

# Adverteren per doelgroep



# Onderwijs

Binnen het productportfolio van HDC Media neemt de onderwijssector een steeds belangrijkere plaats in. Een logische ontwikkeling gezien het lezersprofiel van de dagbladen van HDC Media: maar liefst 45% van de lezers van deze dagbladen (378.000 personen) maakt deel uit van een huishouden met (schoolgaande) kinderen.\*

## Onderwijsplatform NextStep2009

Redactionele artikelen over ontwikkelingen in het onderwijs en advertenties van onderwijs(gerelateerde) instellingen voorzien duidelijk in een informatiebehoefte van de lezer. Deze behoefte wordt door HDC Media vervuld via een voor de lezersdoelgroep duidelijk herkenbaar onderwijsplatform: NextStep2009.



## Contactmomenten voor scholen en werkgevers

NextStep2009 biedt een communicatiemogelijkheid rondom belangrijke gebeurtenissen tijdens het schooljaar: aan het begin wanneer de scholen en de meeste cursussen en opleidingen weer beginnen, halverwege wanneer de keuze voor een vervolgopleiding relevant wordt en aan het eind van het schooljaar wanneer de eindexamens zijn geweest.

Meerdere contactmomenten dus waardoor onderwijsinstellingen en aanbieders van cursussen en opleidingen, werkgevers (al dan niet met leerwerkbanen) en andere adverteerders optimaal in staat worden gesteld om zich op jongeren en hun ouders (belangrijke medebeslissers) te richten.

## Cursussen & Opleidingen

Deze fullcolour advertentiepagina's verschijnen in augustus en september en zijn de uitgelezen mogelijkheid om nieuw te starten cursussen of opleidingen onder de aandacht te brengen van de lezers van de dagbladen van HDC Media. Hiervan geven 179.000 personen aan op reclame over cursussen en opleidingen te letten.\*\*

## Onderwijsbijlage & Open Dag pagina's

De Onderwijsbijlage informeert leerlingen uit het basis- en middelbaar onderwijs over Open Dagen en de mogelijkheden van vervolgonderwijs. Deze fullcolour bijlage verschijnt in januari bij het dagblad.

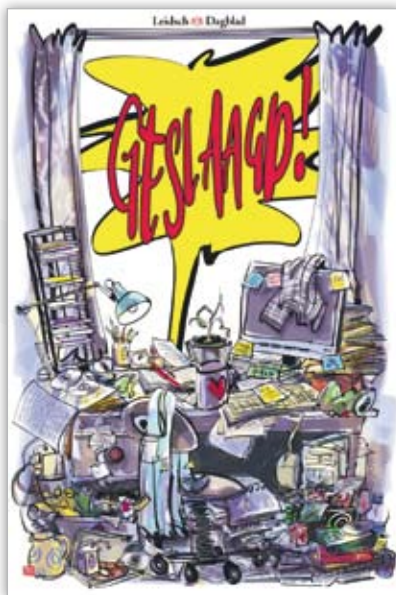
Aangezien veel onderwijsinstellingen ook Open Dagen in de maanden februari tot en met mei houden biedt HDC Media een extra mogelijkheid om deze te communiceren: namelijk via de fullcolour Open Dag pagina's in februari, maart en april.

## Geslaagdenkatern

In juni verschijnt als extra katern bij de dagbladen van HDC Media het Geslaagdenkatern. In dit katern wordt redactioneel aandacht besteed aan de eindexamens: zo worden o.a. de namen van de geslaagden vermeld. Daarnaast verschijnen er (overwegend) fullcolour advertentiepagina's die naast advertenties ook gevuld zullen zijn met gratis e-mail felicitatieberichten.

\* NOM Print Monitor, 2007-II / 2008-I.

\*\* NOM Doelgroep Monitor, 2006-III / 2007-II.



