



Omzet vaktitels steeds minder uit print

Uitgevers van vakbladen verschuiven hun omzetinspanningen steeds meer naar innovatieve online dienstverlening. Dat moet ook wel, want de omzet uit print blijft teruglopen.



Naarmate vaktitels de omzetafhankelijkheid van print in hun multimedia-palet verkleinen, wordt het steeds lastiger om op een eenduidige wijze verslag te doen van hun prestaties op de lezers- en advertentiemarkten. Omdat Nielsen en HOI zich nog beperk(t)en tot metingen op printgebied, biedt de Top 100 Vakbladen noodzakelijkerwijs een incompleet beeld. Toch leidt een analyse van de data die wél beschikbaar zijn tot verhelderende inzichten in de ontwikkelingen en verhoudingen. Daarmee vormt de Mediafacts Top 100 Vakbladen opnieuw de belangrijkste benchmark voor printtitels.

Wie louter afgaat op de omzet uit print, kan niet anders constateren dan dat de uitgevers van vak- en managementbladen wederom een heel slecht jaar achter de rug hebben. De gezamenlijke inkomsten van de honderd best presterende titels daalden in 2012 met 8,7% tot onder de 200 miljoen euro-grens. De

schade op de lezersmarkt viel relatief gezien nog mee, met een daling van 4,8% van de inkomsten uit abonnementen en (bij vaktitels schaarse) losse verkoop. Daar is de met 2,9% verhoogde abonnementsprijs ongetwijfeld sterk debet aan.

Op de advertentiemarkt verging het de vak-en managementtitels een stuk slechter. De bruto mediabestedingen holden bijna 11% achteruit en ongetwijfeld is de daling op netto basis (na verrekening van kortingen) nog aanzienlijk forser. De afhankelijkheid van lezersinkomsten neemt daardoor toe van 34,9% van de totaalomzet in 2011 naar 36,4% in 2012.

OMZETVERDELING NAAR ADVERTENTIE- EN LEZERSINKOMSTEN

(€ 1 mln)	2011	2012	+/-
Advertentie-inkomsten	138,2	123,3	-10,80%
Lezersinkomsten	74,1	70,6	-4,80%
Totaal	212,3	193,9	-8,70%
<hr/>			
Gem. abonnementsprijs (€)	181,08	186,42	2,90%
Gem. abonentoplage	3.229	2.955	-8,50%
Opbrengst per exemplaar	3,89	4	2,90%

Slechts van 5 titels zijn de omzetten van digitale replica's in de HOI-jaarrapportage 2012 te vinden, althans zouden dat moeten zijn, want alleen Boekblad (65 abonnementen) en Technisch Weekblad (993 abonnementen in 2012 tegen 979 in 2011) rapporteren concrete data, bij iMaintain, Petrochem en Utilities blijft het bij goede bedoelingen.

De grootste bladen qua oplage presteerden het slechtst. De titels met een oplage tussen de 50 en 100 duizend zagen de omzet met 33% teruglopen, de nog grotere vakbroeders leverden ruim 31% in. De kleinste titels deden het het minst slecht met aderlatingen van 0,5 tot 3%. Koploper Boerderij zit in de oplageklasse 25 tot 50 duizend die precies op het marktgemiddelde uitkwam.



OMZET NAAR OPLAGEKLASSE (X € 1 MLN.)

Oplage (* 1000)	2011	2012	+/-
0-10	71,3	69,2	-3,00%
10-25	51	50,7	-0,50%
25-50	54,3	49,6	-8,70%
50-100	9,5	6,4	-32,90%
100-250	26,2	18	-31,30%
Totaal	212,3	193,9	-8,70%

Dit jaar is voor het eerst ook de omzet naar 'omzetklasse' gemeten. Daaruit blijkt bijvoorbeeld dat de tijdschriften met een omzet van minder dan 1 miljoen euro totaal 47,1 miljoen euro omzetten. De groep met een omzet tussen 1 en 2 miljoen realiseert gezamenlijk 53,7 miljoen omzet. De tijdschriften met een omzet boven de 5 miljoen pakken meer dan 25% van de totale omzet. De grootste klap in omzetsdaling is te zien in de categorie 5 tot 10 miljoen (bijvoorbeeld Intermediair).

AANTAL TITELS NAAR OMZETKLASSE

Omzetklasse	Aantal titels	%	% Cumulatief
0 tot 1	114	64,00%	64,00%
1 tot 2	38	21,30%	85,40%
2 tot 5	19	10,70%	96,10%
5 tot 10	6	3,40%	99,40%
10 en meer	1	0,60%	100,00%
Totaal	178	100,00%	

Voor het zojuist genoemde marktaandeel van 25% zijn 7 tijdschriften verantwoordelijk. Van alle tijdschriften haalt 64% minder dan 1 miljoen omzet. Slechts 4% van de tijdschriften haalt meer dan 5 miljoen omzet.

