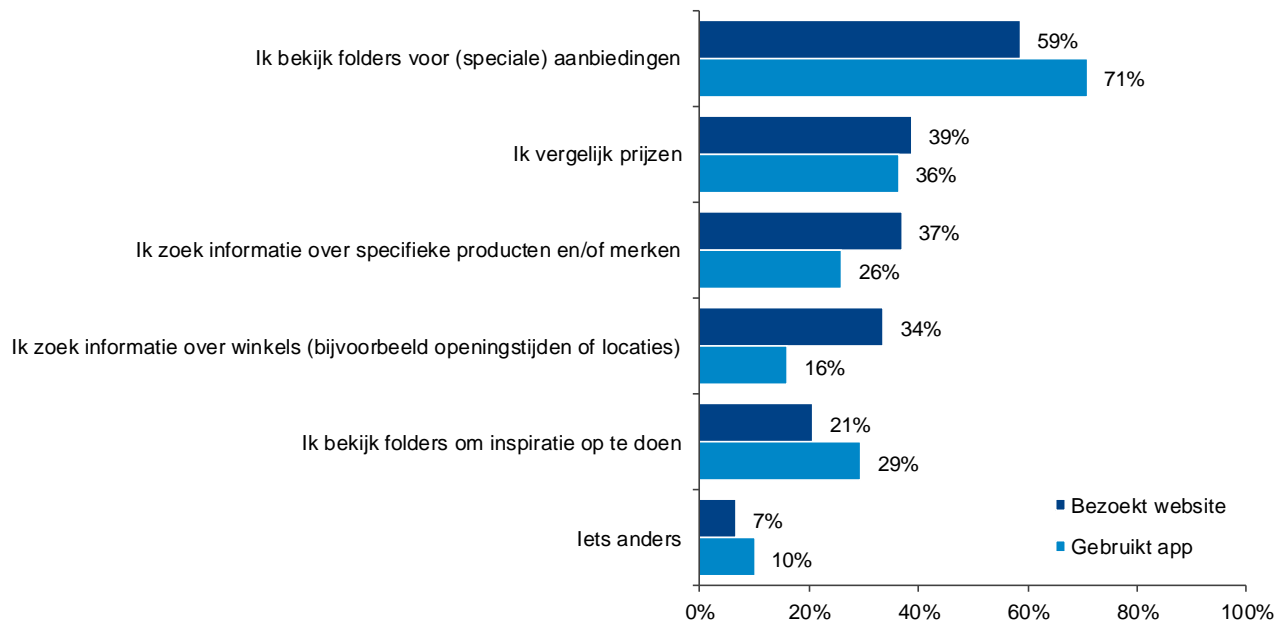


2,3 miljoen Nederlanders

Folderapps worden meer gebruikt voor het bekijken van folders, de verzamelwebsites vaker voor het vergaren van informatie



