

NMO Decision Makers Survey 2024



31%
vrouw

69%
man

Decision makers (NL)

967.000

Gemiddelde leeftijd

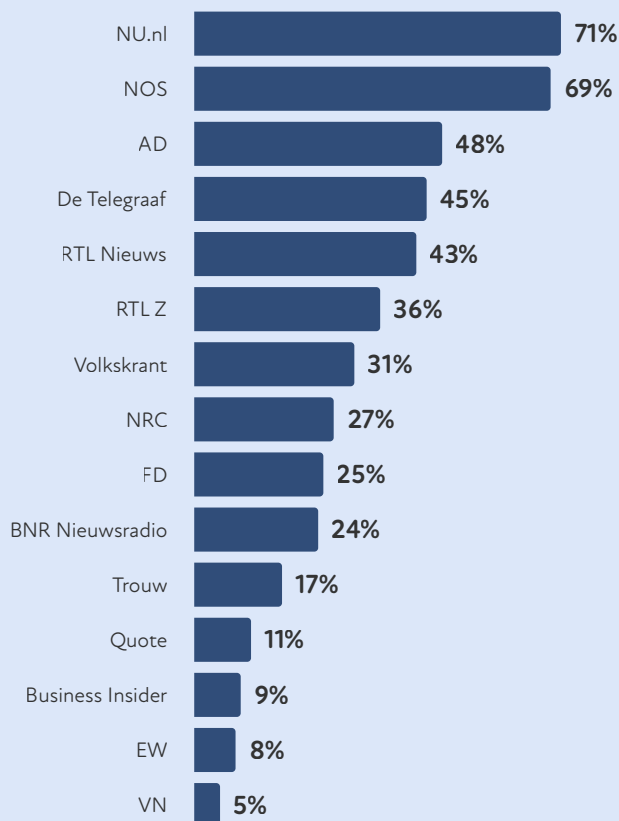
46

De helft verdient minimaal
twee keer modaal

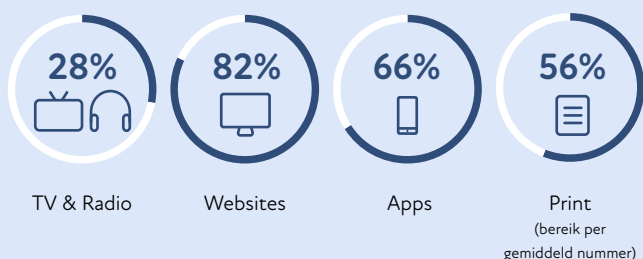
51%

NMO Decision Makers Survey is hét bereiksonderzoek in Nederland dat het mediagedrag van zakelijke beslissers in kaart brengt. De publicatie van 2024 bevat de gegevens van maar liefst 2.906 respondenten.

Gemiddeld merkbereik per maand

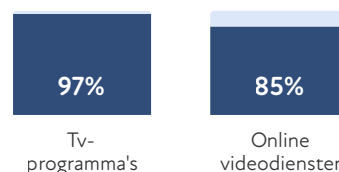


Gemiddeld bereik per week DMS-titels

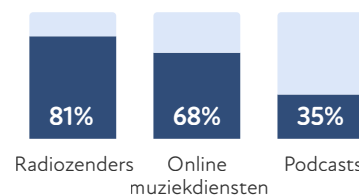


Gemiddeld wekelijks mediagedrag van decision makers

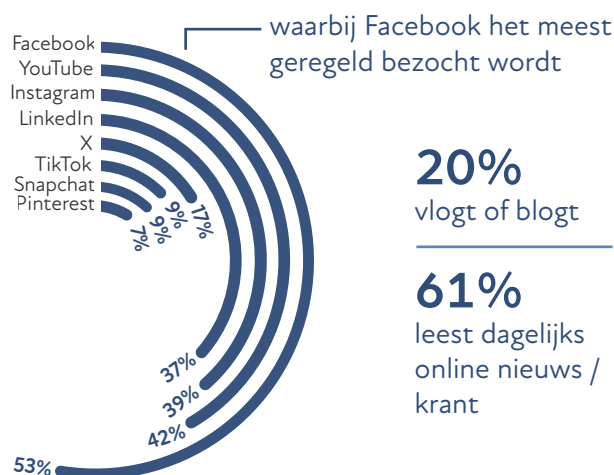
26,3 uur
kijktijd per week



28,2 uur
luistertijd per week



59% bezoekt dagelijks sociale media



20%
vlogt of blogt

61%
leest dagelijks
online nieuws /
krant

NMO Decision Makers Survey 2024 is uitgevoerd door Ipsos I&O. Neem voor meer informatie contact op met jouw contactpersoon bij FD Mediagroep, DPG Media, Mediahuis of Ad Alliance. Of kijk op de website van NMO.

