

Vertrouwen in media in Nederland 2017

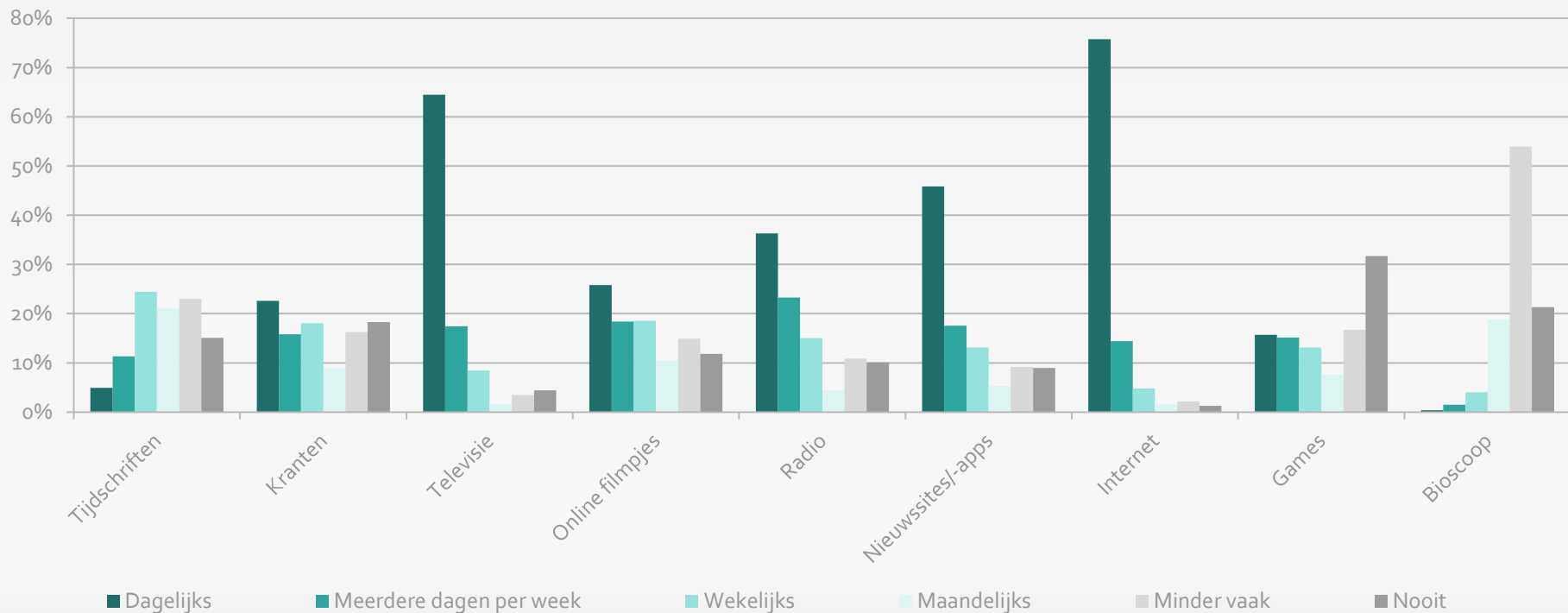
De rol van magazines

s a n o m a

IPG MEDIABRANDS

