

CIM BPS

2025



Inleiding

Het CIM publiceert vandaag de resultaten van zijn meest recente Belgian Publishing Survey (BPS). Deze studie meet het bereik van de persmerken, ongeacht of ze in een papieren versie of een digitale versie geraadpleegd worden.

In dit veldwerk zijn belangrijke methodologische veranderingen doorgevoerd met het oog op vereenvoudiging en optimalisatie (vragenlijsten, rekrutering, aantal enquêtes, enz.). Deze winst in efficiëntie heeft onder meer als doel dat uitgevers zich kunnen concentreren op nieuwe projecten, met bijzondere aandacht voor digitale en crossplatformmetingen van de pers in het kader van het nieuwe CIM One.





Resultaten BPS 2025

De gegevens hebben betrekking tot de periode oktober 2024 t/m mei 2025, waarbij in totaal 4.316 (8.316 samen met de interviews van het veldwerk 2024) interviews werden afgenomen (16 jaar en ouder).

Zoals gebruikelijk presenteert het CIM verschillende indicatoren:

- De indicator 'Papier + Digitale Edities' meet het bereik van een gemiddeld nummer, of deze nu op papier of via de digitale editie* (Replica) worden gelezen.
- De indicator 'Brand' geeft het volledige bereik van de persmerken, inclusief het webbereik op de sites of applicaties. Dit bereik is het resultaat van de fusie tussen de gegevens van de BPS en het webbereik uit de CIM Internet studie.

Deze publicatie is daarom een gelegenheid om enkele resultaten te belichten. De intekenaars van de Persbereiksstudie hebben uiteraard toegang tot alle resultaten via de software.

De pers:

Evoluties vs Stabiliteit

Onafhankelijk van de evoluties op titelniveau en in de verschillende leesgewoonten blijven de resultaten per type pers uitzonderlijk stabiel ten opzichte van vorig jaar. Dit lijkt te wijzen op een stabiele lezersbasis die

hun leesportfolio optimaliseert, waardoor een zekere “fluïditeit” ontstaat tussen titels en tussen platformen, zoals ook bij andere media te zien is.



84,9%

van de Belgen raadpleegt minstens een papieren of digitale editie van een persmerk **elke maand**.



56,1%

van de Belgen raadpleegt elke dag een dagbladmerk.



93,7%

van de Belgen raadpleegt minstens één persmerk **elke maand**.