REPRESENTATIVITEIT TOP 100

	2011	2012
Aantal titels Nielsen	23%	22%
Aantal titels H0I	29%	31%
Advertentieomzet	56%	54%
Verspreide oplage	44%	41%

Online first

De 'online first' strategie die menig vakuitgever sinds enkele jaren hanteert, vertekent de uitkomsten van de Top 100, omdat de inkomsten uit online (betaalmuur, upselling, sales en meer intelligente vormen van partnerships) en apps, maar ook uit andere bronnen als congressen, beurzen en opleidingen niet weergegeven en verrekend kunnen worden. Een goed voorbeeld is Binnenlands Bestuur. De uitgave van Wolters Kluwer zag volgens de output van de data de omzet

in 2012 omlaag tuimelen van 3,3 naar 1,8 miljoen. Daarmee belandde BB (samen met het in een vergelijkbare situatie verkerende Computable) als een van de weinige grote titels in de Top 10 Dalers en daarin zelfs op de derde positie.

Toch was BB als traditioneel mediamerk genomineerd voor een Dutch Interactive Award, die op 16 mei 2013 uitgereikt werden, voor 'Best brand site'. Die site wil bezoekers zo relevant mogelijke content en producten aanbieden en hierdoor klanten identificeren en converteren. Daartoe is de site ingedeeld in verticals, waar informatie per thematisch gebied wordt gebundeld. Vanuit de geboden nieuwscontent worden bezoekers verleid om door te gaan naar aanverwante vacatures, berichten van partners, opleidingen en evenementen.



Door middel van partnercontent kunnen adverteerders de doelgroep specifieker benaderen, wat leidt tot hogere conversie. Door middel van de website, nieuwsbrieven en apps kan de redactie het laatste nieuws bij de doelgroep brengen. De print dient voor de achtergronden en de frequentie was al teruggebracht van wekelijks (47 keer in 2011) naar twee-



wekelijks (25 keer in 2012). In de laatste twee jaar is de positie van het merk binnen de doelgroep aanzienlijk versterkt. Zonder online was de titel er wellicht niet meer geweest.

Nieuw businessmodel

Een recent voorbeeld van een nieuw businessmodel waarvan de resultaten niet terug te vinden zijn in de Mediafacts Top 100 Vakbladen, is de samenwerking van de modevakbladen Textilia, Schoenvisie en Bengels van MY-businessmedia met online modeplatform NextCollections om te komen tot 'de grootste exclusieve online modevakbeurs in Nederland'. Volgens uitgever Meike Kroese zal door de samenwerking het huidige pakket aan diensten en mogelijkheden voor adverteerders en lezers worden vergroot.



Een ander initiatief dat zich onttrekt aan de Nielsen-inventarisatie is maatwerk voor adverteerders, zoals door Management Scope, dat in een geselecteerde oplage van duizend exemplaren een volledig in het blad geïntegreerd videopak opnam, met een commerciële boodschap van NS.

Van gratis content naar betaalde diensten

Een interessant verdienmodel, waarvan de resultaten wel zijn terug te vinden in openbaar toegankelijke rapportages, is gekozen door Bijzijn XL. Dit blad voor verpleegkundigen en verzorgenden, uitgegeven door Bohn Stafleu van Loghum, werd voorheen gratis verspreid en was dus louter aangewezen op inkomsten uit advertenties. Nu wordt een abonnementsgeld van 78 euro gevraagd, hetgeen gerechtvaardigd wordt door uitbreiding van het portfolio van het merk met online toetsen.

Minder uitkomen in print

Computable is in een paar jaar tijd van wekelijks via tweewekelijks naar maandelijkse verschijning gegaan. Frequentieverlaging is een door menig uitgever gehanteerd middel om de kosten te beperken. Zo ging Adformatie van 47 naar 38 edities, Management Team (dat zich in zijn recente restyling sterk liet leiden door het internationale lifestyle magazine Monocle) van 21 naar 15, Textilia van 24 naar 18, VVP van 52 naar 22, Automotive van 18 naar 12, om maar enkele grote ingrepen te noemen. Bij andere titels verloopt de bezuinigingsoperatie bijna geruisloos, met 1 à 2 nummers per jaar minder; Flexmarkt, Metaal Magazine en Zorg + Welzijn bijvoorbeeld van 11 naar 10, VMT van 20 naar 19 en Technisch Weekblad van 45 naar 42.

