

# NOM FOLDER MONITOR 2018

# 1. Het onderzoek in het kort

# Het onderzoek

DDMA



## 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



Populatie: 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



96% 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

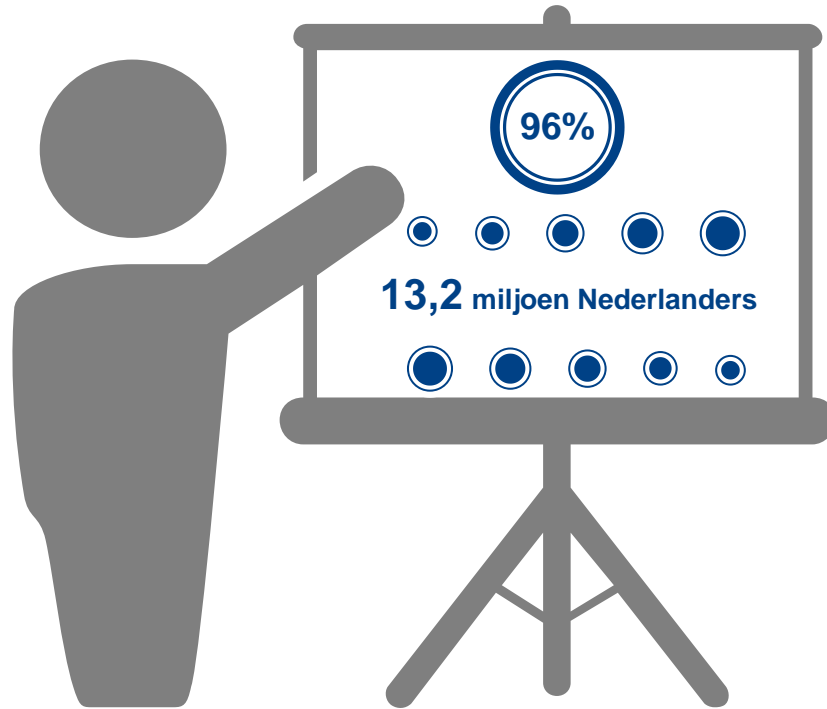
---

## 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?

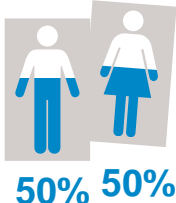
\* Nederlanders van 13 jaar of ouder, met toegang tot het internet

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

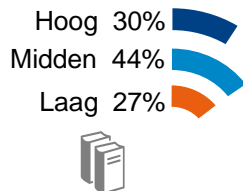
## Ontvangt papieren folders in brievenbus



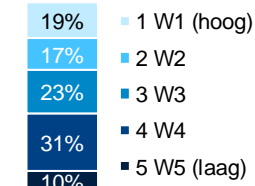
### Geslacht



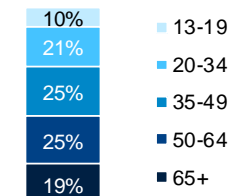
### Opleiding



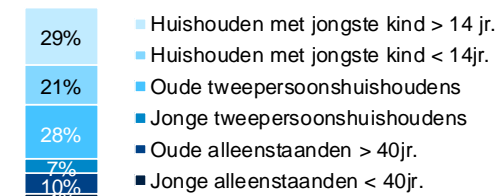
### Welstand



### Leeftijd



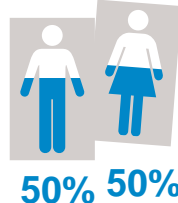
### Gezinsfase



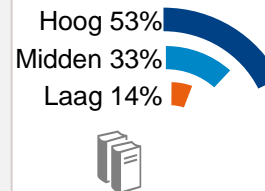
## Ontvangt geen papieren folders in brievenbus



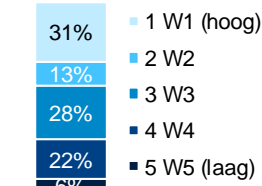
### Geslacht



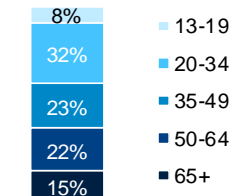
### Opleiding



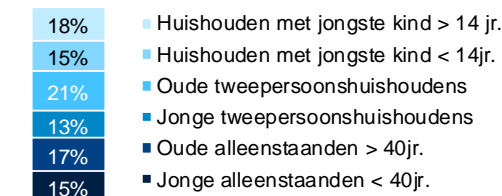
### Welstand



### Leeftijd



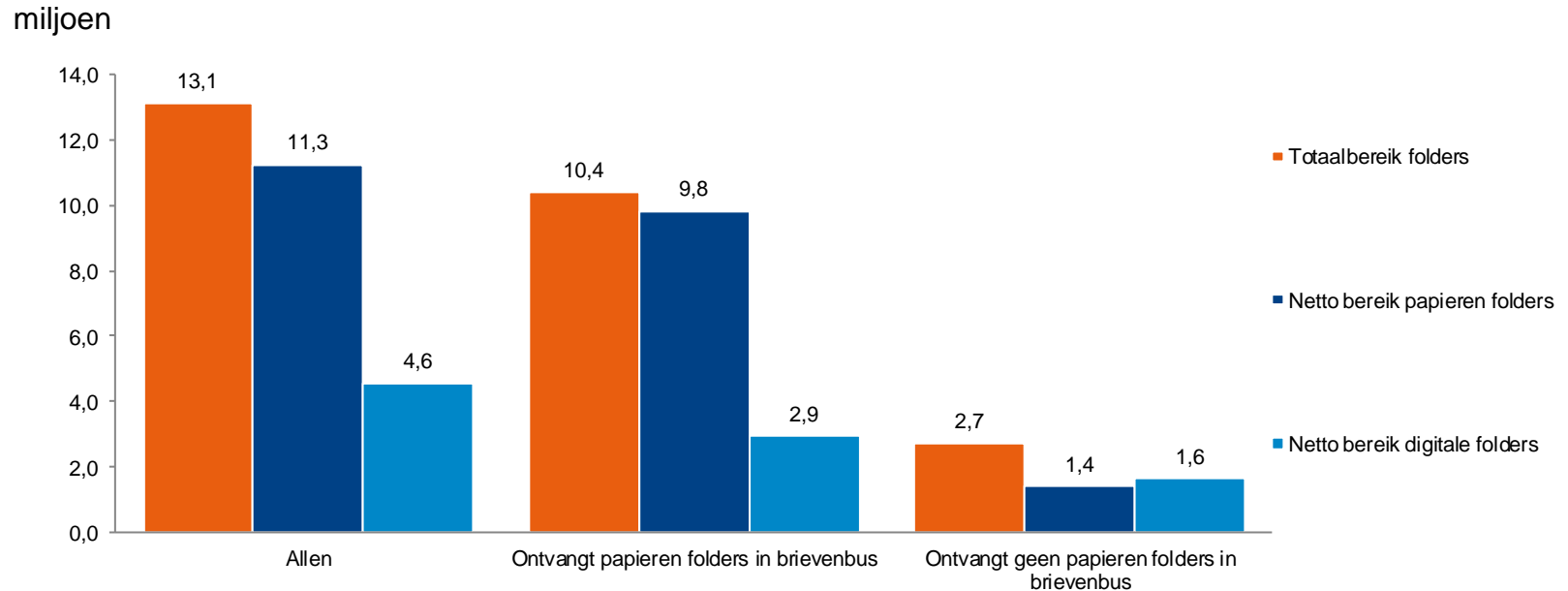
### Gezinsfase



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



## Bereik\* papieren en digitale folders

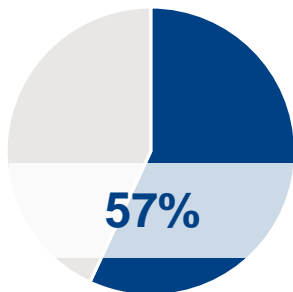


\*Totaal Bereik: Alle personen die in het afgelopen jaar (12 maanden) één of meer folders hebben bekeken of ingezien

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

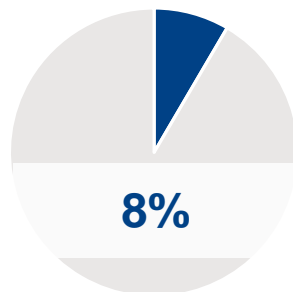
Exclusief netto bereik  
papieren folders



**7,9 miljoen Nederlanders**



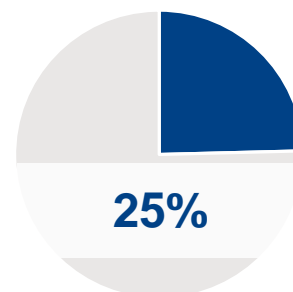
Exclusief netto bereik  
digitale folders



