

Disclaimer Ofschoon bij de samenstelling, voorbereiding en het produceren van de Top 100 Vakbladen uitgebreide voorzorgsmaatregelen zijn getroffen om de juistheid en de betrouwbaarheid van de gegevens te waarborgen, zijn de samenstellers niet aansprakelijk voor onjuistheden en omissies, noch voor enige vorm van gevolgschade. De lezer begrijpt dat de data en inhoud door druk- en zetfouten, de beschikbaarheid van data en de bewerking daarvan, kan afwijken van de werkelijkheid. De redactie is zich bewust van mogelijke afwijkingen als gevolg van de gevolgde systematiek, maar acht deze acceptabel teneinde een uniforme vergelijking te waarborgen.

RANKING 2008	TITEL		UITGEVER	FREQUENTIE	TOTALE OMZET (€ MLN)		LEZERSOMZET (€ 1 MLN)		ADVERTENTIE OMZET (€ MLN)
						t.o.v. 2007		t.o.v. 2007	t.o.v. 2007
1	1	Intermediair Weekblad	VNU Media	52	50,1	-12%	0,6	-3%	-12%
2	5	Management Team	VNU Media	21	18,0	52%	0,1	-4%	52%
3	3	Boerderij	Reed Business	52	13,7	-1%	6,9	-9%	10%
4	4	Binnenlands Bestuur	Kluwer	48	11,9	-2%	0,8	-1%	-2%
5	2	Cobouw	Sdu Uitgevers	250	11,9	-29%	6,5	1%	-48%
6	8	Adformatie	Kluwer	52	8,9	-8%	0,3	1%	-8%
7	9	FEM Business	Reed Business	52	7,9	-10%	3,4	5%	-18%
8	6	Computable	VNU Media	52	7,9	-23%	0,0	-1%	-23%
9	10	Quote	Hachette Filipacchi Media	12	7,8	-1%	3,4	1%	-3%
10	12	Misset Horeca	Reed Business	52	7,3	3%	1,8	3%	3%
11	11	Vakstudienieuws	Kluwer	52	7,2	2%	6,6	2%	-6%
12	13	Ned. Tijdschr. v. Geneeskunde	Bohn Stafleu van Loghum B.V.	52	7,2	5%	4,0	8%	1%
13	15	Distrifood	Reed Business	52	7,0	19%	1,8	0%	26%
14	7	Automatisering Gids	Sdu Uitgevers	52	6,9	-29%	1,7	4%	-36%
15	14	Agrarisch Dagblad	Reed Business	250	6,0	1%	4,2	4%	-5%
16	17	Vastgoedmarkt	Sdu Uitgevers	12	6,0	9%	1,8	11%	9%
17	21	Medisch Contact	Reed Business	52	5,2	7%	0,3	795%	2%
18	24	EVO Magazine	EVO	10	5,1	13%	4,0	23%	-12%
19	20	Vraag & Aanbod	MYbusinessmedia bv	52	5,0	2%	0,7	-11%	4%