Maandblad presteert het best

De omzetontwikkeling naar frequentieklasse laat een vlak beeld zien: niet één categorie springt er echt uit. Wel hebben de maandbladen (10 tot 14 edities per jaar) het iets beter gedaan dan het gemiddelde. Des te hoger de verschijningsfrequentie, des te slechter zijn de omzetprestaties: bij weekbladen bijna 12% daling.

OMZET NAAR FREQUENTIEKLASSE (X € 1 MLN.)

Frequentie per jaar	2011	2012	+/-
1 tot 10	5,6	6,1	9,50%
10 tot 14	64,3	60	-6,70%
14 tot 40	47,9	43,2	-9,90%
40 tot 53	80,8	72,5	-10,30%
53 en meer	13,7	12,1	-11,70%
Totaal	212,3	193,9	-8,70%

Beweging in onderste regionen

Effect, de uitgave van de Vereniging van Effectenbezitters, is de trotste lijstaanvoerder van de titels die de meeste posities klonnen in vergelijking met de (opnieuw berekende) rangorde van 2011. Deze stijging is enkel en alleen te danken aan betere salesresultaten: de opbrengst uit advertenties ging van 362 naar 530 duizend euro. Als gevolg van het opzeggen van zo'n 1.000 leden boekte de VVE op de lezersmarkt juist omzetverlies. Effect belandde met



36 plaatsen groei 'slechts' op de 95ste positie. Onderin de ranglijst, temidden van de titels met relatief kleine oplagen en omzetten, zijn het eenvoudigst verschuivingen te realiseren, zo leert ook een blik op de samenstelling van die top 10 stijgers: omzetten rond de 1 miljoen euro, alleen Snackkoerier zet meer om.

TOP 10 STIJGERS OP BASIS VAN RANKING (€ 1 MLN.)

			2011	2012
1	95 (+36)	Effect	0,4	0,5
2	81 (+16)	Arbo	0,6	0,7
3	53 (+15)	Bakkerswereld	1	1,2
4	87 (+14)	Truck & Transport Management	0,6	0,6
5	55 (+12)	Bouwmachines	1	1,1
6	42 (+11)	Huisarts en Wetenschap	1,3	1,5
7	99 (+11)	Metaal & Techniek	0,5	0,5
8	56 (+10)	BIT	1	1,1
9	82 (+10)	H2O	0,7	0,7
10	23 (+9)	Snackkoerier	2	2,5

Bij de sterkste dalers zien we een soortgelijk beeld als bij de stijgers: de grootste bewegingen doen zich voor onderin het speelveld, waardoor een beperkte omzetzakking in absolute bedragen de verhoudingen behoorlijk kan doen schuiven. Hoewel, beperkt: op jaarbasis 4 tot 5 ton kwijtraken op een titel is geen sinecure!

TOP 10 DALERS OP BASIS VAN RANKING (€ 1 MLN.)

			2011	2012
1	98 (-19)	Aandrijftechniek	0,8	0,5
2	71 (-17)	Logistiek Totaal	1,3	0,9
3	31 (-15)	BB Binnenlands Bestuur	3,3	1,8
4	74 (-14)	Installatie Journaal	1,1	0,8
5	33 (-13)	Computable	3,1	1,8
6	93 (-13)	Gids voor Personeelsmanagement	0,8	0,6
7	40 (-12)	Textilia	2	1,5
8	46 (-12)	AM (Assurantie Magazine)	1,8	1,3
9	57 (-10)	Transport en Logistiek	1,5	1,1
10	90 (-9)	Facility Management Magazine	0,8	0,6



Strijd der giganten

In de rangorde van uitgeverijen zien we bij de bovenste vier geen verandering. Reed Business verstevigde zijn koppositie dankzij 3,1% omzetgroei en is daarmee – met Bèta Publishers (+4,5%) – de enige partij in de hoogste categorie die groei kon realiseren. Marktleider Boerderij stabiliseerde zowel omzet als positie als gevolg van een stijging van de abonnementsprijs (van 363,75 naar 377,89 euro). Daardoor kon de lezersomzet gelijk blijven, terwijl de advertentie-inkomsten een fractie daalden. Misset Horeca (+30%) en Distrifood (+32%) droegen met name aan de groei bij Reed bij. Misset Horeca schoof daardoor 4 posities op en staat nu op 4, Distrifood klom zelfs 6 posities en staat nu op 6.