**1,2 miljoen Nederlanders**



Netto bereik papieren  
en digitale folders



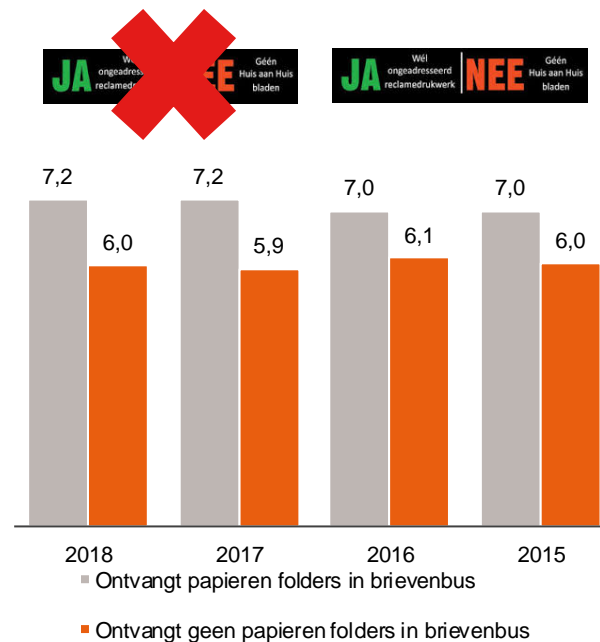
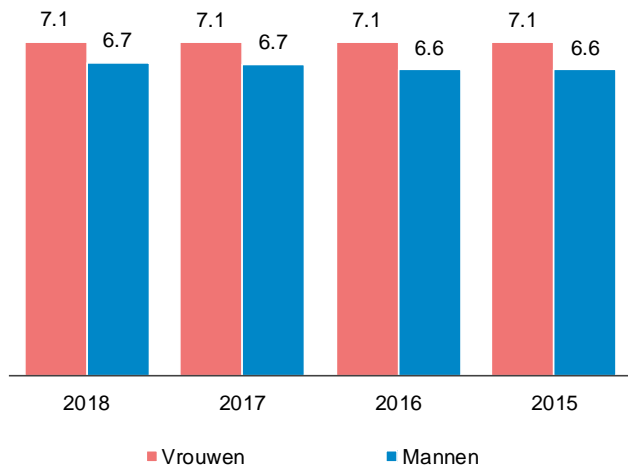
**3,4 miljoen Nederlanders**



Basis: allen

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

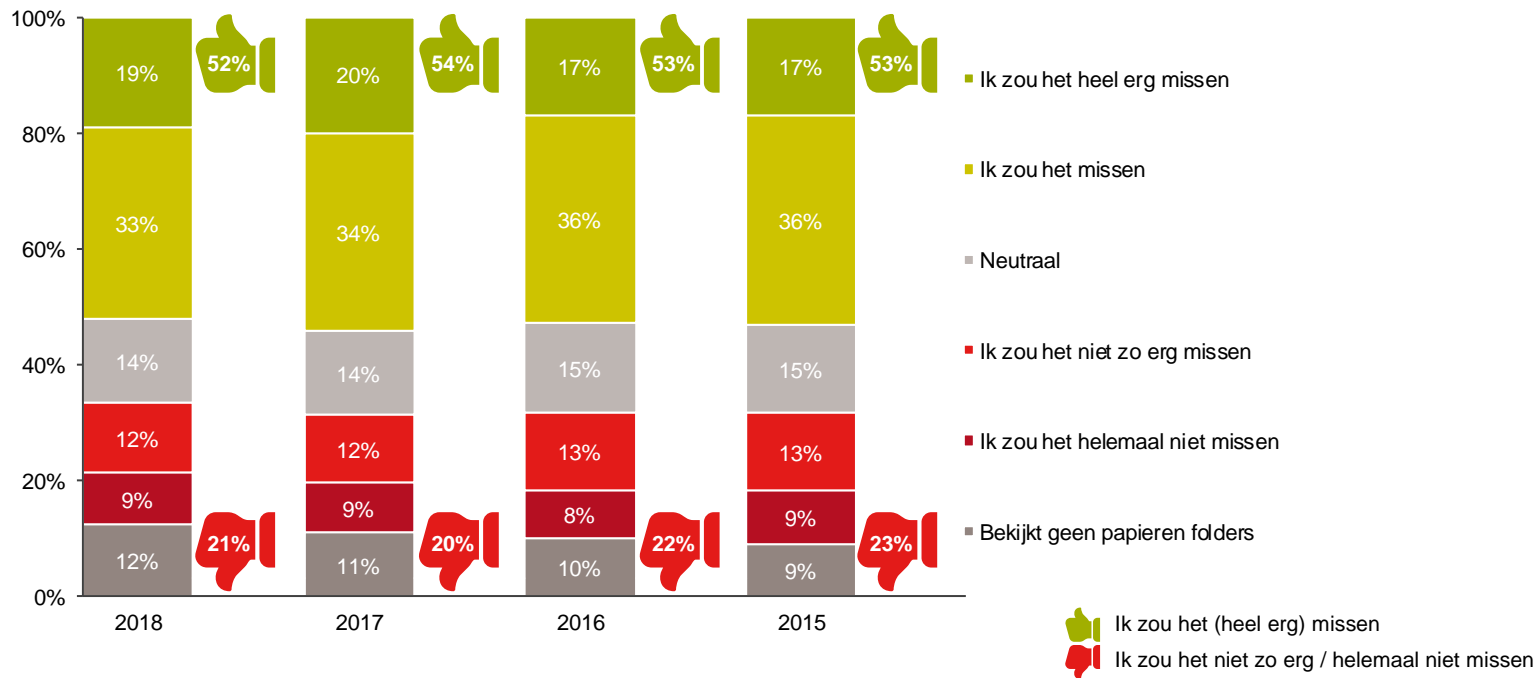
## Rapportcijfer folders



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



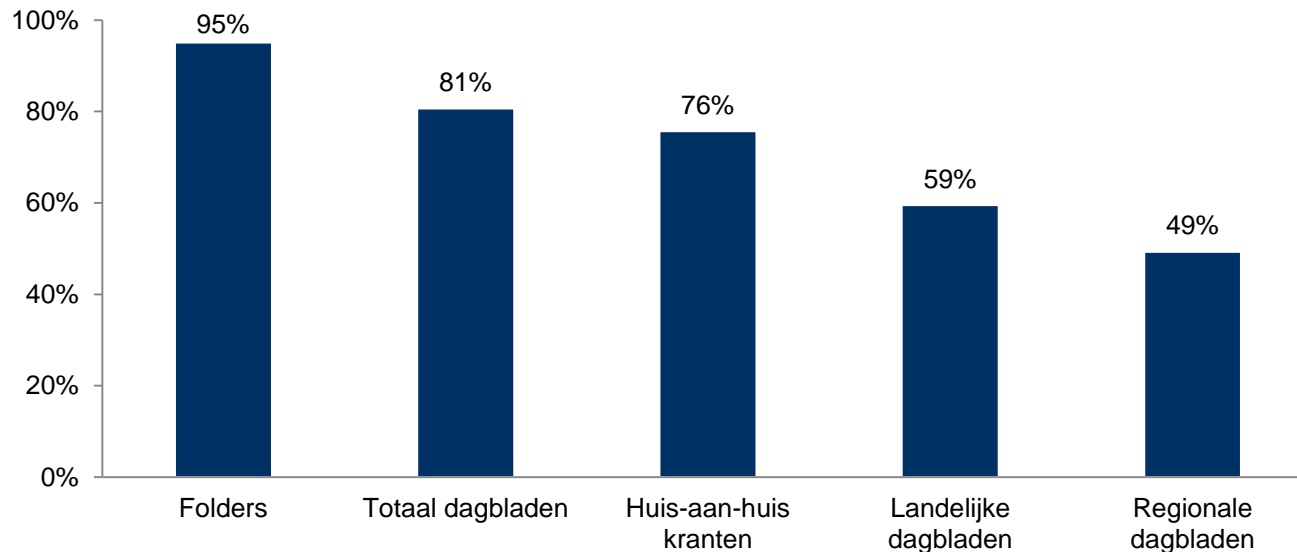
D8. In hoeverre zou u het missen als er geen papieren folders meer zouden verschijnen?