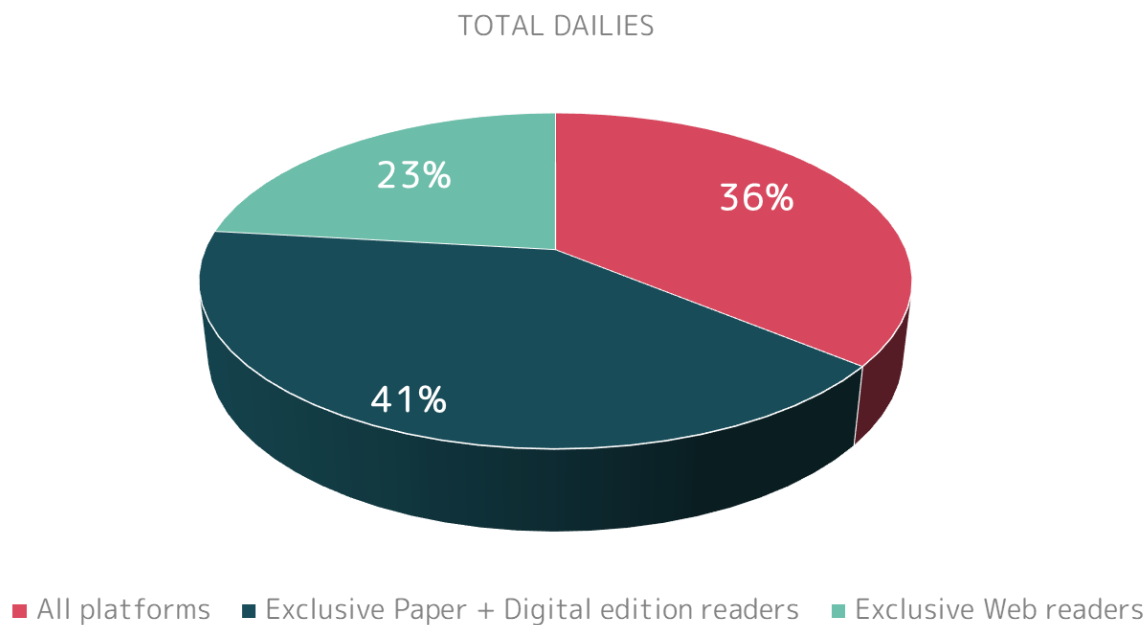


78,1%

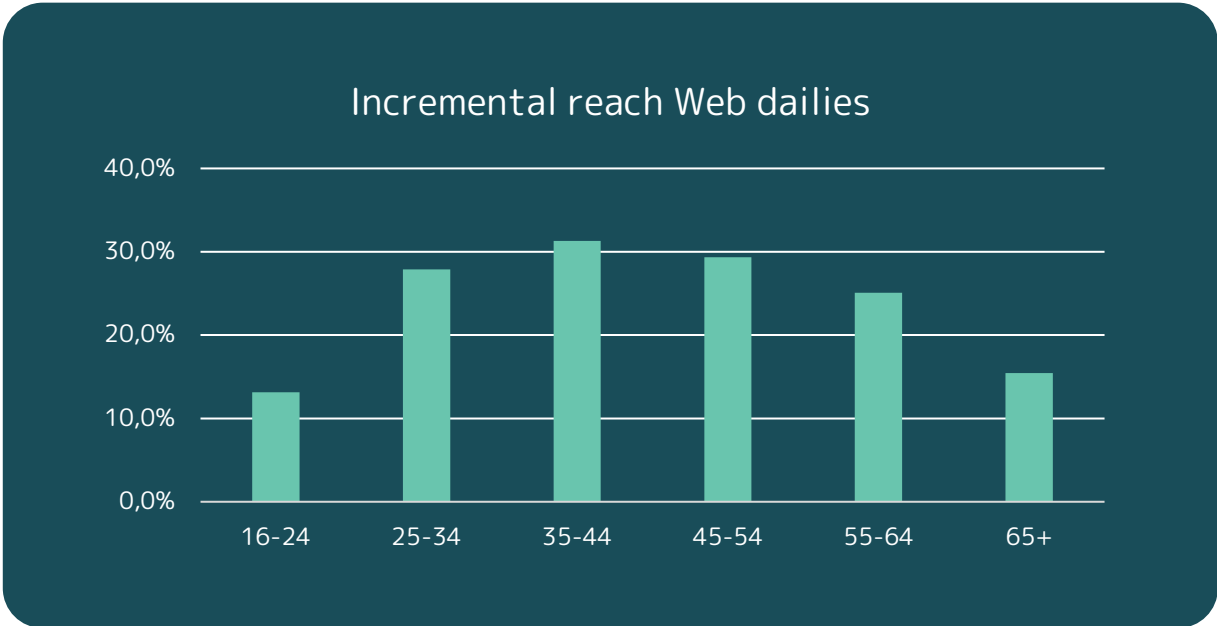
van de Belgen raadpleegt **elke maand** een tijdschriftenmerk.

Keuze van platformen

De verdeling van de leesgewoonten bij dagbladen illustreert goed deze nieuwe diversiteit in consumptiegedrag en de positieve reactie van lezers op de digitaliserings- en diversificatiestrategieën in het aanbod van de uitgevers (bijv. afwisselende abonnementen, digitale toegang, enz.).