20	16	Bloemisterij	Reed Business	52	5,0	-13%	2,1	-5%	-17%
21	18	Beleggers Belangen	Reed Business	51	4,6	-14%	3,6	-5%	-38%
22	22	Groenten en Fruit	Reed Business	52	4,4	-7%	1,5	-4%	-9%
23	23	Bizz	Reed Business	11	4,1	-10%	0,4	-15%	-9%
24	19	Assurantie Magazine	Kluwer	23	4,0	-20%	0,1	-3%	-20%
25	47	Carp	Basismedia BV	26	3,9	78%			78%
26	27	De Architect	Sdu Uitgevers	14	3,3	9%	1,2	2%	14%
27	34	Technisch Weekblad	Bèta Publishers	46	3,1	19%	0,5	-4%	25%
28	26	Bouwwereld	Reed Business	22	3,0	-5%	1,1	-7%	-4%
29	30	Weekblad Schuttevaer	MYbusinessmedia bv	52	3,0	7%	0,9	-4%	12%
30	25	Effect	Ver. Van Effectenbezitters	26	2,8	-11%	2,4	-3%	-38%
31	39	Bovagkrant	RAI Langfords BV	24	2,7	11%	0,2	-4%	13%
32	45	Management Scope	Scope Publishing B.V.	11	2,7	21%	0,6	326%	1%
33	35	Auto & Motor techniek	Reed Business	12	2,6	2%	1,0	8%	-2%
34	28	Logistiek	Reed Business	26	2,6	-11%	0,8	-6%	-13%
35	36	Snackkoerier	Reed Business	26	2,5	2%	0,3	-4%	2%
36	41	Veeteelt	CRV BV	20	2,5	5%	0,2	5%	5%
37	38	De Zaak	Small Business Publishing	8	2,5	1%	0,5	-2%	2%
38	43	Nieuwe Oogst (landelijk)	LTO Noord	52	2,4	7%	0,4	7%	7%
39	46	De Paardenkrant	Reed Business	104	2,4	10%	1,4	7%	14%
40	32	Textilia	MYbusinessmedia bv	45	2,4	-10%	0,7	-7%	-11%
41	44	Bit	Reed Business	11	2,3	0%	1,3	2%	-2%
42	33	IntermediairPW	VNU Media	26	2,3	-15%	0,9	-11%	-17%
43	31	Marketing Tribune	Lenthe Publishers	26	2,2	-18%	1,2	-10%	-26%
44	49	De Ingenieur	Veen Magazines	21	2,2	2%	0,3	10%	1%
45	37	Nederlands Juristenblad	Kluwer	45	2,2	-13%	1,5	-12%	-14%
46	29	Ondernemen!	Scope Publishing B.V.	10	2,2	-25%	0,0	-1%	-25%
47	42	Zorgvisie Magazine	Reed Business	12	2,1	-9%	1,1	-4%	-13%
48	52	Pharmaceutisch Weekblad	Kon. Ned. Mij Pharmacie	48	2,1	4%	0,2	-1%	4%
49	53	Tuin & Landschap	Reed Business	26	2,1	7%	1,1	16%	-2%
50	57	Automobiel Management Krant	MYbusinessmedia bv	22	2,1	14%	0,4	-7%	21%