Basis: allen

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



Totaalbereik



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-II

Basis: allen

---

## 3.2 Redenen bekijken folders

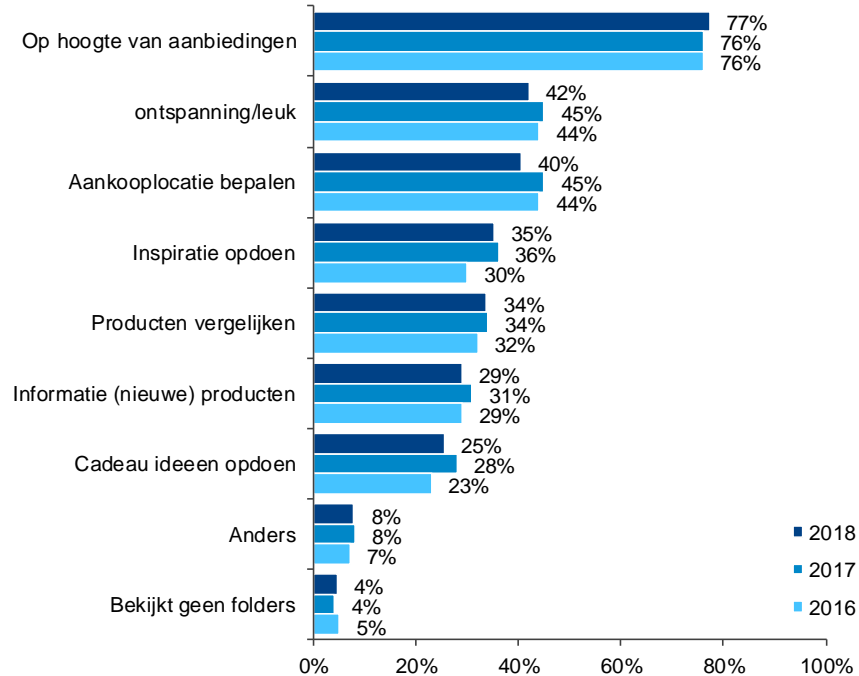
---



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



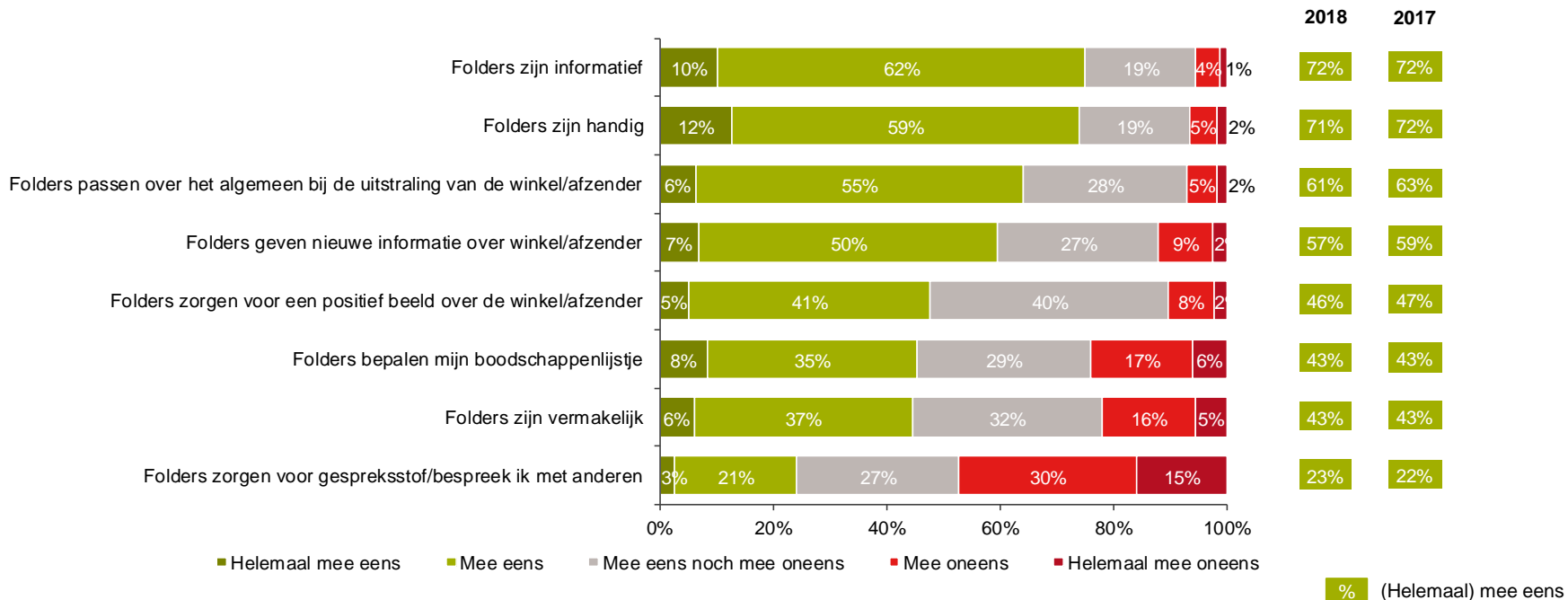
## Redenen bekijken folders



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?

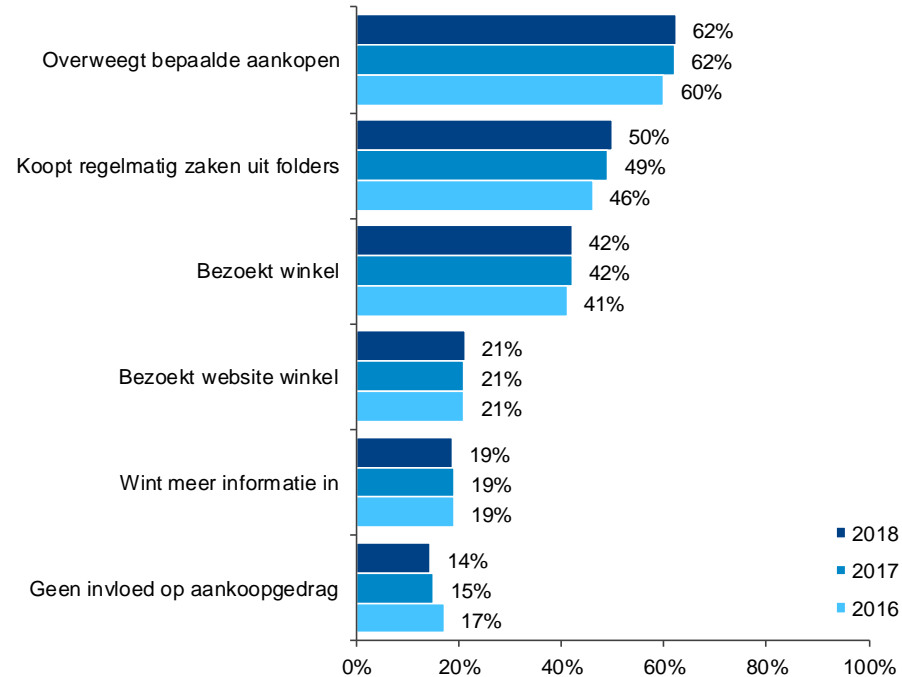
Basis: allen

# Folders zetten aan tot kopen en het bezoeken van de winkel

DDMA



## 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%

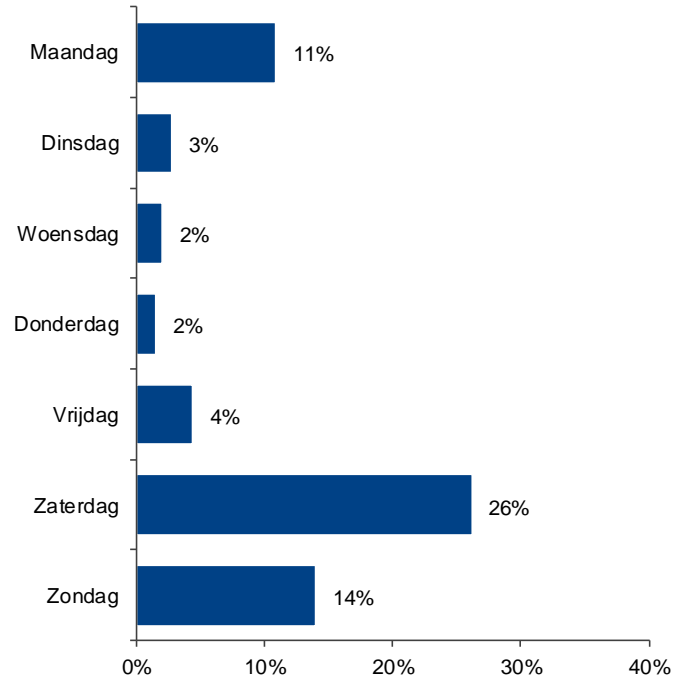
D9. Wat doet u na het bekijken/inzien van folders?