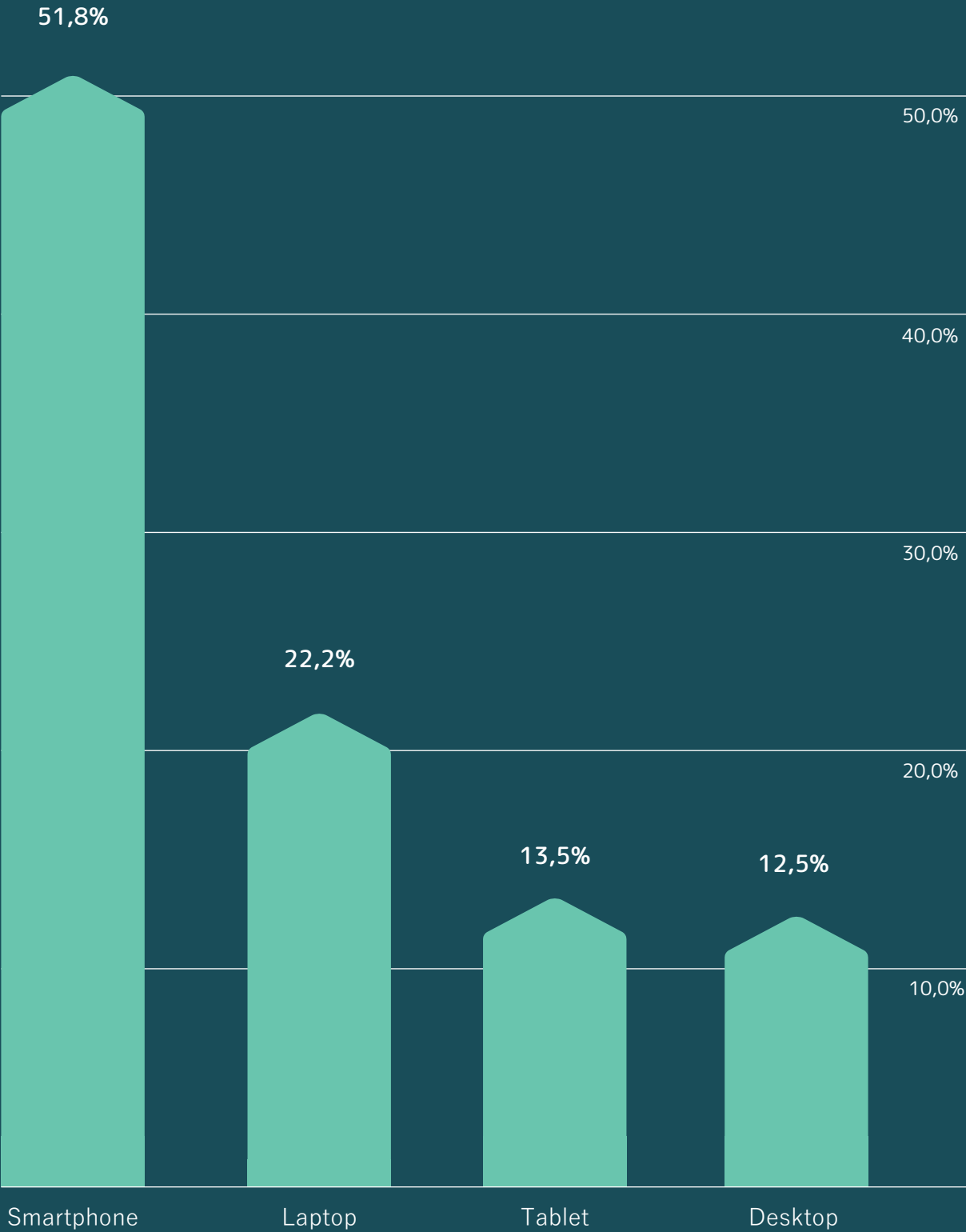


Het webaanbod van de uitgevers zorgt voor een aanzienlijk aanvullend bereik ten opzichte van het lezen per editie (papieren of digitale versie). Deze alternatieve leesvorm wordt vooral gebruikt door actieve leeftijdsgroepen.