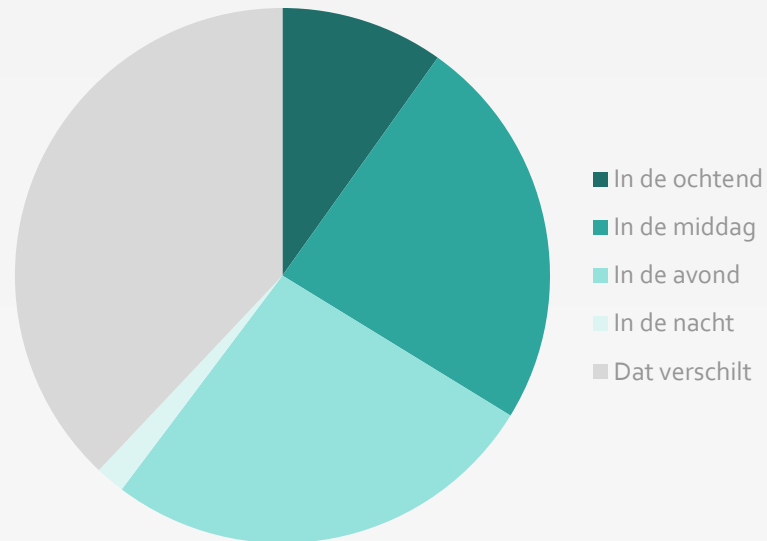
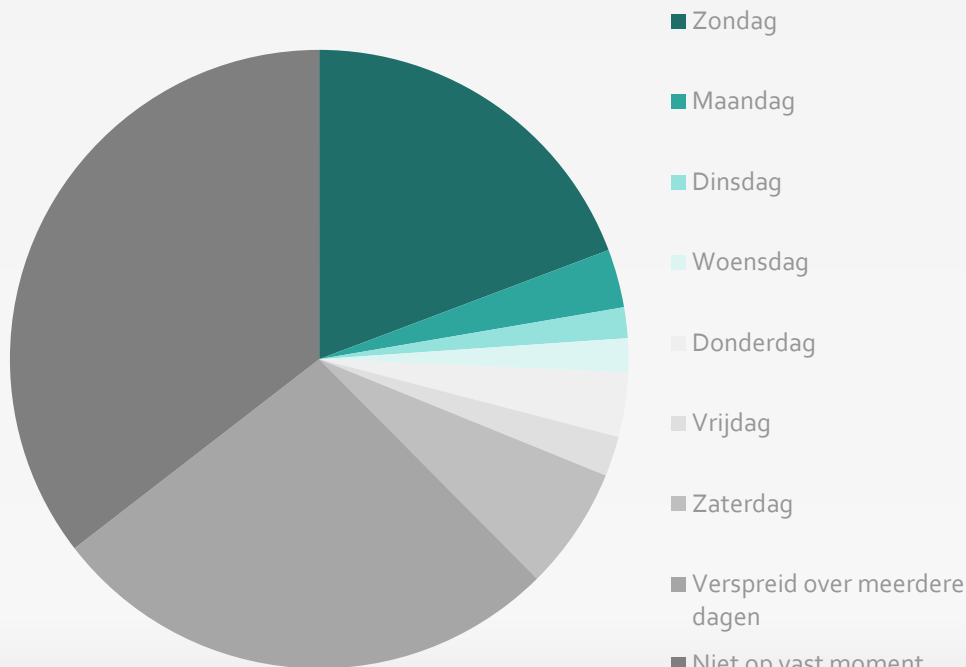
Gebruiksfrequentie media

Kan je aangeven hoe vaak je deze activiteiten doet? (n=1.014)