RANKING 2008	TITEL		UITGEVER	FREQUENTIE	TOTALE OMZET (€ MLN)		LEZERSOMZET (€ 1 MLN)		ADVERTENTI OMZET (€ MLN)	
						t.o.v. 2007		t.o.v. 2007	t.o.v. 2007	
	2007									
▲	51	59	C2W Chemisch 2 Weekblad	Bèta Publishers	15	2,0	14%	0,1	-3%	15%
▼	52	51	Automotive	RAI Langfords BV	24	2,0	-3%	0,3	4%	-4%
▼	53	50	Transport en Logistiek	Transport en Logistiek Nederland	26	2,0	-6%	0,3	-5%	-6%
▲	54	56	Bouwmachines	Reed Business	16	1,9	4%	0,6	8%	2%
▼	55	40	INFinance	Triple I Group bv	21	1,9	-22%	0,4	-16%	-23%
▲	56	71	Tweewieler	Reed Business	11	1,8	29%	0,1	1%	32%
▼	57	55	Foodmagazine	Reed Business	12	1,8	-7%	0,5	3%	-10%
▲	58	85	Drogisten Weekblad	van der Weij Periodieken b.v.	48	1,7	48%	0,0	-6%	50%
▼	59	58	Elektor	Elektor International Media	11	1,6	-8%	1,1	-7%	-10%
▲	60	64	Mr.	Kluwer	10	1,6	-1%	0,0	40%	-1%
■	61	61	VVP	Nijgh Periodieken B.V.	52	1,6	-7%	0,5	-1%	-10%
▼	62	48	Sprout	VNU Media	11	1,6	-26%	-	-100%	-24%
▼	63	62	Estheticienne	Koggeschip Vakbladen b.v.	12	1,6	-7%	0,5	-6%	-7%
▲	64	81	Installatie + Sanitair Magazine	Reed Business	11	1,6	32%	0,2	12%	36%
▼	65	54	NT Nieuwsblad Transport	NT Publishers b.v.	52	1,5	-22%	0,8	-30%	-9%
▲	66	178	Retail Manager	United Force	12	1,5	256%	0,0	-5%	279%
▼	67	65	Advocatenblad	Reed Business	17	1,5	-2%	0,1	0%	-3%
▼	68	63	Tijdschr. v. Marketing	Kluwer	11	1,5	-10%	0,7	-1%	-16%
▲	69	78	Aandrijftechniek	Reed Business	11	1,5	19%	0,1	-5%	22%
▼	70	67	Bakkerswereld	Reed Business	26	1,5	-1%	0,6	0%	-2%
▼	71	68	Management Support Magazine	Kluwer	10	1,4	-4%	0,7	-4%	-4%
▼	72	69	Eisma's Schildersblad	Eisma Businessmedia b.v.	26	1,4	-6%	0,6	-4%	-7%
▼	73	60	Cash	Triple I Group bv	10	1,4	-21%	0,5	-17%	-23%
▲	74	136	Pluimveehouderij	Reed Business	52	1,4	106%	0,6	14%	364%
▲	75	95	Aannemer	Reed Business	11	1,4	23%	0,3	15%	25%
▼	76	70	Metaal Magazine	Reed Business	12	1,3	-8%	0,2	-2%	-9%
▲	77	84	VMT	Noordervliet Media B.V.	22	1,3	14%	0,4	0%	19%
▼	78	77	Schoonheidsspecialist	Uitgeverij Lakerveld b.v.	11	1,3	3%	0,1	-4%	4%
■	79	79	Autokompas	RAI Langfords BV	16	1,3	9%	0,1	0%	9%
▲	80	108	Pakblad	Reed Business	12	1,3	42%	0,1	-14%	54%
▲	81	82	Trekker & Werktuig	Reed Business	11	1,3	9%	1,0	6%	23%
▲	82	89	RetailTrends	RetailTrends BV	12	1,3	13%	0,3	5%	15%
▼	83	72	Belastingzaken	Sdu Uitgevers	10	1,3	-8%	1,3	-8%	-40%
▼	84	66	Nursing	Reed Business	11	1,3	-18%	0,7	-14%	-22%
▼	85	83	Accountancy Nieuws	Kluwer	24	1,3	7%			7%
▼	86	75	Facility Management Magazine	Arko Uitgeverij	10	1,3	-3%	0,3	-2%	-3%
▼	87	80	Tandartspraktijk	Bohn Stafleu van Loghum B.V.	12	1,3	5%	0,4	19%	-0%
▲	88	132	IT Executive	Kluwer	26	1,2	75%			75%
▲	89	94	Petrochem	Industrielnqs Pers en Platform B.V.	11	1,2	12%	0,1	-9%	14%
▲	90	105	Vastgoed	PSH	10	1,2	19%	0,5	89%	-5%
▲	91	96	Truck en Transport Management	Reed Business	1	1,1	6%	0,1	0%	7%
▲	92	104	Metaalnieuws	Uitgeverij de Ruygt	22	1,1	14%			14%
▼	93	91	De Boomkwekerij	Reed Business	46	1,1	-2%	0,7	5%	-14%
▼	94	93	Beveiliging	Security Press B.V.	12	1,1	-1%	0,2	-5%	-1%
▼	95	90	Transport & Opslag	Reed Business	12	1,1	-4%	0,3	2%	-6%
▼	96	73	Gids voor Personeelsmanagement	Kluwer	10	1,1	-19%	0,6	-14%	-24%
▲	97	128	Gawalo	Sdu Uitgevers	11	1,1	40%	0,1	59%	37%
▲	98	101	VNG Magazine	Sdu Uitgevers	24	1,1	6%	0,1	2%	6%
▼	99	92	Bakkers in Bedrijf	Aristo Uitgeverij	11	1,1	-5%	0,0	5%	-5%
▼	100	87	Communicatie	Kluwer	6	1,1	-9%	0,6	3%	-20%