Redenen gebruik website en app



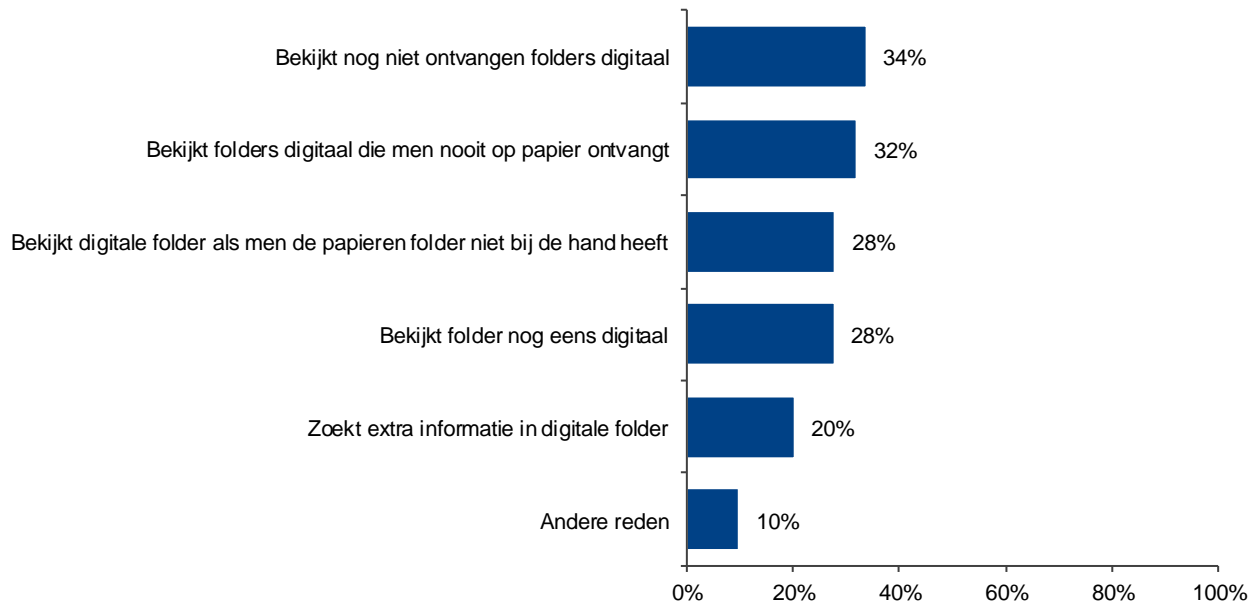
Basis: Bezoekt website of gebruikt app

E3: Als u één van deze verzamelwebsites bezoekt en/of apps gebruikt, wat doet u dan gewoonlijk?

Digitale folders worden vooral bekeken als men de papieren folder (nog) niet heeft



Combineren van papieren en digitale folders



E4: Kunt u aangeven hoe u de papieren folders en digitale folders combineert?

Basis: Bekijkt zowel papieren als digitale folders

3.6 Resultaten i.c.m. stedelijkheid

Meer mensen met drukwerkstickers in (zeer) sterk stedelijk gebied, tevens hoger opgeleid