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 boodschoppers en vrouwen

DDMA



## Papieren folders

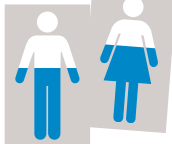
Boodschapper



55%



### Geslacht



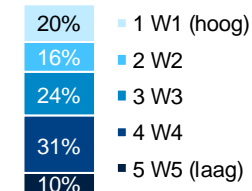
49% 51%

### Opleiding

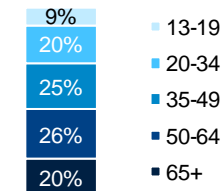
Hoog 32%  
Midden 43%  
Laag 26%



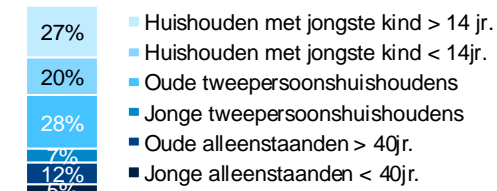
### Welstand



### Leeftijd



### Gezinsfase



## Digitale folders

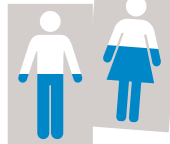
Boodschapper



63%



### Geslacht



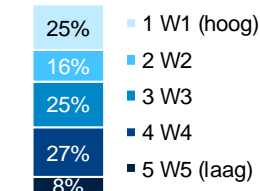
45% 55%

### Opleiding

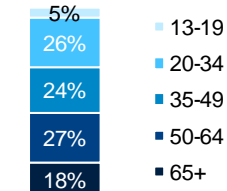
Hoog 41%  
Midden 40%  
Laag 19%



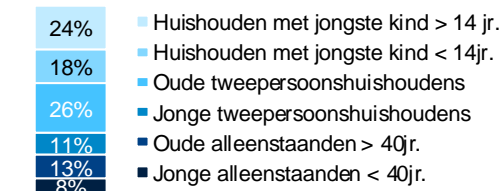
### Welstand



### Leeftijd



### Gezinsfase



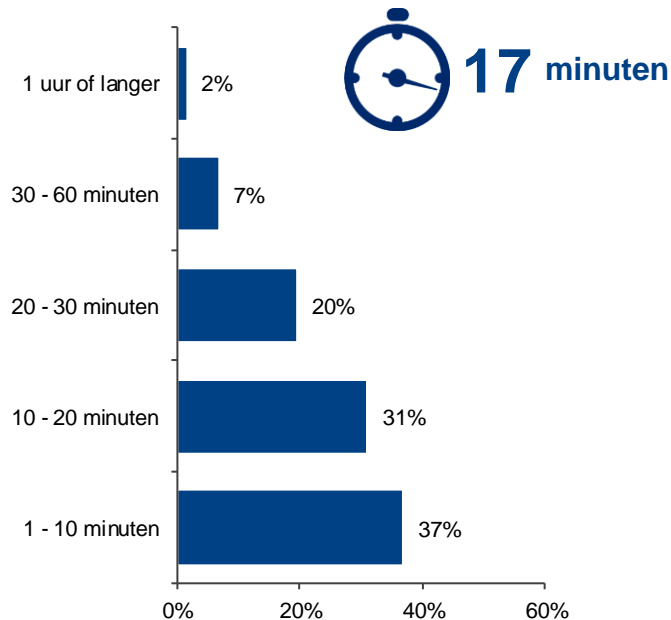