5 van de top 10-titels zijn in handen van Reed: naast Boerderij ook Boerderij Vandaag (-11%) en Medisch Contact (-15%). In de rest van de Top 100 zien we nog eens 17 titels van Reed terug, die daarmee qua titelaantal dus bijna een kwart van de Top 100 bezit.



Bohn Stafleu van Loghum wisselde van positie met VNU Vacature Media. Bèta Publishers klom twee plaatsen, terwijl MT Media Groep en Adformatie Groep ieder een plaatsje moesten opschuiven. Vraag en Aanbod kwam de Top 10 binnen op 9 door 4 posities te stijgen.

Sdu Uitgevers houdt ondanks 10% omzetsdaling in print de tweede plaats bezet. De aandeelhouders AAC en Allianz Capital partners verkochten de voormalige Staatsdrukkerij en -uitgeverij aan het Franse Editions Lefebvre Sarrut (ELS), dat in Sdu een interessante acquisitie zag door de versnelde overgang van drukwerk naar online publicaties en diensten.

RAI Langfords drong op basis van de omzet van 2012 al niet door tot de Top 10 uitgeverijen, maar is sindsdien ook volledig onttakeld: de stekker werd uit GW (Grafisch Weekblad) getrokken, Horeca Entree en Proost! werden verkocht aan ManagementMedia en Automotive, Autokompas, BOVAG-krant, Branche in Beeld, Jobmotive, Fleetmotive en Auto-branchesignalen zijn overgenomen door de nieuwe uitgeverij Mobility Media.

TOP 10 UITGEVERS (X € 1MLN.)

		2011	2012	+/-
1	Reed Business	65,6	67,7	3,10%
2	Sdu Uitgevers	27,5	24,8	-9,80%
3	Kluwer	20,5	16,9	-17,40%
4	MYbusinessmedia	15,4	14,1	-8,40%
5	Bohn Stafleu van Loghum	11,6	10,8	-7,20%
6	VNU Vacature Media	15,3	9,2	-40,00%
7	Eisma Media Groep	10	8,9	-10,20%
8	Bèta Publishers	5,2	5,4	4,50%
9	MT Media Groep	7,4	4,9	-34,30%
10	Adformatie Groep	5,8	4,3	-25,90%

Nét niet

B+B Vakmedianet, dat in 2012 twee grote overnames pleegde, ontbreekt nog in de Top 10. De titels uit de van Kluwer overgenomen uitgeefportfolio's HR, Arbo, OR, Facilities en Secretaressen (Gids voor Personeelsmanagement, Arbo, OR-informatie, Facto Magazine, Security Management, Service Management en Management Support) worden in de HOI-jaarrapportage nog toebedeeld aan Kluwer. En de HR-portfolio die werd overgenomen van VNU Media IntermediairPW en HRbase) telt niet mee omdat HOI van IntermediairPW (dat inmiddels is samengevoegd met de Gids voor Personeelsmanagement tot PW De Gids) geen cijfers over 2012 rapporteerde.

Eigenaar/directeur Ruud Bakker stelde in een eerder interview met Mediafacts (zie Case Study Mediamoves Top 50 2012) dat B+B Vakmedianet nu behoort tot de subtop van de Nederlandse vakbladuitgeverij, op enige afstand van Reed Business, Sdu en Springer, maar dat blijkt nog niet uit de Top 100 data. Overigens blijft Vakmedianet op overname-tocht, want per 1 juni is de titel Warmtepompen overgenomen van Fenceworks.

Voor alle duidelijkheid: ook wanneer de door HOI opgegeven mutaties van uitgevers worden doorberekend, verandert de samenstelling van de Top 10 uitgeverijen niet.

De hiervoor al genoemde opmars van Misset Horeca drukt zijn stempel op de positieve ontwikkeling van de sector Horeca-bladen. De p&o-magazines scoorden het slechtst. In de automotive-sector bleef de teller nog net in het zwart hangen, alle overige branches belandden in het rood.

TOP 10 ONDERWERPEN (€ 1 MLN)

		2011	2012	+/-
1	Agrarisch	33,9	33,2	-2,20%
2	Gezondheidszorg	26,2	23,3	-11,00%
3	Bouw en nijverheid	24,5	22,5	-8,30%
4	Handel en industrie	20	19,7	-1,30%
5	Logistiek, transport	18,2	16,5	-9,50%
6	Arbo, Personeelsmanagement	18,5	12,1	-34,40%
7	Management	13,4	11,2	-16,20%
8	Financiële dienstverlening	11,7	10,7	-8,60%
9	Horeca	8,6	10,5	21,40%
10	Automotive	10,2	10,3	0,60%



Reed Business-CEO Peter de Mönnink vertelt in gesprek met Mediafacts o.a. over het succes van Boerderij. De Mönnink is één van de Keynote sprekers tijdens het Mediafacts Uitgeverscongres, op 12 juni 2013 in Den Bosch.