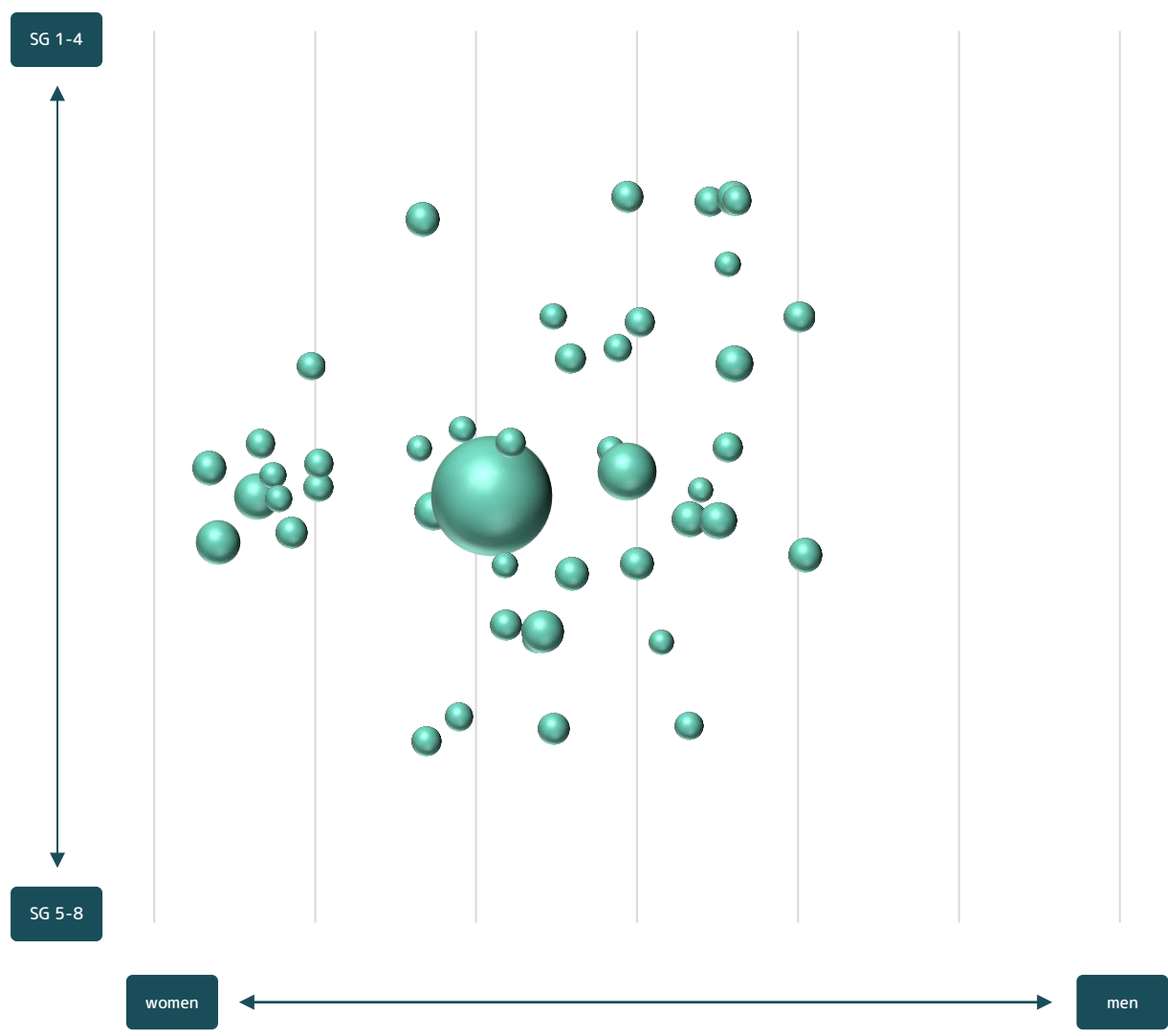
Devices used to consult news of magazine website/app

De smartphone blijft veruit het meest gebruikte toestel om websites of apps van persmerken te raadplegen.