# Wonen, mode & lifestyle

## Wonen

De ontwikkelingen in deze branche volgen elkaar in steeds sneller tempo op. De waarde van een prettige thuisomgeving is voor consumenten steeds belangrijker gebleken. Consumenten vragen echter niet zozeer om producten maar om een 'woonoplossing'. De behoefte aan inspiratie, goed advies en service neemt toe. Daarmee wordt het belang van een heldere communicatiestrategie van de ondernemer belangrijker.

- De dagbladen van HDC Media bereiken 44% van de mensen in het verspreidingsgebied die geïnteresseerd zijn in woonideeën en maar liefst 48% van de mensen die geïnteresseerd zijn in planten en bloemen.\*

## Mode & lifestyle

De consument is zeer modegevoelig. Dit houdt niet op bij kleding, maar betreft bijvoorbeeld ook wonen, persoonlijke verzorging & cosmetica. Modetrends volgen elkaar in snel tempo op. De consument wil steeds iets anders. De omloopsnelheden van collecties wisselen bijna wekelijks. Het winkelend publiek let op aanbiedingen van kleding. HDC Media bereikt met haar dagbladen maar liefst 51% van de mensen die letten op aanbiedingen. Daarnaast komen deze mensen uit de hogere sociale klassen. Naast het tijdschrift zijn de televisie en de krant de voornaamste informatiebronnen voor mode en cosmetica.

- De dagbladen van HDC Media bereiken bijna de helft van de mensen die geïnteresseerd zijn in modetrends\*.

\* Bron: NOM DoelgroepMonitor 2007-II, Intomart GfK

## Redactieprofiel

Vrij is een wekelijkse special op tabloid-formaat waarin redactioneel aandacht wordt besteed aan trends en producten op het gebied van wonen, mode & lifestyle.

Om de bijlage nog beter af te stemmen op de lezer wordt er naast landelijk nieuws aandacht besteed aan regionale trends.



Titel	Verschijsning	Uitgave
Vrij	wekelijks op zaterdag	Noordhollands Dagblad
		De Gooi- en Eemlander
Vrij	wekelijks op vrijdag	Haarlems Dagblad Combinatie
		Leidsch Dagblad



# Onroerend Goed

## U bereikt gegarandeerd het juiste adres

Van alle Nederlandse huishoudens is 8% actief op zoek naar een andere woning en 29% is latent woningzoekend. Dergelijke percentages gelden ook voor de de lezers van de HDC Media-dagbladen. Onder latent woningzoekenden vormen gedrukte media de voornaamste oriëntatiebron. De toenemende concurrentie op de onroerendgoedmarkt vereist dat ondernemers meer en intensiever aandacht besteden aan de wijze waarop zij hun aanbod en toegevoegde waarde promoten. De onroerendgoedbijlagen en communicatie-specials van HDC Media bieden daartoe een ijzersterk instrument.

## Goed Wonen

### Redactieprofiel

Goed Wonen is een special waarin redactioneel aandacht wordt besteed aan trends op de woningmarkt. Het bevat aankoop- en verkoopadviezen, informatie over hypotheke en tips voor woningverbetering. Diverse TV-bekendheden verzorgen gastrubrieken over tuinieren en woningverbetering.

Titel	Verschijsning	Uitgave
Goed Wonen	wekelijks op zaterdag	Haarlems Dagblad
Goed Wonen	1 x per maand	Huis-aan-huis in Haarlem
Goed Wonen	tweewekelijks op vrijdag	Dagblad voor West-Friesland

## Nieuwbouwspecial Wonen in Holland

### Redactieprofiel

In deze bewaarspecial worden de nieuwbouwprojecten in het verspreidingsgebied van HDC Media inzichtelijk gemaakt. Daarnaast wordt er ook ingegaan op praktische vragen die komen kijken bij projectontwikkeling en het kopen van een nieuwbouwwoning. De nieuwbouwbijlage wordt ondersteund door internet. Op de website [www.woneninholland.nl](http://www.woneninholland.nl) kunnen bezoekers het volledige nieuwbouwaanbod in de regio raadplegen.