(zeer) sterk stedelijk

Boodschapper

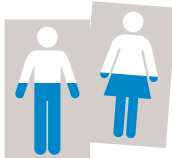
59%



Ontvangt geen folders

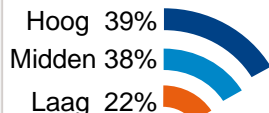
29%

Geslacht

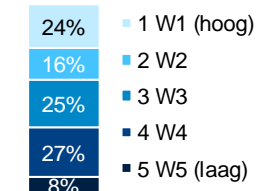


51% 49%

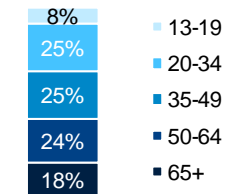
Opleiding



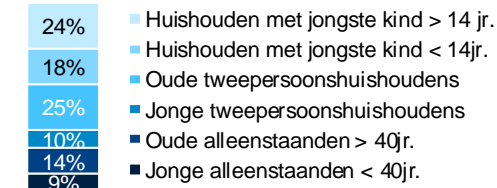
Welstand



Leeftijd



Gezinsfase



matig/weinig/niet stedelijk

Boodschapper

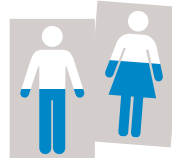
53%



Ontvangt geen folders

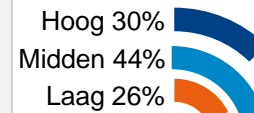
16%

Geslacht

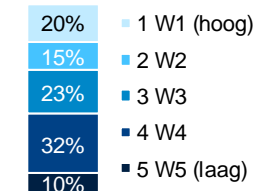


49% 51%

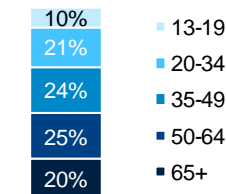
Opleiding



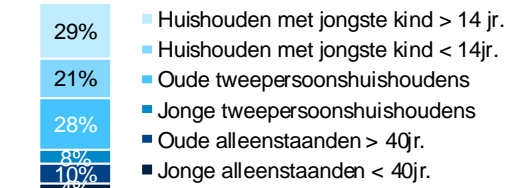
Welstand



Leeftijd

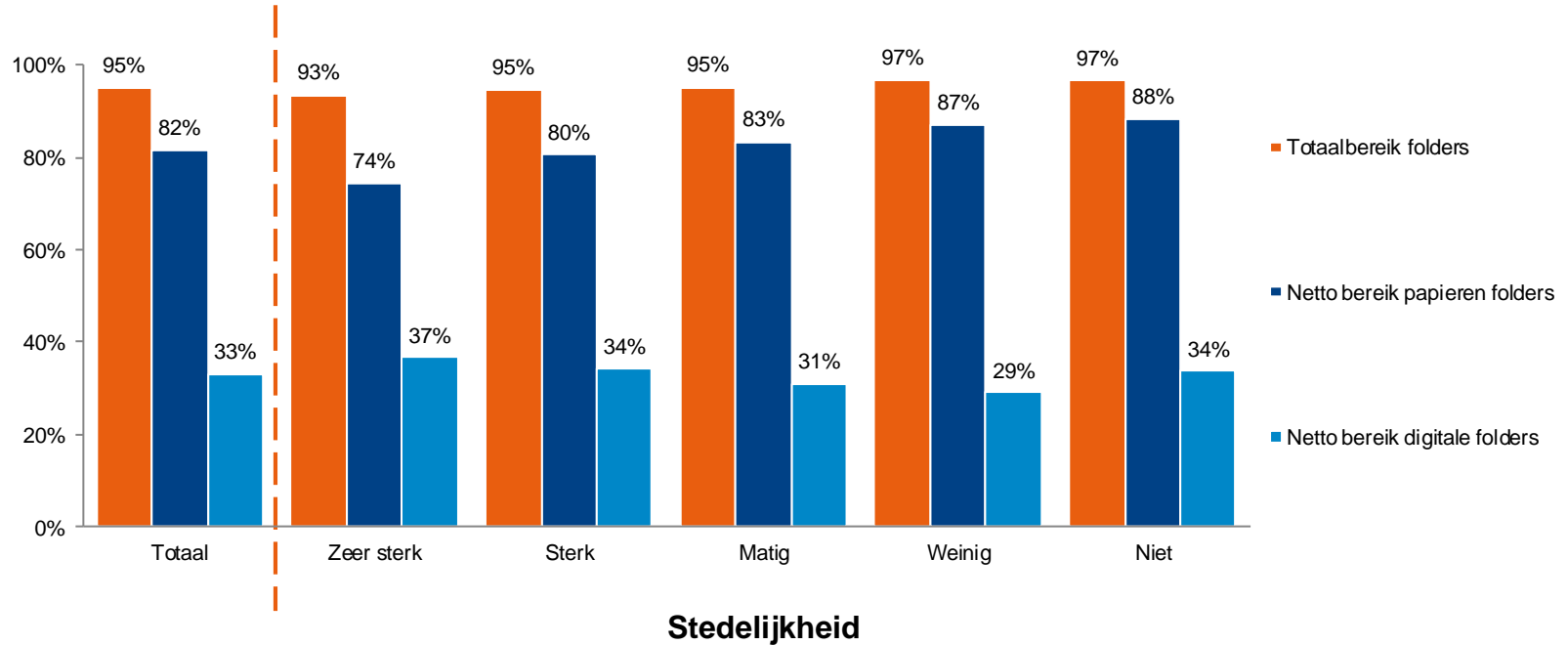


Gezinsfase



Het bereik van papieren folders neemt toe naarmate de stedelijkheid lager is

Bereik papieren en digitale folders



Basis: allen

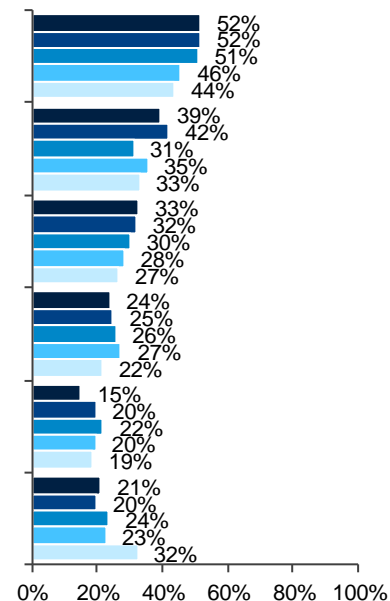
In (zeer) sterk stedelijk gebied zet de digitale folder vaker aan tot koop