1



2



De Top 100 vak- en managementbladen (verder: Top 100 Vakbladen) wordt jaarlijks samengesteld aan de hand van drie bronnen.

Dit zijn:

- *HOI, Instituut voor Media Auditing*. Hieruit wordt de betaalde kernoplage gedestilleerd. Voor deze editie ging het om cijfers uit het derde kwartaal 2007 en 2008. Voor de berekening van de opbrengsten per exemplaar en indeling naar oplageklasse wordt de totaal verspreide oplage gehanteerd. Ook worden de uitgevers per titel geselecteerd uit de database van HOI.
- *Nielsen Media Research*, bruto mediabestedingen voor de periode oktober t/m september 2007 en 2008, inclusief lokale advertenties en personeelsadvertenties.
- *Nijgh Periodieken, Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit*, editie oktober 2006 en 2007. Uit het handboek wordt de abonnementsprijs gehaald alsmede de verschijningsfrequentie. De abonnementsprijs wordt vermenigvuldigd met de betaalde kernoplage om de lezersomzet te berekenen. De gegevens omtrent losse verkoop worden voor de Top 100 Vakbladen buiten beschouwing gelaten.

Als een titel in elk van deze drie bronnen voorkomt in de jaren 2006 en 2007 heeft het kans om opgenomen te worden in de Top 100. In totaal zijn 246 titels gevonden die in elk van de drie bronnen voorkwamen. Dat zijn er zes minder dan een jaar geleden.

Nieuw in de samenstelling van de Top 100 Vakbladen is de verdeling van de kernoplage naar losse verkoop (voor zover relevant), ledenabbonnementen en betaalde abonnements. Voorheen werd de hele kernoplage verrekend met één abonnementsprijs, maar nu is er een differentiatie aangebracht waarbij het gros van de ledenabbonnementen op nul euro zijn gezet (zie ook kader). Hierdoor is deze editie van de Top 100 Vakbladen niet vergelijkbaar met eerdere edities.

	2007	2008
Aantal titels Nielsen	17%	16%
Aantal titels HOI	25%	24%
Advertentieomzet	58%	57%
Oplage	42%	43%

De Top 100 Vakbladen vertegenwoordigt 16% van het totaal aantal vaktitels zoals die worden gemeten door *Nielsen Media Research* en 24% van het aantal vaktitels dat *HOI* meet. Gemeenten in bruto mediabestedingen betekent dit een representatie van 57%. Qua totale oplage geldt een representatiepercentage van 43%.

Samenvatting van de resultaten

De totale omzet van de Top 100 Vakbladen is zoals gezegd 2,5% gedaald naar € 360 miljoen in 2008. De lezersinkomsten namen licht toe met 0,4%, maar bestrijken slechts een kwart van de totale omzet. De stijging van de lezersinkomsten is het gevolg van de gestegen abonnementsprijs (2%). Daartegenover staat een daling van de oplage van 1,6%. Per saldo dus iets hogere opbrengsten uit de lezersmarkt.

TABEL 2: OMZETVERDELING NAAR ADVERTENTIE- EN LEZERSINKOMSTEN

	2007	2008	+/-
Advertentie-inkomsten	274,7	265,2	-3,5%
Lezersinkomsten	94,3	94,7	0,4%
Totaal	369,0	359,9	-2,5%
Gem. abonnementsprijs (€)	35,48	36,19	2,0%
Gem. abonnementsoplage	26.579	26.164	-1,6%
Opbrengst per exemplaar	4,72	4,78	1,5%

De gemiddelde opbrengsten per exemplaar gingen ook iets omhoog. Met een toename van 1,5% kwamen ze uit op € 4,78. Vorig jaar was dat zes cent minder.

TABEL 3: OMZET NAAR OPLAGEKLASSE (X € 1 MLN.)

oplage x 1.000	2007	2008	+/-
0-10	92,6	95,4	3%
10-25	95,7	89,7	-6%
25-50	50,6	49,7	-2%
50-100	47,2	42,7	-9%
100-250	83,0	82,3	-1%

Alleen de titels met een kleine oplage (tot 10.000) hebben gemiddeld meer omzet gedraaid het afgelopen jaar in vergelijking met 2007. Het is ook meteen de grootste omzetcategorie met ruim € 95 miljoen. De grootste daling is te zien in de groep van 50 tot 100.000 exemplaren. Daar ging de omzet met 9% achteruit en kwam daarvoor uit op iets onder de € 43 miljoen. Het is daarmee in termen van de omzet de kleinste categorie.

TABEL 4: OMZET NAAR FREQUENTIEKLASSE (X € 1 MLN.)