Titel	Verschijsning	Uitgave
Wonen in Holland	2 x, in maart en september	Noordhollands Dagblad
Wonen in Holland	2 x, in maart en september	Haarlems Dagblad Kombinatie, Leidsch Dagblad
		De Gooi- en Eemlander, Almere Vandaag

## Bedrijfsonroerend goed

### Redactieprofiel

In het speciale bedrijfsonroerendgoedkatern vertellen specialisten uit de regio over zakelijke ontwikkelingen en trends op het gebied van bedrijfsonroerendgoed in de lokale markt. Tevens wordt advies gegeven over huur, aan- en verkoop van bedrijfsonroerendgoed.

Titel	Verschijsning	Uitgave
Bedrijfsonroerend-goed in uw regio	4 x per jaar	Leidsch Dagblad

# Automotive

## Wegwijzer in mobiliteit

Pro-actieve ondernemers weten dat consumenten internet ruimschoots raadplegen op het moment dat er besloten is om een andere auto aan te schaffen. Het is daarom zaak om de consument te beïnvloeden voordat de oriëntatiefase manifest wordt.

In het verzorgingsgebied van HDC Media staan zo'n 1,5 miljoen personenauto's en lichte commerciële voertuigen op kenteken geregistreerd. Hiervan is ruim 40% in eigendom of beheer (lease of kleinzakelijk bezit) van lezers van HDC Media-dagbladen. De doelgroep voor salesaanbiedingen of werkplaatsmarketing komt hierdoor neer op 600.000 autobezitters.

## Goed op Weg

Goed op Weg is een mobiliteitsspecial waarin het laatste nieuws te lezen valt over auto's, caravans en (motor)fietsen. Goed op Weg besteedt aandacht aan het onderhoud van voertuigen, maar ook aan fun en recreatie met de auto, zoals trips en dagtochten.

Titel	Versijning	Uitgave
Goed op Weg	tweewekelijks op woensdag	Haarlems Dagblad
Goed op Weg	maandelijks	Alkmaarsche Courant
Goed op Weg	maandelijks	Leidsch Dagblad
Goed op Weg (geïncorporeerd)	wekelijks	Almere Vandaag
Op Weg.CC (geïncorporeerd)	maandelijks	alphen.cc

## Lease special

In 2007 werden 505.952 nieuwe auto's verkocht. In bijna de helft (48%) van de gevallen betrof dit een zakelijke transactie. De piek van zakelijke afleveringen – zo'n 30% van het zakelijke wagenpark – is historisch in januari. Bij veel zakelijke rijders begint het oriëntatieproces echter eind september/ begin oktober, het moment waarop de miljoenennota de fiscale maatregelen voor de komende jaren duidelijk maakt. HDC Media brengt daarom in het najaar een autospecial die het zakelijk autogebruik inzichtelijk maakt en zo een krachtig communicatieplatform biedt voor ondernemers die zich op de zakelijke begeven.

Titel	Versijning	Uitgave
Zakelijk goed op weg	medio oktober	Noordhollands Dagblad (combinatie van edities)
Zakelijk goed op weg	medio oktober	Haarlems Dagblad Combinatie
Zakelijk goed op weg	medio oktober	Leidsch Dagblad
Zakelijk goed op weg	medio oktober	De Gooi- en Eemlander

# Toerisme

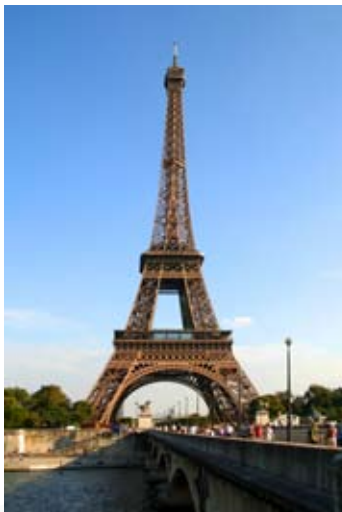
Naar welke bestemming gaan we dit jaar op vakantie? Kamperen, een hotel of toch iets heel anders? Wat zijn de mooie plekken om met het gezin te bezoeken, of misschien juist alleen? En wat zijn de bijzondere bestemmingen om naartoe te reizen? Even een weekendje weg? Allemaal vragen die aan bod komen op de pagina Toerisme. In 2009 vormt deze pagina op zaterdag een vast onderdeel van de dagbladtitels van HDC Media.