# Er wordt meer tijd besteed aan het bekijken van papieren folders dan aan digitale folders

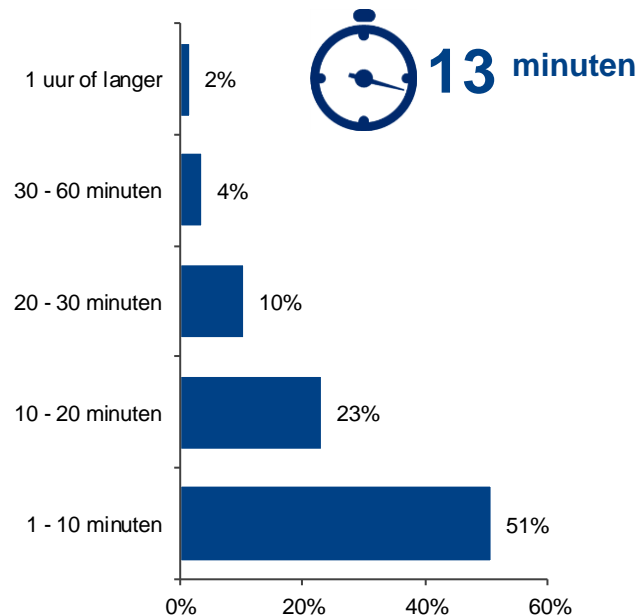
DDMA



## Papieren folder



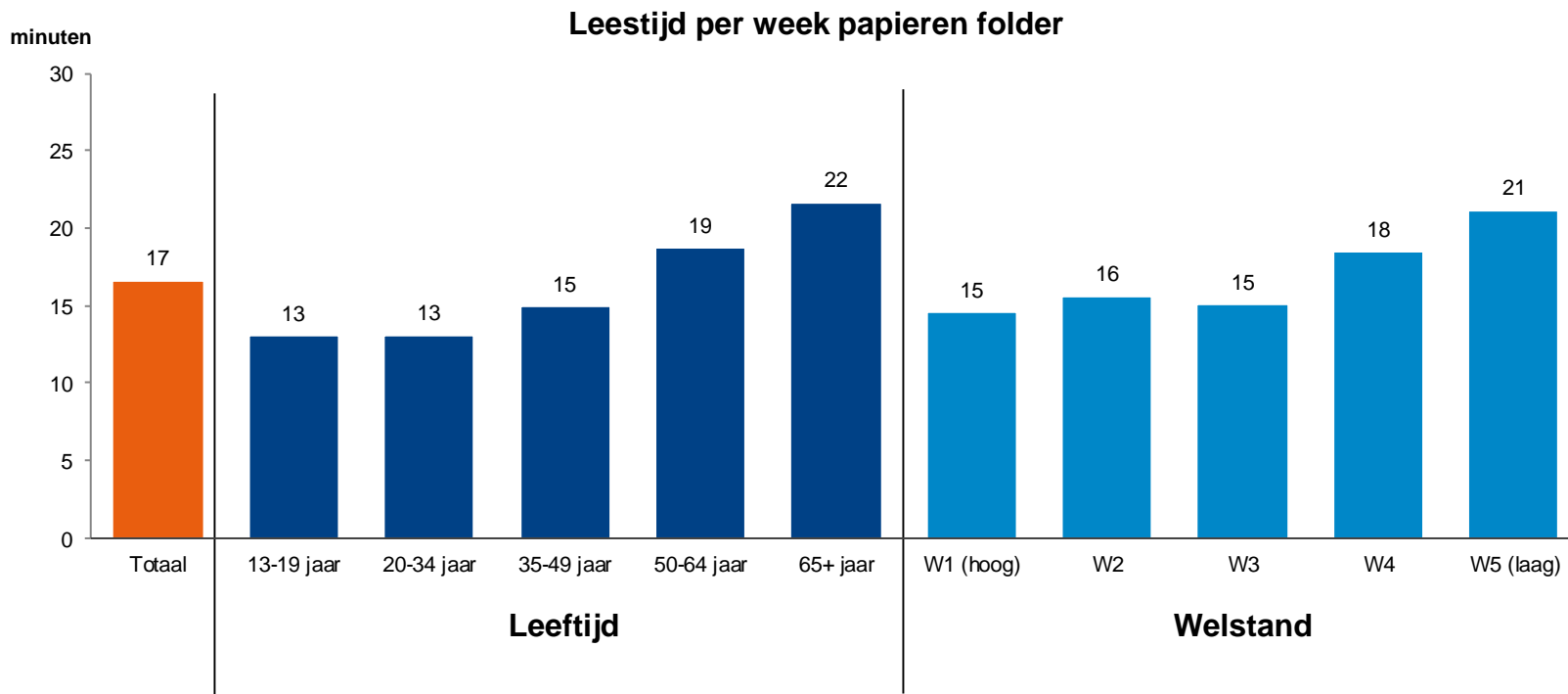
## Digitale folder



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

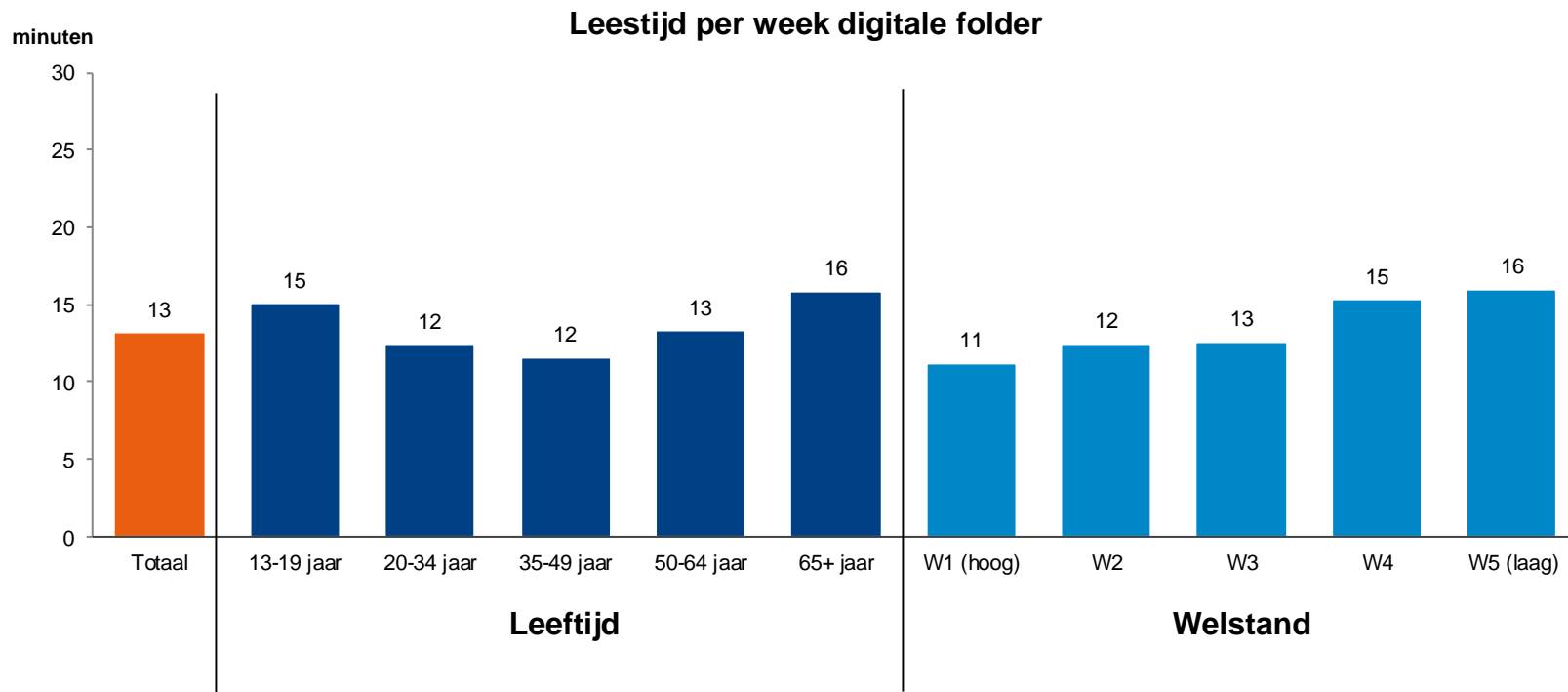
# Leestijd papieren folder het hoogst bij ouderen en lage welstand



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



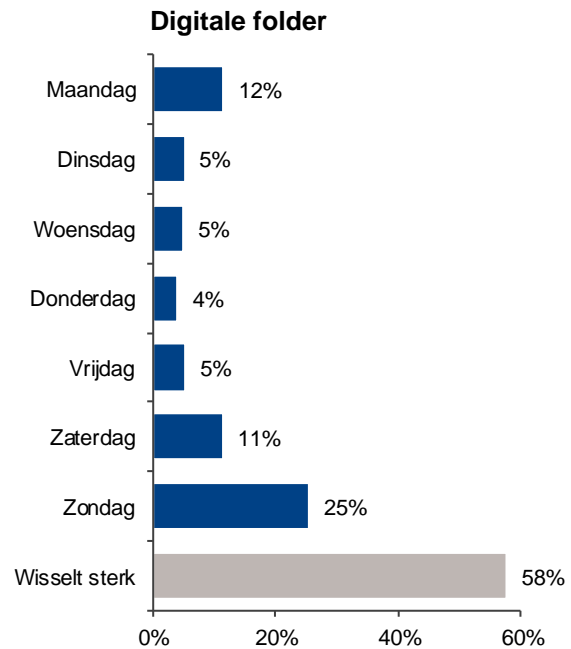
D3. Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan het bekijken/inzien van alle folders?

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



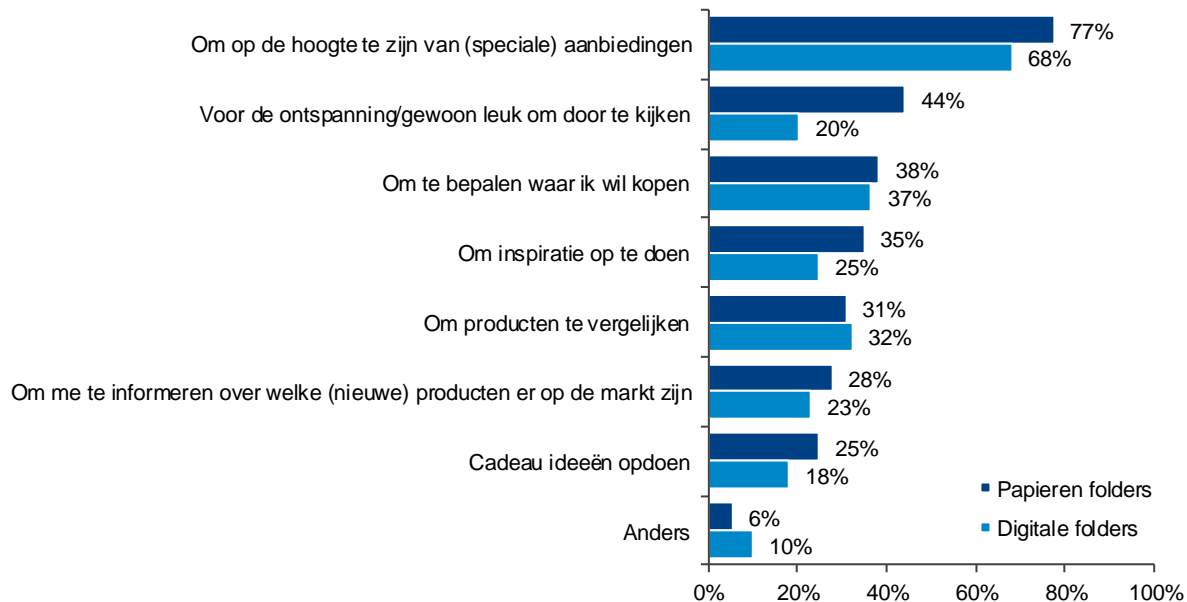
D2. Op welke dag(en) bekijkt u de folders meestal?

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



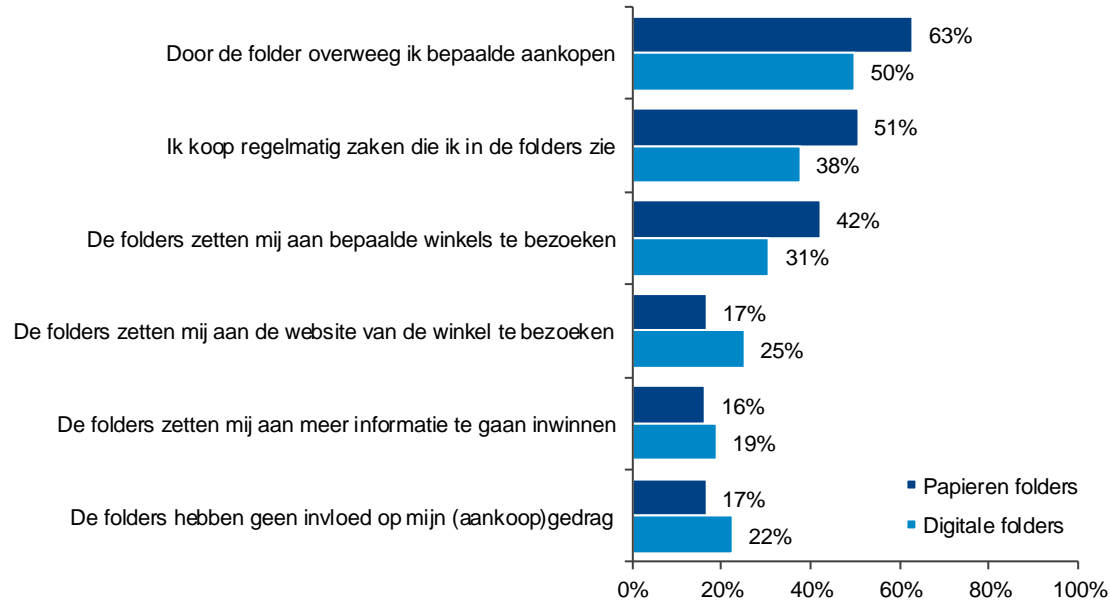
D4. Wat zijn voor u de belangrijkste redenen om folders te bekijken / in te zien?