Frequentie per jaar	2007	2008	+/-
1 tot 12	48,6	48,5	-0%
12 tot 25	76,3	83,9	10%
25 tot 51	48,2	49,1	2%
51 of meer	196,0	178,3	-9%

De groep titels met de hoogste verschijningsfrequentie zag de omzet het meest dalen in 2008. In 2007 kwam nog € 196 miljoen binnen, maar een jaar later was daar nog maar € 178 miljoen van over. De grootste stijger is de groep titels die tussen twaalf en 25 keer per jaar uitkomt. De toename is hier 10% en wordt vrijwel geheel veroorzaakt door de nummer twee uit de lijst, *Management Team*. De oorzaak van de omzettoename is de betaalde doorplaatsing van personeelsadvertenties vanuit Intermediair. Beide bladen zijn afkomstig van VNU Media.

Stijgers en dalers

In de top 10 van stijgers (op basis van het aantal posities in de ranking) zien we over het algemeen wat kleinere titels. De grootste

3



ALFABETISCHE LIJST

69 Aandrijftechniek
75 Aannemer
85 Accountancy Nieuws
6 Adformatie
67 Advocatenblad
15 Agrarisch Dagblad
24 Assurantie Magazine
33 Auto & Motor techniek
79 Autokompas
14 Automatisering Gids
50 Automobiel Management
Krant
52 Automotive
99 Bakkers in Bedrijf
70 Bakkerswereld
83 Belastingzaken
21 Beleggers Belangen
94 Beveiliging
4 Binnenlands Bestuur
41 Bit
23 Bizz
20 Bloemisterij
3 Boerderij
54 Bouwmachines
28 Bouwwereld
31 Bovagkrant
51 C2W Chemisch 2 Weekblad
25 Carp
73 Cash
5 Cobouw
100 Communicatie
8 Computable
26 De Architect
93 De Boomkwekerij
44 De Ingenieur
39 De Paardenkrant
37 De Zaak
13 Distrifood
58 Drogisten Weekblad
30 Effect
72 Eisma's Schildersblad
59 Elektor
63 Estheticienne
18 EVO Magazine
86 Facility Management
Magazine

7 FEM Business
57 Foodmagazine
97 Gawalo
96 Gids voor
Personeelsmanagement
22 Groenten en Fruit
55 INFinance
64 Installatie + Sanitair Magazine
1 Intermediair Weekblad
42 IntermediairPW
88 IT Executive
34 Logistiek
32 Management Scope
71 Management Support Magazine
2 Management Team
43 Marketing Tribune
17 Medisch Contact
76 Metaal Magazine
92 Metaalnieuws
10 Misset Horeca
60 Mr.
12 Ned. Tijdschr. v. Geneeskunde
45 Nederlands Juristenblad
38 Nieuwe Oogst (landelijk)
65 NT Nieuwsblad Transport
84 Nursing
46 Ondernemen!
80 Pakblad
89 Petrochem
48 Pharmaceutisch Weekblad
74 Pluimveehouderij
9 Quote
66 Retail Manager
82 RetailTrends
78 Schoonheidsspecialist
35 Snackkoerier
62 Sprout
87 Tandartspraktijk
27 Technisch Weekblad
40 Textilia
68 Tijdschr. v. Marketing
95 Transport & Opslag
53 Transport en Logistiek
81 Trekker & Werktuig
91 Truck en Transport
Management
49 Tuin & Landschap
56 Tweewieler
11 Vakstudienieuws
90 Vastgoed
16 Vastgoedmarkt
36 Veeteelt
77 VMT
98 VNG Magazine
19 Vraag & Aanbod
61 VVP
29 Weekblad Schuttevaer
47 Zorgvisie Magazine

stijger in deze editie van de Top 100 Vakbladen is *Retail Manager*. Vorig jaar kwam deze titel als krant nog niet voor in de Top 100, maar in 2008 is het blad getransformeerd tot een magazine. En met succes, zo laat *Marcel Meerman* van het blad desgevraagd weten. Naast de nieuwe formule speelt 'focus' ook een belangrijke rol in het succes: "Het is makkelijk om onderwerpen te behandelen die een groter lezerspubliek aanspreken, maar wij hebben gekozen voor focus en gaan daarmee voor kwaliteit. Dat zie je terug in de cijfers."