Verantwoording

De Vakbladen Top 100 wordt elk jaar opnieuw samengesteld. Alleen de titels die in de rapportages van zowel HOI Instituut voor Media Auditing (HOI) als Nielsen staan, komen in de database terecht. Als de database is gevuld, soms met herziene data van het jaar ervoor, wordt een nieuwe ranking gemaakt. Scores uit de meest actuele Top 100 zijn dus niet een-op-een vergelijkbaar met die van een jaar geleden. Om opgenomen te kunnen worden in de Top 100 moet een titel twee opeenvolgende jaren voorkomen in elk van de drie gehanteerde bronnen:

Nielsen

Bruto advertentiebestedingen over de periode januari t/m december 2012 ten opzichte van januari t/m december 2011. Nielsen kwantificeert tariefkaarten en aantallen pagina's en houdt dus geen rekening met verleende kortingen.

HNP

De oktober-editie van het Handboek Nederlandse Pers van Nijgh Periodieken uit 2012 en 2011. Hieruit zijn de prijzen van standaard- en ledenabonnementen, (indien van toepassing) losse verkoop, verschijningsfrequentie, uitgever en onderwerp gehaald.

HOI

Jaarrapportage HOI Instituut voor Media Auditing over 2012 en 2011 betreffende (binnenlandse) abonnementen, lidmaatschapsabonnementen en losse verkoop. Ook is gekeken naar totaal verspreide oplage.

Als gevolg van het strikt hanteren van het selectie criterium 'voorkomen in 6 bronnen' ontbreken in de Top 100 2012 titels die men wellicht zou verwachten. De database bestond dit jaar uit 178 titels.

REPRESENTATIVITEIT TOP 100

	2011	2012
Aantal titels Nielsen	23%	22%
Aantal titels HOI	29%	31%
Advertentieomzet	56%	54%
Verspreide oplage	44%	41%

Disclaimer

Bij het samenstellen van deze Top 100 is uiterst zorgvuldig te werk gegaan. Toch is de samensteller Theo Eijspaart van Eijspaart Special Projects (ESP publishing services) of de uitgever en redactie van Mediafacts niet aansprakelijk voor onjuistheden en omissies, noch voor enige vorm van gevolgschade. Door zet- en drukfouten, de beschikbaarheid van data en de bewerking daarvan kunnen de data afwijken van de werkelijkheid. De samensteller is zich bewust van mogelijke tekortkomingen van de gehanteerde systematiek, maar acht deze acceptabel om een uniforme vergelijking te kunnen waarborgen.

Bronnen: Nielsen, HOI Instituut voor Media Auditing, Handboek Nederlandse Pers. Met dank aan Chris Hut van Qabin BV.