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%

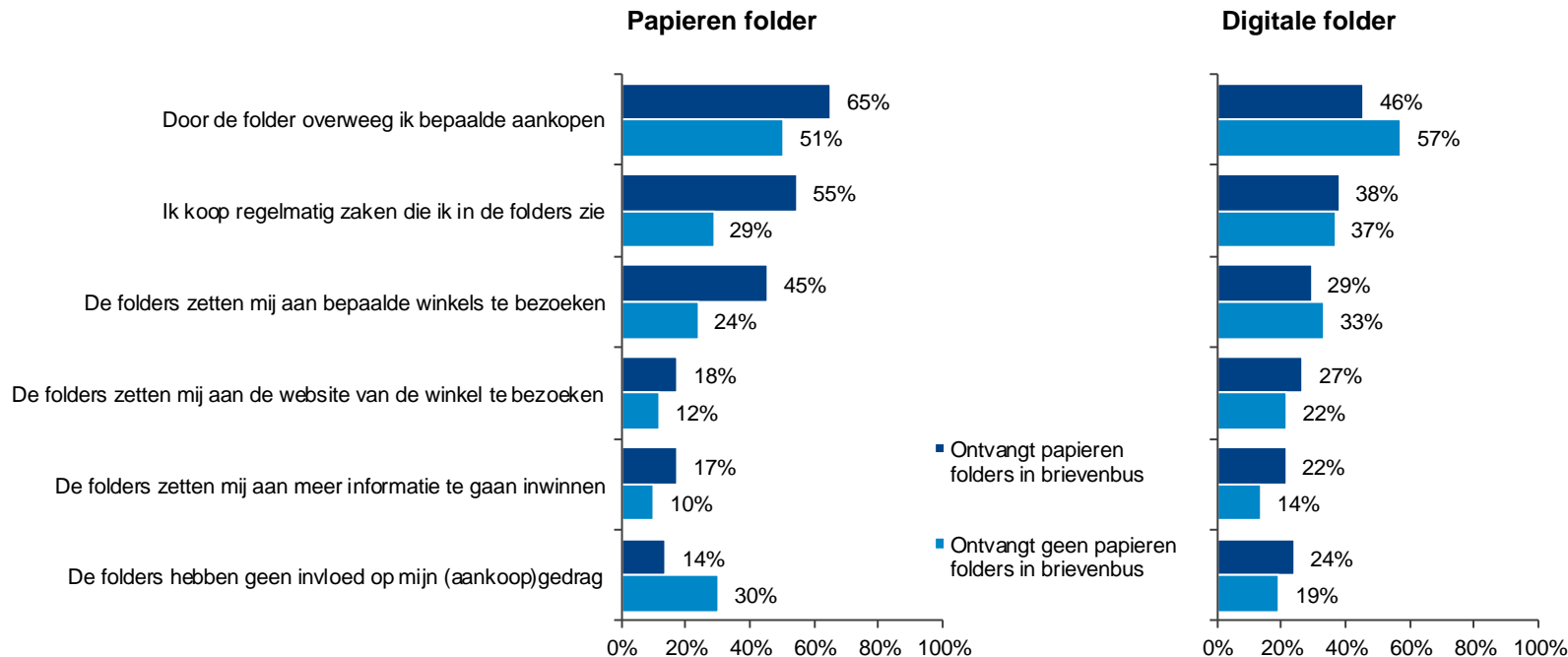
Digitale folders	Leeftijd				
	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
Door de folder overweeg ik bepaalde aankopen	37%	64%	54%	47%	31%
De folders zetten mij aan de website van de winkel te bezoeken	37%	30%	25%	21%	20%
Ik koop regelmatig zaken die ik in de folders zie	27%	47%	42%	37%	23%
De folders zetten mij aan 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



