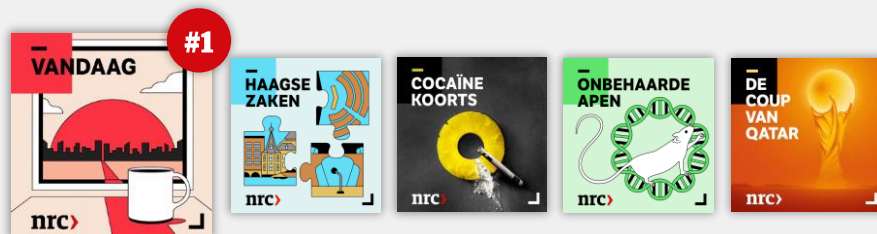


Vertrouwen maakt het verschil

De kracht van pre-roll-advertising

Ruim 5 jaar is NRC naast te lezen ook te beluisteren. De podcast NRC Vandaag is vanaf het begin de meest populaire dagelijkse journalistieke nieuwspodcast, en andere titels zoals Haagse Zaken en Onbehaarde Apen groeien nog steeds wekelijks in aantal beluisteringen. Een pre-roll voor een NRC-podcast bereikt de luisteraar meerdere keren per week en onderzoek toont aan dat contactfrequentie cruciaal is voor effectiviteit*. Door deze hoge contactfrequentie kunnen bij NRC in korte periode significant bijdragen aan de resultaten van een campagne.

**Bron: NRC Podcast Effect Monitor; Onderzoek naar de kracht van pre-roll-advertising voor de NRC-podcasts(2021-2023)*



XTR branded podcast: Verhalen waar je wijzer van wordt

NRC branded content ontwikkelt unieke, relevante en betekenisvolle content en vertaalt de kwaliteit, betrouwbaarheid en deskundigheid van NRC in verhalen waar je wijzer van wordt. Branded podcasts bieden de kans om spraakmakende en diepgaande thema's te bespreken die aansluiten bij de doelgroep van de opdrachtgevers. On-demand en direct in het oor. Altijd met respect voor de luisteraar en met de doelstellingen van opdrachtgevers als uitgangspunt.

PodWave

Vergroot het campagnebereik met de inzet van PodWave. PodWave is gelanceerd in 2018 door het toonaangevende digitale audio-adserveringsysteem AdsWizz. Het enorme netwerk, met zo'n 9 miljoen advertentieposities, vertegenwoordigt ruim tienduizend internationale podcasts. Podcastpublishers zoals Spreaker, Audioboom en Adelicious behoren tot dit netwerk.

NRC biedt verschillende pakketten aan via PodWave, die gericht zijn op verschillende doelgroepen.



NRC-doelgroep

Hbo+-opgeleid
Welstandig
Leeftijd: 25-45 jaar



Arbeidsmarkt

Werkzoekenden
Hbo+-opgeleid
Leeftijd: 18+



Duurzaamheid

Context: Duurzaamheid



Zakelijk/ondernemers

Small/medium business owners
C-level
Zakelijke inhoud



De podcastluisteraar

Betrokken luisteraars

Podcasts zijn relatief nieuw in het medialandschap, maar hebben al veel aan populariteit gewonnen. Meer dan de helft van de 4 miljoen Nederlanders die NRC bereikt luistert naar podcast. De podcasts van NRC zijn op veel verschillende kanalen te beluisteren, bijvoorbeeld Spotify, Apple Podcasts en Stitcher. Hiernaast zijn de podcasts ook te beluisteren via onze eigen NRC Audio-app. Als adverteerder krijg je de kans om je merk te verbinden met een gevarieerde luistergemeenschap die op zoek is naar kwalitatieve content en diepgaande informatie.

47%

van alle Nederlanders
**luistert naar
podcasts**

(+7% t.o.v. 2019)

60%

van de 4 miljoen Nederlanders (18+) die NRC maandelijks bereikt **luistert naar podcasts**

91%

van de luisteraars van NRC-podcasts **luistert de pre-roll helemaal af**

46%

van de reguliere luisteraars van NRC-podcasts is **jonger dan 35 jaar**

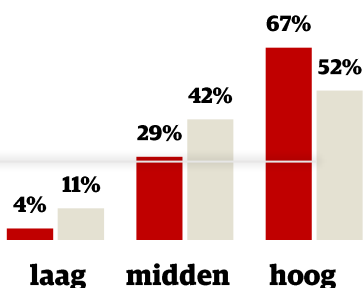
Betrokken beslissers en beleidsmakers

Met onze podcasts bereiken we een hele nieuwe doelgroep. Een relatief jonge doelgroep die ons altijd dichtbij heeft (op zijn of haar mobiel), ons overall mee naartoe neemt en ons verhaal op het voor hem of haar geschikte moment beluistert. De NRC-podcastluisteraar is vaker hoog selectief onder AB1 en hbo+.

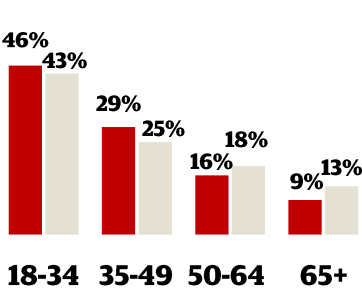
■ **NRC-podcastluisteraar**

■ **Gemiddelde podcastluisteraar**

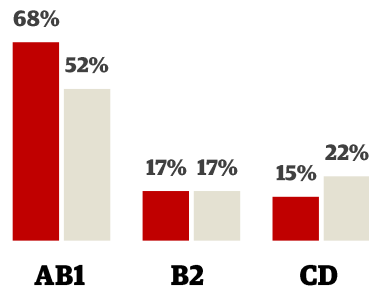
Opleiding



Leeftijd



Sociale klasse



De kracht van podcasting

Intiem en persoonlijk



Sterke binding met medium (fans)



Niche content



Hoge tolerantie voor advertentie



Volle aandacht zonder ruis



On-demand: altijd het juiste moment