TOP 100 VAKBLADEN 2012

Case Study
mei 2013

Omzet vaktitels steeds minder uit print

Top 100

Alfabetische lijst

RANKING

2012	2011	Titel	Uitgever	Freq.	OMZET TOTAAL (€1 MLN)		LEZERSOMZET		ADVERTENTIES		
					2012	toV 2011 %	2012	toV 2011 %	2012	toV 2011 %	
=	1	1	Boerderij	Reed Business	52	17,7	0%	12,9	0%	4,9	-1%
=	2	2	Intermediair Weekblad	VNU Vacature Media	52	9,2	-40%	-	-100%	9,2	-39%
=	3	3	Cobouw	Sdu Uitgevers	260	7,9	-12%	5,5	-9%	2,4	-19%
▲	4	8	Misset Horeca	Reed Business	26	6	30%	1,4	-12%	4,5	53%
▼	5	4	Ned. Tijdschr. v. Geneeskunde	Bohn Stafleu van Loghum	52	5,5	-13%	3,3	-4%	2,2	-25%
▲	6	12	DistriFood	Reed Business	52	5,2	32%	1,2	0%	4	45%
▼	7	6	Vakstudie Nieuws	Kluwer	52	5,2	-7%	4,9	-5%	0,2	-34%
▼	8	7	Boerderij Vandaag (vh Agd)	Reed Business	260	4,2	-11%	3,2	-16%	1,1	8%
▲	9	13	Vraag & Aanbod	MYbusinessmedia	52	3,9	1%	0,4	-16%	3,5	3%
▼	10	9	Medisch Contact	Reed Business	48	3,8	-15%	0,3	-4%	3,5	-16%
▼	11	5	Management Team	MT Media Groep	15	3,5	-40%	0	-17%	3,4	-40%
▲	12	17	Technisch Weekblad	Beta Publishers	42	3,4	5%	0,3	-13%	3,1	7%
▼	13	14	Truckstar	Sanoma Media	13	3,4	-9%	2,4	-3%	1	-21%
▲	14	15	Vastgoedmarkt	Sdu Uitgevers	12	3,2	-10%	1,5	-9%	1,8	-11%
▼	15	10	Adformatie	Adformatie Groep	38	3,1	-31%	0,2	-10%	2,9	-32%
▼	16	11	Automatisering Gids	Sdu Uitgevers	52	3,1	-24%	1,5	-13%	1,6	-32%
▲	17	24	Auto & Motor Techniek	Reed Business	11	3,1	21%	0,9	-4%	2,2	36%
▲	18	19	Beleggers Belangen	Reed Business	51	3	-2%	2,4	-10%	0,7	44%
▲	19	21	VNG Magazine	Sdu Uitgevers	24	3	4%	1,8	-2%	1,1	16%
▼	20	18	EVO Magazine	EVO	11	2,9	-8%	2,3	-7%	0,6	-11%
▲	21	29	De Zaak	Small Business Publishing	8	2,7	35%	1,4	229%	1,3	-16%
▲	22	23	Veeteelt	CRV Holding	20	2,7	3%	0,2	6%	2,5	3%
▲	23	32	Snackkoerier	Reed Business	26	2,5	28%	0,2	-6%	2,3	33%
▼	24	22	De Architect	Sdu Uitgevers	11	2,4	-10%	0,9	-7%	1,5	-12%
=	25	25	Weekblad Schuttevaer	MYbusinessmedia	52	2,1	-7%	0,8	-11%	1,3	-4%
▲	26	31	NT Nieuwsblad Transport	NT Publishers	52	2,1	5%	1,1	14%	0,9	-5%
▲	27	30	DW Drogisten Weekblad	Van der Weij Periodieken	48	1,9	-2%	0	-35%	1,9	-1%
▲	28	33	Logistiek	Reed Business	10	1,9	3%	0,9	0%	1,1	5%
▼	29	26	Groenten en Fruit Actueel	Reed Business	52	1,9	-15%	1,4	-16%	0,5	-14%
▲	30	37	Verpakkingsmanagement	ManagementMedia	11	1,9	9%	0,1	7%	1,8	9%
▼	31	16	BB Binnenlands Bestuur	Kluwer	25	1,8	-46%	0,4	-13%	1,4	-51%
▲	32	39	Trekker	Reed Business	11	1,8	4%	1,5	4%	0,3	8%
▼	33	20	Computable	VNU Media	12	1,8	-42%	0	-8%	1,7	-43%
▼	34	27	Mr.	Kluwer	10	1,7	-13%	0	-19%	1,7	-13%
▲	35	38	Tweewieler	Reed Business	11	1,7	1%	0,2	12%	1,5	0%
▲	36	36	Automobil Management	MYbusinessmedia	20	1,7	-4%	0,2	-24%	1,5	-1%
▼	37	35	Nieuwe Oogst (landelijk)	LTO Noord	52	1,7	-5%	0,6	-10%	1,1	-2%
▲	38	40	Zorgvisie	Reed Business	12	1,6	-4%	0,9	-9%	0,7	4%
▲	39	46	C2W Chemisch 2 Weekblad	Beta Publishers	21	1,6	6%	0,1	-12%	1,5	7%
▼	40	28	Textilia	MYbusinessmedia	18	1,5	-23%	0,4	-22%	1,1	-23%
▲	41	45	Pluimveehouderij	Reed Business	17	1,5	1%	0,6	-5%	0,9	4%
▲	42	53	Huisarts en Wetenschap	Bohn Stafleu van Loghum	13	1,5	16%	0,2	-3%	1,2	20%
=	43	43	Pharmaceutisch Weekblad	KNMP	40	1,5	-10%	0,2	-12%	1,3	-9%
▼	44	41	Sprout	MT Media Groep	10	1,4	-14%	0	66%	1,4	-15%
▼	45	42	Bouwwereld	Eisma Media Groep	12	1,4	-15%	0,6	-12%	0,7	-18%
▼	46	34	AM (Assurantie Magazine)	Kluwer	24	1,3	-26%	0,1	-14%	1,3	-27%
▼	47	44	De Ingenieur	Veen Media	19	1,3	-11%	0,2	-3%	1,1	-13%
▲	48	49	Foodmagazine	Reed Business	12	1,3	-8%	0,3	-11%	1	-7%
