

17 mei 2021

## Persbericht

### DMS 2021: nieuwe crossmediale bereikscijfers decision makers

*Op 17 mei lanceert Stichting NOM nieuwe mediabereikscijfers van Decision Makers in Nederland. Vergeleken met DMS 2020 zet de groei van digital verder door – de digitale replica's en apps stijgen in bereik, net als de websites van nieuwsmedia en/of management informatie. De meeste print-edities en de social media platformen zien een stagnatie in gebruik, maar ook hier zijn duidelijke groeiers aan te wijzen.*

#### **Mediabereik onder decision makers in Corona jaar verder gedigitaliseerd**

In het coronajaar 2020 is de groei van digitale nieuwsmedia in een stroomversnelling gekomen. Ditzelfde lijkt ook aan de hand te zijn onder decision makers. Een meerderheid van in beide jaren gemeten digitale replica's en apps groeien in bereik. Ook nagenoeg alle websites laten een stijging in gemiddeld bereik zien, sommige wel met 60-70%.

#### **Merkbereik stabiel**

Gemiddeld eindigen de print edities die zich op decision makers richten met een index 100, vergeleken met de publicatie van 2020. Omdat de digitale replica's stijgen, is het maandbereik van het merk behoorlijk stabiel te noemen.

#### **Social media polariseren**

Veelbesproken in het afgelopen jaar is de afkeer van een deel van de gebruikers van Twitter en Facebook. Onder de decision makers zien we inderdaad dat de daling van Twitter substantieel is. Facebook wordt echter nog even vaak gebruikt als in 2020. Opvallend zijn de stijgingen van YouTube en Instagram, het laatste platform tikt nu bijna het van ouds her zeer sterke LinkedIn onder decision makers aan. Social media worden in dit onderzoek door middel van een vragenlijst onderzocht, het gaat dus om geclaimd gedrag.

#### **Over DMS 2021**

Sinds 2021 is Stichting NOM verantwoordelijk voor het uitvoeren en de publicatie van Decision Makers Survey (DMS). Het veldwerk voor DMS 2021 heeft gelopen van april 2019 t/m december 2020. Het onderzoek is representatief voor decision makers in bedrijven met 2 of meer medewerkers in Nederland: 629.000 algemene directeuren, financiële directeuren en eindverantwoordelijken voor inkoop, verkoop, marketing, personeelszaken en automatisering in het bedrijfsleven en bij de semi-overheid.

Voor de publicatie DMS 2021 zijn 2.682 decision makers ondervraagd. Van de mediamerken die participeren in het onderzoek is het bereik van printedities, digitale replica's, radio- of televisiezender,

websites en apps en het hele mediamerk in kaart gebracht. Daarnaast zijn veel zakelijke websites gemeten, en wordt de gebruiksfrequentie van social media platformen, het luistergedrag naar radiozenders en het kijkgedrag van televisiezenders weergegeven.

Om een overzicht te krijgen van de belangrijkste ontwikkelingen kunt u een infographic van DMS 2021 downloaden op [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl).

---

***Noot voor de redactie:***

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Irena Petric, directeur NOM, via [nom@nommedia.nl](mailto:nom@nommedia.nl). Het persbericht en de infographic DMS 2021 is te downloaden op [www.nommedia.nl](http://www.nommedia.nl).