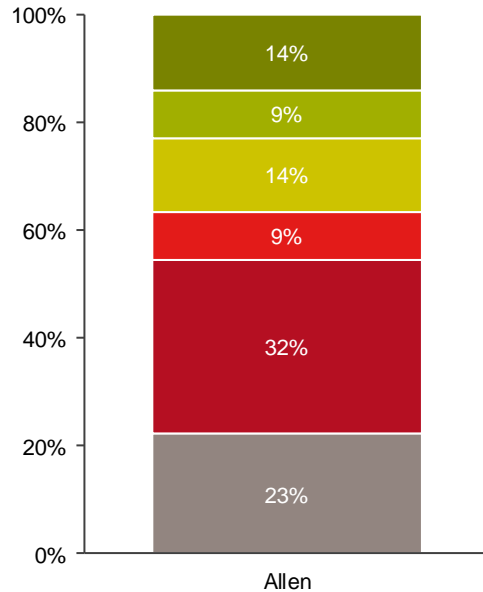
---

## 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%

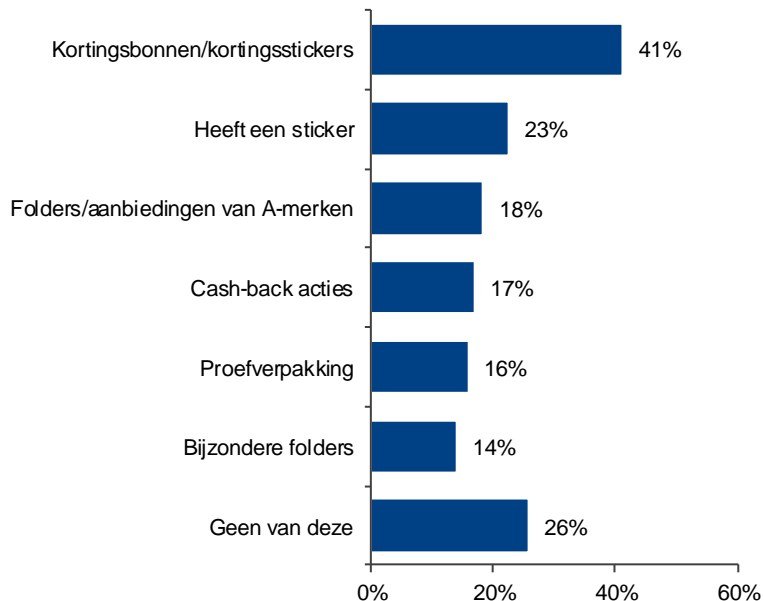
Bekend met A-merk folders  
45%

# 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.

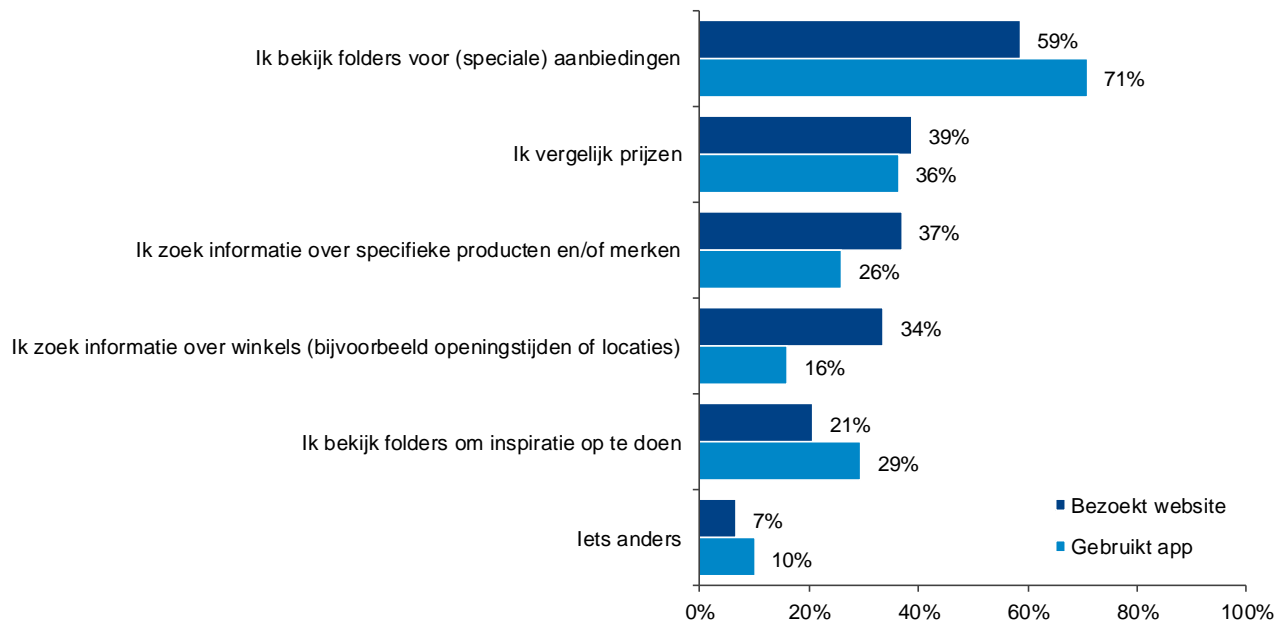


**2,3 miljoen Nederlanders**

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



## Redenen gebruik website en app



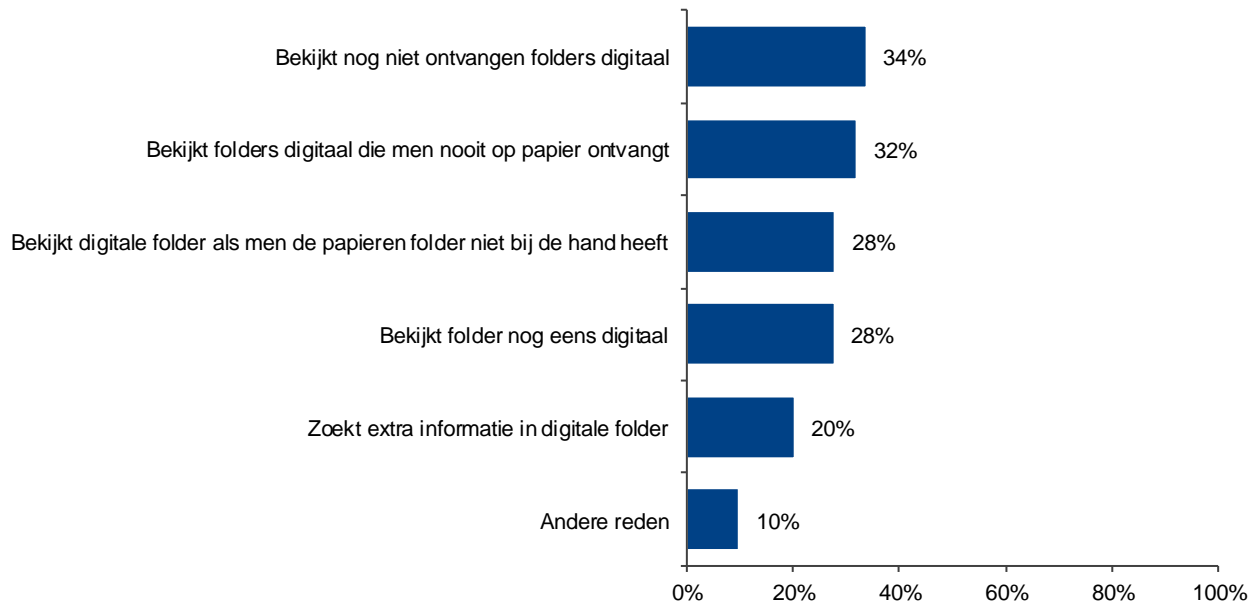
Basis: Bezoekt website of gebruikt app

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

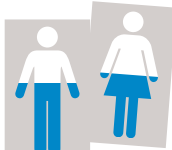
59%



### Ontvangt geen folders

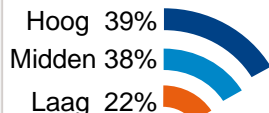
29%

### Geslacht

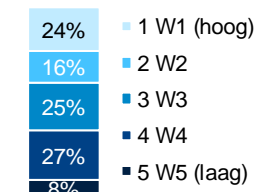


51% 49%

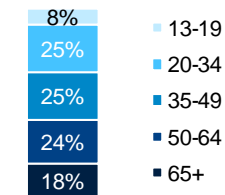
### Opleiding



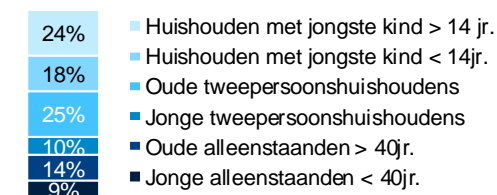
### Welstand



### Leeftijd



### Gezinsfase



## matig/weinig/niet stedelijk

### Boodschapper

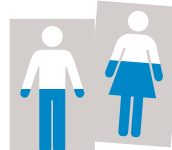
53%



### Ontvangt geen folders

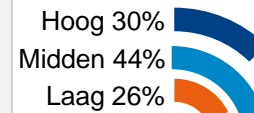
16%

### Geslacht

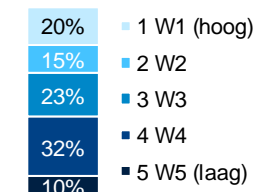


49% 51%

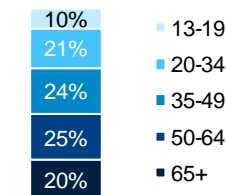
### Opleiding



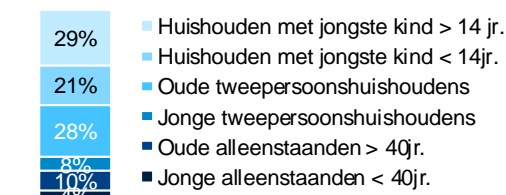
### Welstand



### Leeftijd

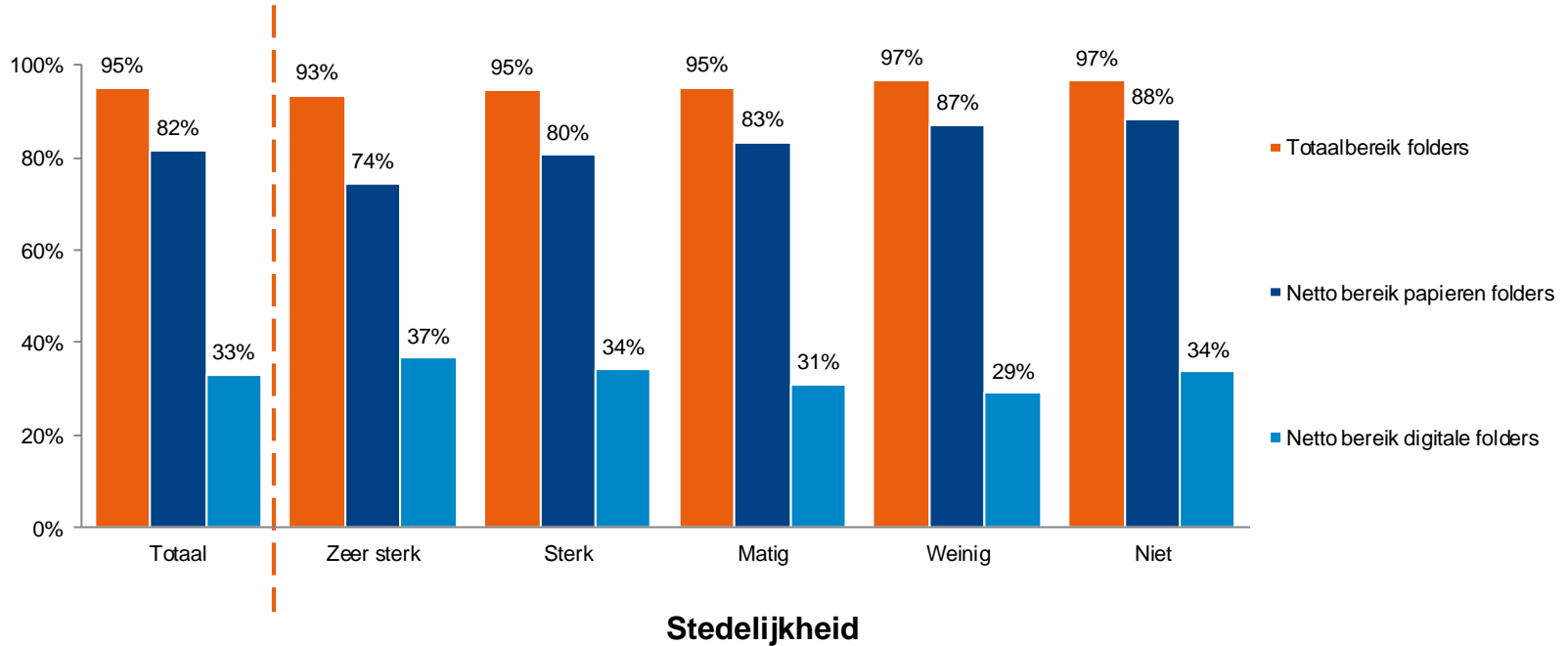


### Gezinsfase



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

## Bereik papieren en digitale folders



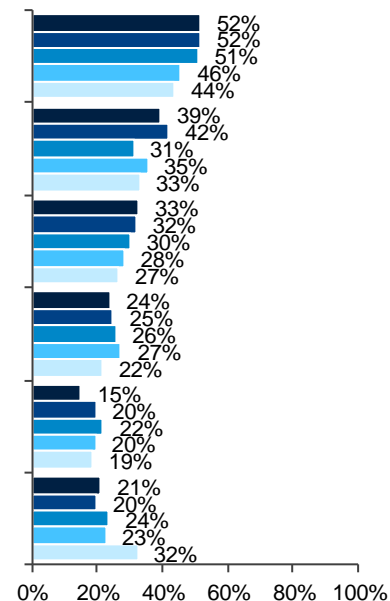
Basis: allen

# 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?

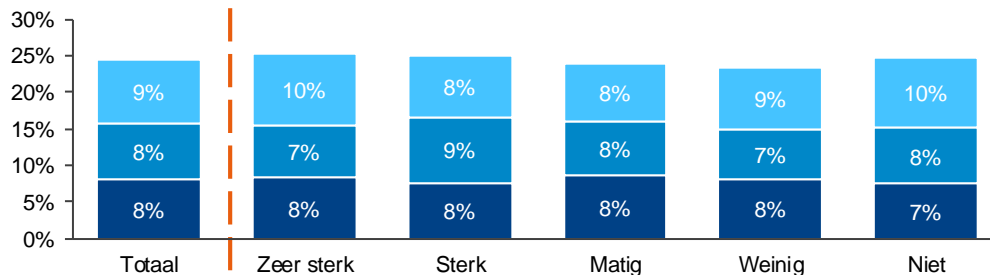
Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden papieren folder/digitale folder bekeken