Wat doet u na het bekijken van papieren folders



Wat doet u na het bekijken van digitale folders



D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

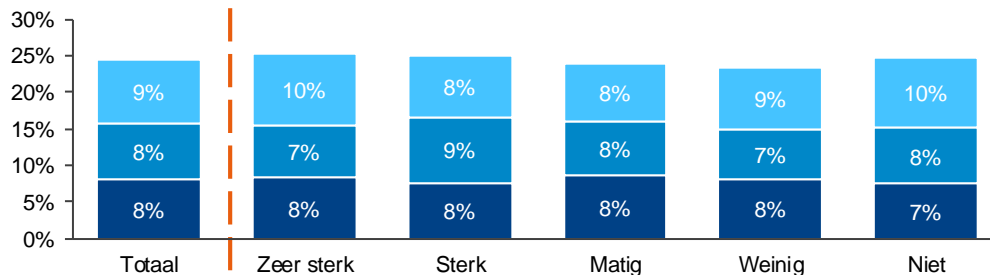
Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

Gebruiksfrequentie verzamelwebsites en folderapps naar stedelijkheid

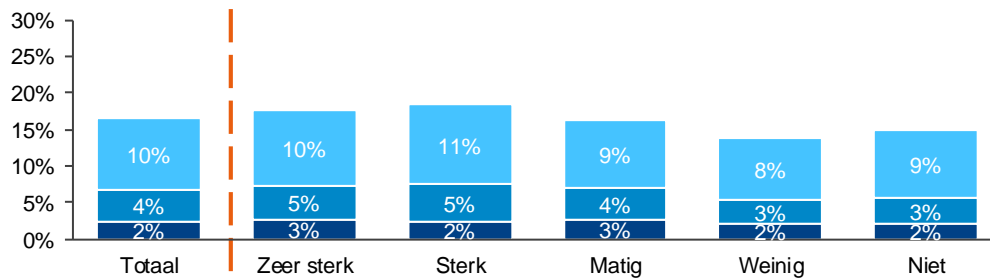


Website

Frequentie gebruik



App



- Minimaal 1x per week
- Minimaal 1x per maand
- Minder vaak

E2. Hoe vaak bezoekt/gebruikt u deze website(s)/app(s) gewoonlijk?








Basis: allen

3.7 Branchebereik folders

Netto bereik folders per branche*

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Alle branches	82%	33%
Branche		
 Supermarkt / Slijterij	74%	22%
 Warenhuis	63%	16%
 Persoonlijke verzorging	60%	14%
 Huis, tuin en dier	55%	11%
 Elektronica	44%	9%
 Slapen / Wonen	42%	6%
 Mode en Kleding	39%	7%

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

Netto bereik folders per branche* - Elektronica

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Allen	44%	9%
Geslacht		
Man	▲ 50%	▲ 10%
Vrouw	▼ 38%	▼ 7%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 37%	▼ 7%
20-34 jaar	▼ 32%	▲ 10%
35-49 jaar	▼ 43%	▼ 8%
50-64 jaar	▲ 51%	▲ 9%
65 +	▲ 54%	▼ 8%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 54%	▼ 7%
Geen	▼ 11%	▲ 14%
Opleiding		
Hoog	▼ 35%	▲ 9%
Midden	▲ 46%	▲ 9%
Laag	▲ 53%	▼ 8%
Boodschapper		
Ja	▼ 40%	▼ 9%
Nee	▲ 48%	▲ 9%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 54%	▲ 13%
gemiddelde affiniteit	▼ 43%	▼ 8%
geen affiniteit	▼ 32%	▼ 6%