TABEL 5: TOP 10 STIJGERS OP BASIS VAN RANKING (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
66 Retail Manager (178)	0,4	1,5	256%
74 Pluimveehouderij (136)	0,7	1,4	106%
88 IT Executive (132)	0,7	1,2	75%
97 Gawalo (128)	0,8	1,1	40%
80 Pakblad (108)	0,9	1,3	42%
58 Drogisten Weekblad (85)	1,2	1,7	48%
25 Carp (47)	2,2	3,9	78%
75 Aannemer (95)	1,1	1,4	23%
64 Installatie + Sanitair Magazine (81)	1,2	1,6	32%
56 Tweewieler (71)	1,4	1,8	29%

TABEL 6: TOP 10 DALERS OP BASIS VAN RANKING (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
96 Gids voor Personeelsmanagement (73)	1,3	1,1	-19%
84 Nursing (66)	1,6	1,3	-18%
46 Ondernemen! (29)	2,9	2,2	-25%
55 INFinance (40)	2,4	1,9	-22%
62 Sprout (48)	2,2	1,6	-26%
73 Cash (60)	1,8	1,4	-21%
100 Communicatie (87)	1,2	1,1	-9%
43 Marketing Tribune (31)	2,7	2,2	-18%
65 NT Nieuwsblad Transport (54)	2,0	1,5	-22%
83 Belastingzaken (72)	1,4	1,3	-8%

De dalers maken wat kleinere sprongen dan de stijgers. Bovenaan staat *Gids voor Personeelsmanagement* dat 23 plaatsen zakt naar nummer 96. De daling van de omzet is zowel bij de lezers als bij de adverteerders te zien. Gemiddeld daalt de omzet van deze top 10 20%. De gemiddelde stijging bij de tien grootste stijgers is 60%.

TABEL 7: TOP 10 UITGEVERS (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
1 Reed Business	107,4	107,6	0%
2 VNU Media	83,7	79,7	-5%
3 Kluwer	45,6	43,4	-5%
4 Sdu Uitgevers	38,2	31,5	-18%
5 MYbusinessmedia bv	12	12	2%
6 Bohn Stafleu van Loghum B.V.	8	8	5%
7 Hachette Filipacchi Media	8	8	-1%
8 RAI Langfords BV	5,7	6,0	5%
9 Bèta Publishers	4	5	17%
10 EVO	5	5	13%

In tabel 7 staan de omzetten van uitgevers genoemd, waarbij nadrukkelijk is gesteld dat dit de omzetten zijn uit de Top 100 Vakbladen en dan volgens eerder genoemde berekeningen. Het zijn dus pertinent niet de feitelijke totale omzetten per uitgever. Dit om verwarring te voorkomen.

Bij de grootste uitgever uit de Top 100 Vakbladen is de omzet nagenoeg hetzelfde gebleven. *Reed Business* heeft net als vorig jaar als enige uitgever een omzet die boven € 100 miljoen ligt. Het aandeel van Reed binnen de Top 100 blijft daarmee rond de 30% liggen. De nummers twee en drie, *VNU Media* en *Kluwer*, verliezen aandeel ten opzichte van Reed. Hun Top 100 omzetten daalden elk 5%.

TABEL 8: TOP 10 ONDERWERPEN (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
1 Management	109	107	-2%
2 Agrarisch	41	41	1%
3 Handel en industrie	32	36	12%
4 Bouw en nijverheid	29	25	-13%
5 Financiële Dienstverlening	24	22	-8%
6 Gezondheidszorg	19	19	2%
7 ICT	21	16	-22%
8 Logistiek, Transport	15	15	-1%
9 Reclame, Marketing, Communicatie	15	14	-10%
10 Automotive	13	14	9%

In tabel 8 een overzicht van de bestedingen naar onderwerp/branche. De groep managementbladen is ingedeeld als 'management'. Dit verklaart de sterke positie helemaal bovenaan de lijst. Voorheen viel *Intermediair* (de nummer één in de Top 100 Vakbladen) onder 'arbeidsmarkt', maar is nu parallel aan de HOI-indeling ingedeeld als managementblad.

Net als vorig jaar daalt de omzet bij de ICT-bladen het snelst. Vorig jaar noteerden we -8%, nu is dat opgelopen tot -22%.