# Gebruiksfrequentie verzamelwebsites en folderapps naar stedelijkheid

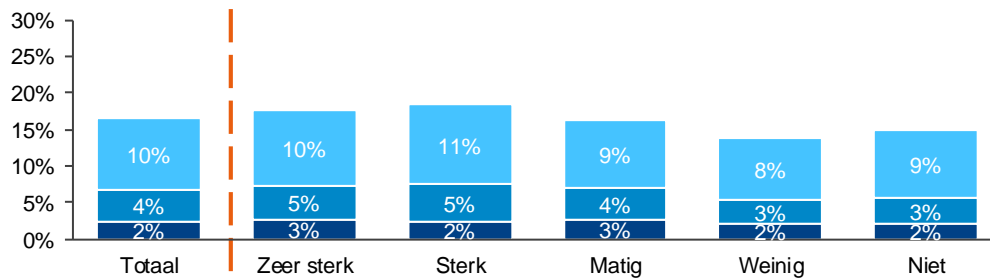


Website

## 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?

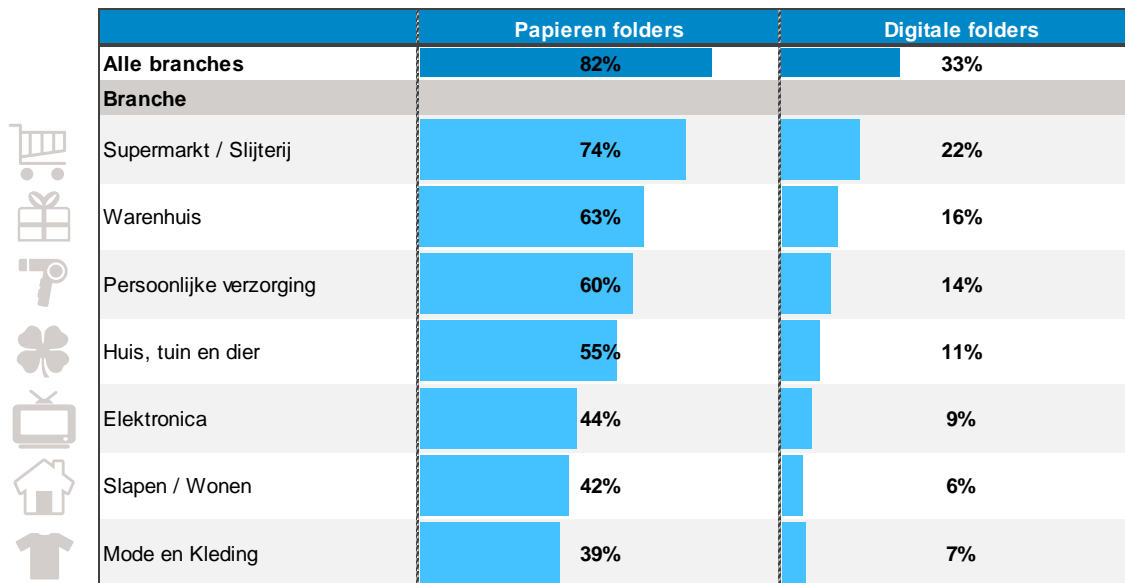
Basis: allen

---

## 3.7 Branchebereik folders

---

# Netto bereik folders per branche\*



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

# Netto bereik folders per branche\* - Elektronica

		Papieren folders		Digitale folders
<b>Allen</b>		<b>44%</b>		<b>9%</b>
<b>Geslacht</b>				
Man	▲	50%	▲	10%
Vrouw	▼	38%	▼	7%
<b>Leeftijd</b>				
13-19 jaar	▼	37%	▼	7%
20-34 jaar	▼	32%	▲	10%
35-49 jaar	▼	43%	▼	8%
50-64 jaar	▲	51%	▲	9%
65 +	▲	54%	▼	8%
<b>Ontvangt folders</b>				
Wel	▲	54%	▼	7%
Geen	▼	11%	▲	14%
<b>Opleiding</b>				
Hoog	▼	35%	▲	9%
Midden	▲	46%	▲	9%
Laag	▲	53%	▼	8%
<b>Boodschapper</b>				
Ja	▼	40%	▼	9%
Nee	▲	48%	▲	9%
<b>Affiniteit met branche</b>				
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
<b>Allen</b>	<b>55%</b>	<b>11%</b>
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 55%	▼ 10%
Vrouw	▲ 55%	▲ 11%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 31%	▼ 6%
20-34 jaar	▼ 38%	▲ 12%
35-49 jaar	▲ 59%	▼ 10%
50-64 jaar	▲ 66%	▲ 12%
65 +	▲ 70%	▼ 11%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 67%	▼ 9%
Geen	▼ 15%	▲ 18%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 45%	▲ 11%
Midden	▲ 58%	▲ 11%
Laag	▲ 64%	▼ 9%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 56%	▲ 12%
Nee	▼ 54%	▼ 9%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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
<b>Allen</b>	<b>39%</b>	<b>7%</b>
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 29%	▼ 4%
Vrouw	▲ 49%	▲ 10%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 25%	▲ 7%
20-34 jaar	▼ 29%	▲ 10%
35-49 jaar	▲ 40%	▼ 6%
50-64 jaar	▲ 43%	▼ 6%
65 +	▲ 51%	▼ 6%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 49%	▼ 6%
Geen	▼ 7%	▲ 9%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 28%	▼ 5%
Midden	▲ 41%	▲ 8%
Laag	▲ 52%	▲ 8%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 45%	▲ 9%
Nee	▼ 31%	▼ 4%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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
<b>Allen</b>	<b>60%</b>	<b>14%</b>
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 51%	▼ 9%
Vrouw	▲ 68%	▲ 19%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 51%	▼ 10%
20-34 jaar	▼ 47%	▲ 20%
35-49 jaar	▲ 61%	▼ 14%
50-64 jaar	▲ 64%	▼ 12%
65 +	▲ 72%	▼ 11%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 72%	▼ 11%
Geen	▼ 18%	▲ 24%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 49%	▲ 15%
Midden	▲ 63%	▲ 14%
Laag	▲ 70%	▼ 12%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 63%	▲ 18%
Nee	▼ 56%	▼ 9%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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

	Papieren folders	Digitale folders
<b>Allen</b>	42%	6%
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 37%	▼ 4%
Vrouw	▲ 47%	▲ 8%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 25%	▼ 4%
20-34 jaar	▼ 30%	▲ 10%
35-49 jaar	▲ 43%	▼ 5%
50-64 jaar	▲ 48%	▼ 5%
65 +	▲ 55%	▼ 5%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 52%	▼ 5%
Geen	▼ 8%	▲ 9%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 31%	▼ 6%
Midden	▲ 44%	▲ 7%
Laag	▲ 53%	▼ 6%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 45%	▲ 7%
Nee	▼ 38%	▼ 5%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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
<b>Allen</b>	<b>74%</b>	<b>22%</b>
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 72%	▼ 20%
Vrouw	▲ 77%	▲ 25%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 60%	▼ 9%
20-34 jaar	▼ 62%	▲ 27%
35-49 jaar	▲ 76%	▼ 22%
50-64 jaar	▲ 81%	▲ 24%
65 +	▲ 86%	▼ 20%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 86%	▼ 18%
Geen	▼ 35%	▲ 37%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 66%	▲ 26%
Midden	▲ 78%	▼ 21%
Laag	▲ 81%	▼ 17%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 75%	▲ 26%
Nee	▼ 74%	▼ 17%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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

	Papieren folders	Digitale folders
<b>Allen</b>	<b>63%</b>	<b>16%</b>
<b>Geslacht</b>		
Man	▼ 56%	▼ 12%
Vrouw	▲ 70%	▲ 19%
<b>Leeftijd</b>		
13-19 jaar	▼ 50%	▼ 8%
20-34 jaar	▼ 49%	▲ 19%
35-49 jaar	▲ 65%	▼ 14%
50-64 jaar	▲ 69%	▲ 16%
65 +	▲ 75%	▲ 17%
<b>Ontvangt folders</b>		
Wel	▲ 76%	▼ 13%
Geen	▼ 20%	▲ 24%
<b>Opleiding</b>		
Hoog	▼ 53%	▲ 17%
Midden	▲ 66%	▼ 16%
Laag	▲ 73%	▼ 15%
<b>Boodschapper</b>		
Ja	▲ 65%	▲ 18%
Nee	▼ 60%	▼ 12%
<b>Affiniteit met branche</b>		
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  $\geq 2500$  omgevingsadressen per km<sup>2</sup>
- 2: sterk stedelijk 1500 -  $< 2500$  omgevingsadressen per km<sup>2</sup>
- 3: matig stedelijk 1000 -  $< 1500$  omgevingsadressen per km<sup>2</sup>
- 4: weinig stedelijk 500 -  $< 1000$  omgevingsadressen per km<sup>2</sup>
- 5: niet stedelijk  $< 500$  omgevingsadressen per km<sup>2</sup>

**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).