- ▼ Lager dan 'Allen'
- ▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

*Percentage van de populatie dat minimaal één folder uit de branche leest
Deze branche bestaat uit de volgende folders: Media Markt, BCC en Expert

Netto bereik folders per branche* - Huis, tuin en dier

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Allen	55%	11%
Geslacht		
Man	▼ 55%	▼ 10%
Vrouw	▲ 55%	▲ 11%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 31%	▼ 6%
20-34 jaar	▼ 38%	▲ 12%
35-49 jaar	▲ 59%	▼ 10%
50-64 jaar	▲ 66%	▲ 12%
65 +	▲ 70%	▼ 11%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 67%	▼ 9%
Geen	▼ 15%	▲ 18%
Opleiding		
Hoog	▼ 45%	▲ 11%
Midden	▲ 58%	▲ 11%
Laag	▲ 64%	▼ 9%
Boodschapper		
Ja	▲ 56%	▲ 12%
Nee	▼ 54%	▼ 9%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 70%	▲ 16%
gemiddelde affiniteit	▼ 54%	▼ 10%
geen affiniteit	▼ 33%	▼ 5%



- ▼ Lager dan 'Allen'
- ▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Praxis, Gamma, Karwei, Formido, Hornbach, Welkoop en Intratuin

Netto bereik folders per branche* - Mode en kleding

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Allen	39%	7%
Geslacht		
Man	▼ 29%	▼ 4%
Vrouw	▲ 49%	▲ 10%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 25%	▲ 7%
20-34 jaar	▼ 29%	▲ 10%
35-49 jaar	▲ 40%	▼ 6%
50-64 jaar	▲ 43%	▼ 6%
65 +	▲ 51%	▼ 6%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 49%	▼ 6%
Geen	▼ 7%	▲ 9%
Opleiding		
Hoog	▼ 28%	▼ 5%
Midden	▲ 41%	▲ 8%
Laag	▲ 52%	▲ 8%
Boodschapper		
Ja	▲ 45%	▲ 9%
Nee	▼ 31%	▼ 4%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 52%	▲ 12%
gemiddelde affiniteit	▲ 42%	▲ 7%
geen affiniteit	▼ 27%	▼ 4%



- ▼ Lager dan 'Allen'
- ▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Bristol, Wibra, terStal, Zeeman, Specsavers en Hans Anders

Netto bereik folders per branche* - Persoonlijke verzorging

	Papieren folders	Digitale folders
Allen	60%	14%
Geslacht		
Man	▼ 51%	▼ 9%
Vrouw	▲ 68%	▲ 19%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 51%	▼ 10%
20-34 jaar	▼ 47%	▲ 20%
35-49 jaar	▲ 61%	▼ 14%
50-64 jaar	▲ 64%	▼ 12%
65 +	▲ 72%	▼ 11%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 72%	▼ 11%
Geen	▼ 18%	▲ 24%
Opleiding		
Hoog	▼ 49%	▲ 15%
Midden	▲ 63%	▲ 14%
Laag	▲ 70%	▼ 12%
Boodschapper		
Ja	▲ 63%	▲ 18%
Nee	▼ 56%	▼ 9%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 74%	▲ 22%
gemiddelde affiniteit	▲ 64%	▲ 16%
geen affiniteit	▼ 47%	▼ 8%



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

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Kruidvat, Etos, Holland & Barrett (voorheen De Tuinen), DIO, ICI Paris, DA en Trekpleister

Netto bereik folders per branche* - Slapen / Wonen

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Allen	42%	6%
Geslacht		
Man	▼ 37%	▼ 4%
Vrouw	▲ 47%	▲ 8%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 25%	▼ 4%
20-34 jaar	▼ 30%	▲ 10%
35-49 jaar	▲ 43%	▼ 5%
50-64 jaar	▲ 48%	▼ 5%
65 +	▲ 55%	▼ 5%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 52%	▼ 5%
Geen	▼ 8%	▲ 9%
Opleiding		
Hoog	▼ 31%	▼ 6%
Midden	▲ 44%	▲ 7%
Laag	▲ 53%	▼ 6%
Boodschapper		
Ja	▲ 45%	▲ 7%
Nee	▼ 38%	▼ 5%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 54%	▲ 11%
gemiddelde affiniteit	▲ 44%	▲ 6%
geen affiniteit	▼ 31%	▼ 3%



