

Stevige opmars van de digitale folder. Bereik verdubbeld.

28-11-2022 08:00



Nederlanders lezen graag reclamefolders. De papieren reclamefolder wordt nog altijd het meest gelezen. Maar liefst 9,6 miljoen mensen bladeren regelmatig door de folder die elke week op de deurmat valt. De digitale versie van de reclamefolder is inmiddels volwassen geworden met 9,3 miljoen lezers, een verdubbeling ten opzichte van 2018. Het lijkt daarom een kwestie van tijd voordat de digitale folder het stokje overneemt.

[Download hier](#) de topics van het grote folderonderzoek 2022

Marieke de Koning – Managing Partner bij de Reclamefabriek zegt: 'We zien een duidelijke opmars van de digitale folder. Deze trend zet zich in de komende jaren voort. We denken echter niet dat de papieren reclamefolder helemaal verdwijnt en verwachten dat de verdeling zal stabiliseren qua bereik op 30/70 binnen een paar jaar. De digitale folder speelt dus een steeds grotere rol, maar de papieren folder kan zeker (nog) niet gemist worden.'



**Bereik digitale folder van 4,6 miljoen
in 2018 naar 9,3 miljoen in 2022**

Het grote folderonderzoek 2022

Retailers zoeken naar cijfers en feiten om de keuzes die zij moeten gaan maken te onderbouwen. De Reclamefabriek en WePublish, als specialisten in de branche, willen retailers helpen door onderzoek te doen met GFK om antwoorden te krijgen m.b.t. het 'folder' sentiment dat speelt in de markt.

Het doel van dit onderzoek is om in kaart te brengen hoe Nederlandse folderlezers aankijken tegen papieren en digitale reclamefolders van verschillende aanbieders en of het gebruik van papieren folders kan worden verminderd.

Hieronder een korte samenvatting van de resultaten uit het onderzoek:

Folders zetten aan tot actie

Nederlanders zijn gek op aanbiedingen en 90% van de lezers komt in actie naar aanleiding van de folder. Bij maar liefst 41% van de lezers bepaalt de folder het boodschappenlijstje. Het merendeel van de Nederlanders bekijkt graag wekelijks papieren folders van supermarkten en drogisterijen om op de hoogte te blijven van aanbiedingen.



Digitaal, papier of allebei

Papieren en digitale folders vullen elkaar aan in functie. Beide folders worden gelezen om op de hoogte te blijven van aanbiedingen en om geld te besparen. Nederlanders vinden papieren reclamefolders vooral gemakkelijk, leuk en inspirerend om door te bladeren. Voor de papieren folder gaan de lezers even lekker zitten. De digitale folder lezers zijn vooral geïnteresseerd in aanbiedingen, het vergelijken van prijzen en producten en het besparen van geld. Opvallend is dat vooral vrouwen de digitale folders bekijken. Ook kijken meer jonge mensen de digitale folder. De papieren folder wordt juist meer gelezen door 50-plussers. Daarnaast zien we ook dat net iets meer mannen dan vrouwen de papieren folder lezen. Lezers die papieren folders bekijken worden het meest geïnspireerd tot het kopen van producten. De fysieke en digitale folder zijn daarmee beide krachtige communicatiemiddelen, hebben een andere functie en versterken elkaar.

Nick Steggink, commercieel manager bij WePublish zegt: 'Retailers bereiken met digitale en papier folders deels verschillende doelgroepen, het zijn twee kanalen die elkaar aanvullen.'



59% bekijkt zowel papieren als digitale folders (meer dan verdubbeld)

Milieu

Veruit de belangrijkste drijfveer om alleen nog digitale folders te lezen is het milieu. Lezers die alleen de digitale folder lezen (19%) geven aan dat het milieu minder belasten (80%) en het verminderen van de hoeveelheid papierafval (80%) voor hen de belangrijkste redenen zijn om alleen nog maar digitale folders te lezen. Ze ergeren zich onder andere aan het plastic waar de folders in verpakt zijn. Maar ook het weggooien van hele pakketten ongelezen folders staat veel consumenten tegen, zeker als er ook een goed alternatief is.

Er is een representatieve steekproef van 1000 Nederlandse respondenten ondervraagd in de leeftijdscategorie van 18+. Het onderzoek is uitgevoerd in november 2022. Er is kennis over en interesse in papieren en digitale folders gemeten.

Wil je meer weten over het grote folderonderzoek 2022?

[Download hier de topics van het grote folderonderzoek 2022.](#)