▲	49	50	Aftersales Magazine	Minervum Multi Media	12	1,3	-10%	-	-	1,3	-10%
▼	50	48	Ondernemen!	Scope Business Media	8	1,3	-15%	0	-20%	1,2	-15%
▲	51	55	Nederlands Juristenblad	Kluwer	44	1,2	1%	0,9	-7%	0,3	45%
=	52	52	Tijdschrift voor Marketing	Adformatie Groep	11	1,2	-7%	0,5	-3%	0,7	-10%
▲	53	68	Bakkerswereld	Reed Business	26	1,2	18%	0,5	-9%	0,7	48%
▼	54	51	Management Scope	Scope Business Media	10	1,1	-17%	0,1	-21%	1,1	-17%
▲	55	67	Bouwmachines	Reed Business	12	1,1	15%	0,4	-6%	0,8	28%
▲	56	66	BIT	Eisma Media Groep	8	1,1	13%	0,5	-7%	0,6	35%
▼	57	47	Transport en Logistiek	Transport en Logistiek Nederland	26	1,1	-24%	0,2	-8%	0,9	-27%
▲	58	61	Eisma's Schildersblad	Eisma Media Groep	16	1,1	1%	0,5	-6%	0,6	8%
=	59	59	Emerce	Emerce BV	8	1,1	-6%	0,3	2%	0,8	-8%
▼	60	57	Petrochem	Industrielnq's Pers en Platform	11	1,1	-10%	0,1	-4%	1	-10%
▼	61	56	Nederlands Tandartsenblad	NMT	22	1	-11%	0,1	-8%	1	-11%
▲	62	63	Tandartspraktijk	Bohn Stafleu van Loghum	12	1	-2%	0,4	1%	0,6	-4%
▲	63	69	Metaalnieuws	54U Media	22	1	7%	-	-	1	7%
▼	64	62	Nursing	Reed Business	11	1	-5%	0,7	0%	0,3	-13%
=	65	65	Beveiliging	Security Press	12	1	-6%	0,1	-10%	0,9	-6%
▼	66	58	VMT	MYbusinessmedia	19	1	-16%	0,3	1%	0,6	-22%
▼	67	64	Automotive	RAI Langfords	12	1	-9%	0,3	17%	0,7	-17%
▲	68	73	Advocatenblad	Sdu Uitgevers	17	0,9	8%	0,1	-22%	0,8	12%
▲	69	70	Installatie en Sanitair	Eisma Media Groep	10	0,9	-2%	0,2	-9%	0,7	-1%
▲	70	76	Gawalo	Sdu Uitgevers	10	0,9	12%	0,2	22%	0,6	9%
▼	71	54	Logistiek Totaal	Eisma Media Groep	10	0,9	-32%	0	-	0,9	-32%
▲	72	75	RCC Koude & Luchtbehandeling	B+B Vakmedianet	13	0,9	8%	0	-6%	0,8	8%
▲	73	78	Houtwereld	Nijgh Periodieken	26	0,8	9%	0,2	3%	0,6	12%
▼	74	60	Installatie Journaal	Sdu Uitgevers	10	0,8	-26%	0,4	3%	0,4	-40%
▼	75	71	Aannemer	Eisma Media Groep	10	0,8	-11%	0,2	-16%	0,6	-8%
▼	76	72	Accountancy Nieuws	Kluwer	24	0,8	-10%	0	-5%	0,8	-10%
▲	77	86	De Accountant	Reed Business	11	0,8	13%	-	-	0,8	13%
▼	78	74	Bovagkrant	RAI Langfords	24	0,8	-6%	0,1	-14%	0,6	-4%
▲	79	84	Skipr	Bohn Stafleu van Loghum	10	0,8	4%	0,1	75%	0,6	-5%
▲	80	88	Metaal Magazine	Eisma Media Groep	10	0,7	7%	0,1	-13%	0,6	13%
▲	81	97	Arbo	Kluwer	10	0,7	17%	0,3	-9%	0,4	51%
▲	82	92	H2O	Nijgh Periodieken	26	0,7	4%	0,1	-5%	0,6	5%
▲	83	90	VVP	Nijgh Periodieken	22	0,7	0%	0,1	-14%	0,6	3%
▼	84	83	MedNet Magazine	Bohn Stafleu van Loghum	12	0,7	-10%	-	-	0,7	-10%
▲	85	87	Horeca Entree	RAI Langfords	12	0,6	-6%	0	-18%	0,6	-5%
▼	86	82	Autokompas	RAI Langfords	16	0,6	-15%	0	-12%	0,6	-16%
▲	87	101	Truck & Transport Management	Eisma Media Groep	12	0,6	11%	0,1	-11%	0,6	14%
▲	88	94	Vleesmagazine	Reed Business	12	0,6	-2%	0,3	-8%	0,3	7%
▼	89	85	SchoenVisie	MYbusinessmedia	11	0,6	-11%	0,1	-8%	0,5	-12%
▼	90	81	Facility Management Magazine	WEKA Uitgeverij	10	0,6	-20%	0,2	0%	0,4	-29%
▲	91	95	Bouwformatie	Bouwformatie BV	11	0,6	-6%	-	-	0,6	-6%
▼	92	91	Kinderopvang	Reed Business	10	0,6	-11%	0,5	-8%	0,1	-21%
▼	93	80	Gids voor Personeelsmanagement	Kluwer	10	0,6	-25%	0,4	-14%	0,2	-43%
▲	94	98	Elsevier Salarismagazine	Reed Business	10	0,5	-11%	0,5	-12%	0	33%
▲	95	131	Effect	Ver. V. Effectenbezitters	12	0,5	46%	-	-	0,5	46%
▲	96	103	FoodPersonality	Shelflife Publishing	12	0,5	-1%	0,1	5%	0,4	-2%
▼	97	96	Service Management	Kluwer	10	0,5	-16%	0,1	-4%	0,4	-19%
▼	98	79	Aandrijftechniek	Eisma Media Groep	10	0,5	-33%	0,1	-13%	0,4	-38%
▲	99	110	Metaal & Techniek	MYbusinessmedia	11	0,5	5%	0	-13%	0,5	6%
▼	100	99	MIX	MIXpress	11	0,5	-13%	0,1	2%	0,4	-16%