Bijna tweederde van de lezers van HDC Media-dagbladen is geïnteresseerd in het onderwerp Toerisme. Logisch, want lezen over reizen en weekendjes uit is leuk. Met reportages om lekker bij weg te dromen, sfeerrijke verslagen en mooie foto's. Maar ook om praktische informatie op te doen: reistips, hebbedingetjes en reisboeken.

## Adverteren

Met een advertentie bij deze pagina bevindt u zich midden in uw doelgroep. Met de pagina Toerisme biedt HDC Media u een uniek Umfeld: lezers die zich niet alleen sterk verbonden voelen met hun dagblad, maar daarin ook nog eens over één van hun meest favoriete onderwerpen kunnen lezen. Lezers die op zoek zijn naar uw reizen of accommodaties, die er een weekendje tussenuit willen, die willen weten wat er te doen valt.

U kunt kiezen tussen een Gewone Advertentie (GA) bij de pagina Toerisme of een Ingezonden Mededeling (IM) op de pagina zelf.



## Lezers

Elke dag lezen zo'n 830.000 mensen één van de dagbladtitels van HDC Media. Van deze lezers is maar liefst 78% op zomer- en/of wintervakantie geweest: dit zijn bijna 580.000 mensen.

- 74% van de HDC Media-lezers let op reisadvertenties
- 63% is op zomervakantie geweest, 32% gaat op zowel zomer- als wintervakantie
- 78% heeft de zomervakantie binnen Europa gehouden
- 68% gaat met het vliegtuig op vakantie, 49% met de auto
- 73% sluit een reisverzekering af
- 55% maakt wel eens een kort uitstapje
- 38% maakt 2 of meer korte uitstapjes in het binnenland

Bronnen: NOM DoelgroepMonitor 2007-II Intomart GfK, CBS 2008

Bovendien gaan inwoners van het verspreidingsgebied van HDC Media vaker op vakantie en besteden daarbij meer geld dan de gemiddelde Nederlander.

Door te adverteren naast of op de pagina Toerisme bereikt u een reislustige doelgroep!

## Verschijning

De pagina Toerisme verschijnt elke zaterdag op broadsheet-formaat bij alle dagbladtitels van HDC Media.

Voor meer informatie over adverteren bij het Umfeld Toerisme in HDC Media-dagbladen kunt u terecht bij de Key Account Groep.

# Business-to-business, Sport

## Kamerkrant

In nauwe samenwerking met de Kamer van Koophandel Noordwest-Holland geeft HDC Media de Kamerkrant uit die maandelijks per post aan ruim 48.000 ondernemers wordt toegestuurd. Daarnaast bestaat de mogelijkheid voor adverteerders om met de Kamerkrant folders, documentatie, brieven, e.d. mee te laten sealen. Afhankelijk van grootte en gewicht kost dat vanaf 9 eurocent per adres. Nadere informatie: Kamerkrant - HDC Media, t (072) 519 6433, e [info.kamerkrant@hdcmedia.nl](mailto:info.kamerkrant@hdcmedia.nl)



## Sport

Iedere maandag verschijnt bij alle titels van HDC Media de bijlage Sport. Een fullcolour tabloid uitgave volledig in het teken van sport. Met zowel landelijk als regionaal sportnieuws. Informeer bij uw accountmanager voor de advertentiemogelijkheden en tarieven.