Keuze van inhoud

Naast de keuzes die lezers maken tussen verschillende platformen, toont de grafiek een grote spreiding in het bereik en de profielen van tijdschriften. Dit illustreert de diversiteit en complementariteit van de beschikbare titels.



Verschillende leesgewoonten

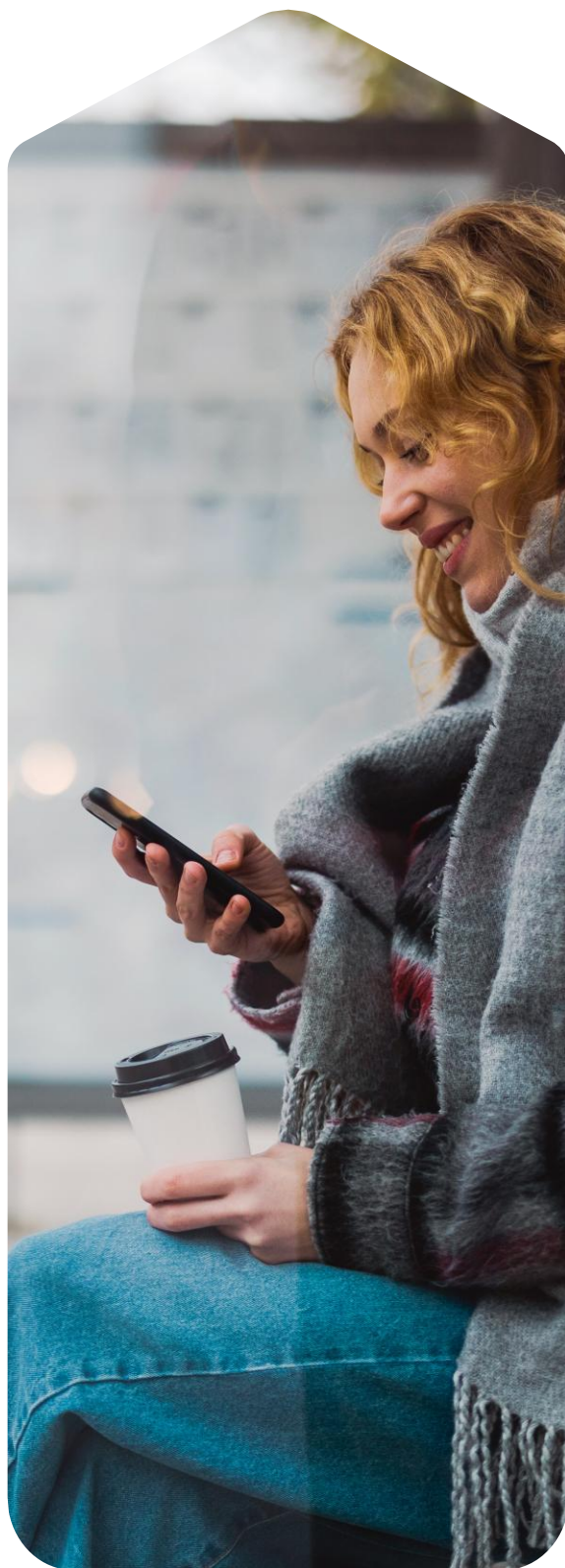
Er zijn ook verschillen tussen tijdschriften en dagbladen in de manier waarop de inhoud wordt gelezen, wat erop wijst dat ze waarschijnlijk in verschillende contexten worden gelezen.

39,5%

van de dagbladlezers
(papieren of digitale versie)
raadpleegt hetzelfde
exemplaar verschillende
keren.

47,3%

Dit cijfer stijgt tot 47,3%
voor tijdschriften, wat wijst
op andere leesritmes in
vergelijking met dagbladen.





Volg onze socials om niets te missen



LinkedIn
www.linkedin.com/company/cim-belgium

CIM Newsletter
Abonneer hier: www.cim.be/nl/newsletters

IHECS Bruxelles
A. Reyerslaan 80
1030 Brussel

+32 (2) 661 31 50

info@cim.be

CIM.BE