- ▼ Lager dan 'Allen'
- ▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Seats and Sofas, Prominent, Woonsquare, Beter Bed, Jysk, Kwantum en Leen Bakker

Netto bereik folders per branche* - Supermarkt / Slijterij

	Papieren folders	Digitale folders
Allen	74%	22%
Geslacht		
Man	▼ 72%	▼ 20%
Vrouw	▲ 77%	▲ 25%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 60%	▼ 9%
20-34 jaar	▼ 62%	▲ 27%
35-49 jaar	▲ 76%	▼ 22%
50-64 jaar	▲ 81%	▲ 24%
65 +	▲ 86%	▼ 20%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 86%	▼ 18%
Geen	▼ 35%	▲ 37%
Opleiding		
Hoog	▼ 66%	▲ 26%
Midden	▲ 78%	▼ 21%
Laag	▲ 81%	▼ 17%
Boodschapper		
Ja	▲ 75%	▲ 26%
Nee	▼ 74%	▼ 17%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 85%	▲ 28%
gemiddelde affiniteit	▼ 72%	▼ 20%
geen affiniteit	▼ 60%	▼ 15%



- ▼ Lager dan 'Allen'
- ▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Aldi, Lidl, Dirk, Coop, Albert Heijn, Plus en Gall&Gall

Netto bereik folders per branche* - Warenhuis

DDMA



	Papieren folders	Digitale folders
Allen	63%	16%
Geslacht		
Man	▼ 56%	▼ 12%
Vrouw	▲ 70%	▲ 19%
Leeftijd		
13-19 jaar	▼ 50%	▼ 8%
20-34 jaar	▼ 49%	▲ 19%
35-49 jaar	▲ 65%	▼ 14%
50-64 jaar	▲ 69%	▲ 16%
65 +	▲ 75%	▲ 17%
Ontvangt folders		
Wel	▲ 76%	▼ 13%
Geen	▼ 20%	▲ 24%
Opleiding		
Hoog	▼ 53%	▲ 17%
Midden	▲ 66%	▼ 16%
Laag	▲ 73%	▼ 15%
Boodschapper		
Ja	▲ 65%	▲ 18%
Nee	▼ 60%	▼ 12%
Affiniteit met branche		
sterke affiniteit	▲ 80%	▲ 23%
gemiddelde affiniteit	▲ 70%	▲ 18%
geen affiniteit	▼ 53%	▼ 12%



▼ Lager dan 'Allen'

▲ Hoger dan of gelijk aan 'Allen'

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

Deze branche bestaat uit de volgende folders: Blokker, Hema, OP=OP, Xenos, ANWB, Big Bazar en Intertoys

Begrippen en definities

Begrippen en definities (1)

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.

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

Begrippen en definities (2)

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.

Stedelijkheid: Op grond van de omgevingsadressendichtheid is aan iedere buurt, wijk of gemeente een stedelijkheidsklasse toegekend, met de volgende indeling:

- 1: zeer sterk stedelijk ≥ 2500 omgevingsadressen per km²
- 2: sterk stedelijk 1500 - < 2500 omgevingsadressen per km²
- 3: matig stedelijk 1000 - < 1500 omgevingsadressen per km²
- 4: weinig stedelijk 500 - < 1000 omgevingsadressen per km²
- 5: niet stedelijk < 500 omgevingsadressen per km²

Ontvangt papieren folders in brievenbus: heeft geen NEE/NEE of NEE/JA sticker of heeft JA/JA sticker (gemeente Amsterdam).

Ontvangt geen papieren folders in brievenbus: heeft een NEE/NEE of NEE/JA sticker, of heeft geen JA/JA sticker (gemeente Amsterdam).