Tot slot nog drie tabellen die inzicht geven van de prestaties per titel in de drie grootste branches/onderwerpen. In tabel 9, de top 10 van de bladen in de categorie Handel en industrie, is de groei opmerkelijk van *Distribifood*, *Technisch Weekblad* en vooral *Retail Manager* (zie de verklaring hiervoor bij tabel 5).

TOELICHTING BEREKENING NIEUWE STIJL

De berekening van de lezersomzetten is in deze nieuwe editie van de Top 100 Vakbladen zoals gezegd gewijzigd. Er heeft een verfijning plaatsgevonden binnen de kernoplage.

Voorheen werden bladen als *Ondernemen!*, *Technisch Weekblad*, *EVO Magazine* en vele andere titels opgenomen op basis van de kernoplage x het reguliere abonnementsstarief. Feitelijk is dat onjuist.

Bladen die voor het grootste deel gratis ledenabonnements hebben, krijgen op die manier een te hoge lezersomzet waardoor ze oneigenlijk op een te hoge positie staan. Bovendien wordt op deze manier de omzet van de markt als geheel overschat.

In deze nieuwe editie van de Top 100 is binnen de kernoplage gekeken naar het aantal ledenabonnements en de losse verkoop. Het resterende deel valt dan onder betaalde abonnements c.q. betaalde kernoplage.

Voor de ledenabonnements is bij een groot aantal uitgevers geïnformeerd naar het ledentarieff, voor zover dat niet voorhanden was uit het Handboek van de Pers.

Hieruit bleek dat het merendeel van de ledenabonnements op een tarief van 0 euro staat. Dat tarief is dan ook gebruikt in de berekening.

Voor de losse verkoop (komt bijna niet voor bij de vakbladen) is het losse verkooptarief gebruikt x de verschijningsfrequentie. Voor het restant van de kernoplage is het reguliere abonnementsstarief gebruikt.

Voorbeeld: voor een blad als *Ondernemen!* betekent dit dat het verdwenen is uit de Top 10. In de vorige editie prijkte het nog op een vijfde plaats, maar volgens de nieuwe berekening zou het op een 29e plaats hebben moeten staan in 2007.

43



62



In tabel 10, de top 10 van Agrarische bladen, is verlies te zien voor *Bloemisterij* en een stevige stijging voor *Pluimveehouderij*.

In de top 10 Managementbladen, tabel 11, is er voor 6 van de 10 titels een daling van omzet. De oorzaak van de omzettoename bij *Management Team* is zoals gezegd de betaalde doorplaatsing van personeelsadvertenties vanuit *Intermediair*. ■

TABEL 9: TOP 10 TITELS HANDEL EN INDUSTRIE (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
Distribifood	5,9	7,0	19%
Vraag & Aanbod	4,9	5,0	2%
Technisch Weekblad	2,6	3,1	19%
De Ingenieur	2,1	2,2	2%
C2W Chemisch 2 Weekblad	1,8	2,0	14%
Foodmagazine	1,9	1,8	-7%
Elektor	1,8	1,6	-8%
Retail Manager	0,4	1,5	256%
Aandrijftechniek	1,3	1,5	19%
Bakkerswereld	1,5	1,5	-1%

TABEL 10: TOP 10 TITELS AGRARISCH (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
Boerderij	13,8	13,7	-1%
Agrarisch Dagblad	5,9	6,0	1%
Bloemisterij	5,7	5,0	-13%
Groenten en Fruit	4,7	4,4	-7%
Veeteelt	2,4	2,5	5%
Nieuwe Oogst (landelijk)	2,3	2,4	7%
De Paardenkrant	2,2	2,4	10%
Bit	2,3	2,3	0%
Pluimveehouderij	0,7	1,4	106%
Trekker & Werktuig	1,2	1,3	9%

TABEL 11: TOP 10 TITELS MANAGEMENT (X € 1 MLN.)

	2007	2008	+/-
Intermediair Weekblad	56,9	50,1	-12%
Management Team	11,8	18,0	52%
FEM Business	8,8	7,9	-10%
Quote	7,9	7,8	-1%
Beleggers Belangen	5,3	4,6	-14%
Bizz	4,6	4,1	-10%
Carp	2,2	3,9	78%
Management Scope	2,2	2,7	21%
De Zaak	2,5	2,5	1%
Ondernemen!	2,9	2,2	-25%