Alfabetische lijst

- A** 98 Aandrijftechniek
75 Aannemer
76 Accountancy Nieuws
15 Adformatie
68 Advocatenblad
49 Aftersales Magazine
81 Arbo
46 Assurantie Magazine
17 Auto & Motor Techniek
86 Autokompas
16 Automatisering Gids
36 Automobiël Management
67 Automotive
- B** 53 Bakkerswereld
18 Beleggers Belangen
65 Beveiliging
31 BB Binnenlands Bestuur
56 BIT
1 Boerderij
8 Boerderij Vandaag (vh Agd)
91 Bouwformatie
55 Bouwmachines
45 Bouwwereld
78 Bovagkrant
- C** 39 C2W Chemisch 2 Weekblad
3 Cobouw
33 Computable
- D** 77 De Accountant
24 De Architect
47 De Ingenieur
21 De Zaak
6 Distrifood
27 DW Drogisten Weekblad
- E** 95 Effect
58 Eijnsma's Schildersblad
94 Elsevier Salarismagazine
59 Emerce
20 EVO Magazine
- F** 91 Facility Management Magazine
48 Foodmagazine
96 FoodPersonality
- G** 70 Gawalo
93 Gids voor Personeelsmanagement
29 Groenten en Fruit Actueel
- H** 82 H2O
85 Horeca Entree
73 Houtwereld
42 Huisarts en Wetenschap
- I** 69 Installatie en Sanitair
74 Installatie Journaal
2 Intermediair Weekblad
- K** 92 Kinderopvang



- L** 28 Logistiek
71 Logistiek Totaal
- M** 54 Management Scope
11 Management Team
10 Medisch Contact
84 MedNet Magazine
99 Metaal & Techniek
80 Metaal Magazine
63 Metaalnieuws
4 Misset Horeca
100 MIX
34 Mr.
- N** 51 Nederlands Juristenblad
61 Nederlands Tandartsenblad
5 Ned. Tijdschr. v. Geneeskunde
37 Nieuwe Oogst (landelijk)
26 NT Nieuwsblad Transport
64 Nursing
- O** 50 Ondernemen!
- P** 60 Petrochem
43 Pharmaceutisch Weekblad
41 Pluimveehouderij
- R** 72 RCC Koude & Luchtbehandeling
- S** 89 SchoenVisie
97 Service Management
79 Skipr
23 Snackkoerier
44 Sprout
- T** 62 Tandartspraktijk
12 Technisch Weekblad
40 Textilia
52 Tijdschr. v. Marketing
57 Transport en Logistiek
32 Trekker
87 Truck & Transport Management
13 Truckstar
35 Tweewieler
- V** 7 Vakstudie Nieuws
14 Vastgoedmarkt
22 Veeteelt
30 Verpakkingsmanagement
88 Vleesmagazine
66 VMT
19 VNG Magazine
9 Vraag & Aanbod
83 VVP
- W** 25 Weekblad Schuttevaer
- Z** 38 Zorgvisie