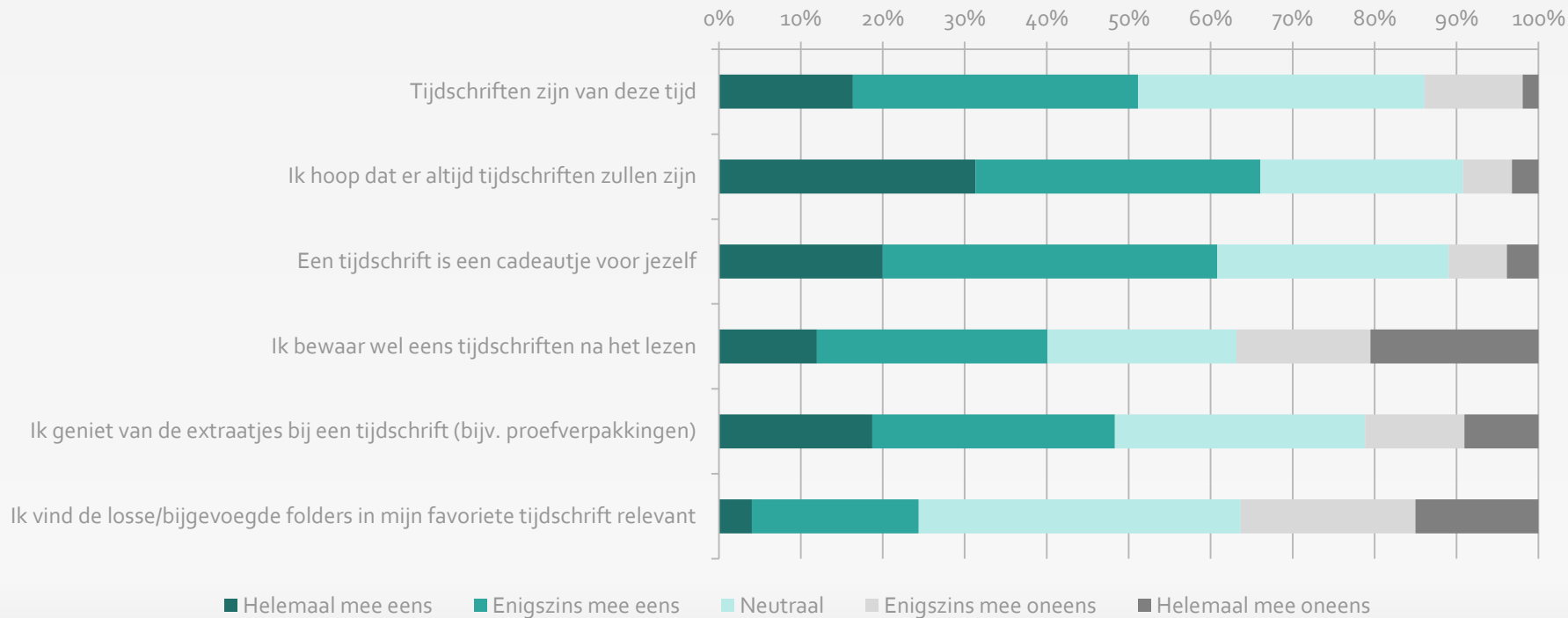
Leesdag- en moment tijdschriften

Op welke dag van de week lees je je favoriete tijdschrift meestal? En op welk moment van de dag? (n=1.013)



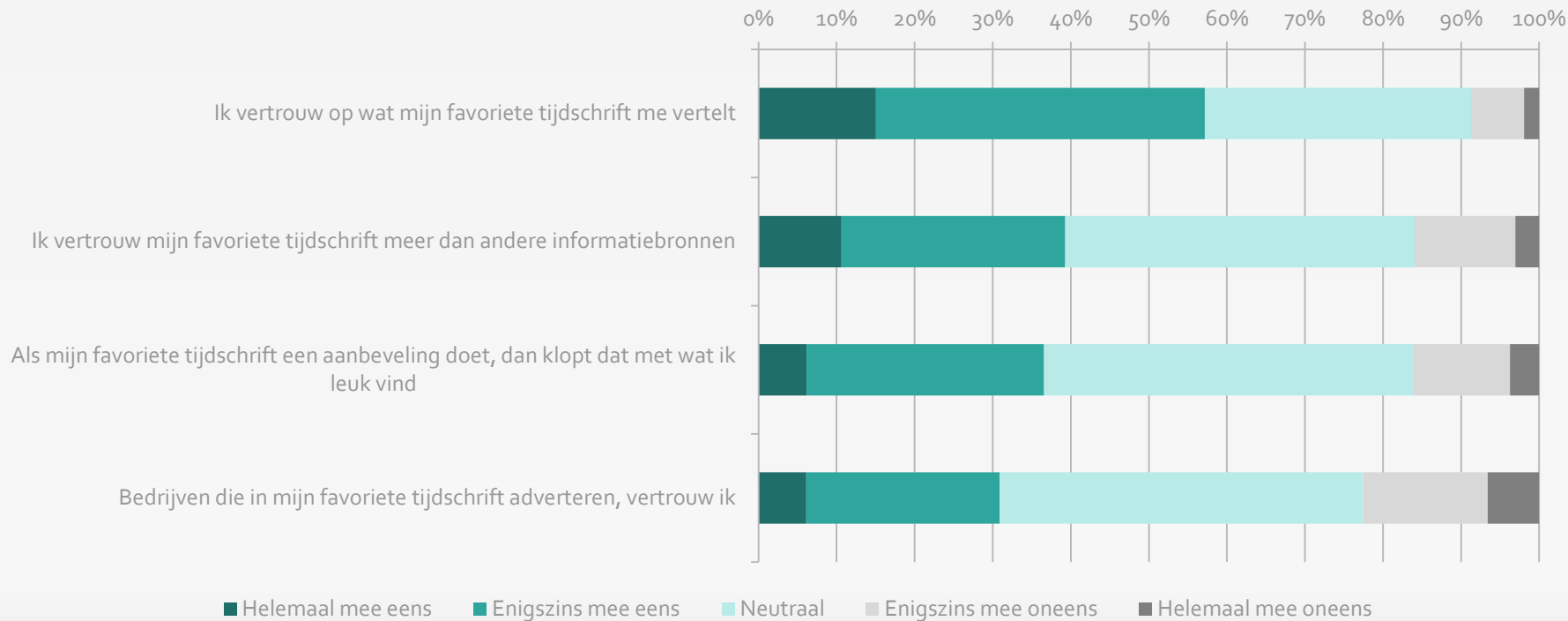
Uitspraken over tijdschriften (1/5)

Kan je weer aangeven in welke mate je het hier al dan niet mee eens bent? (n=620)



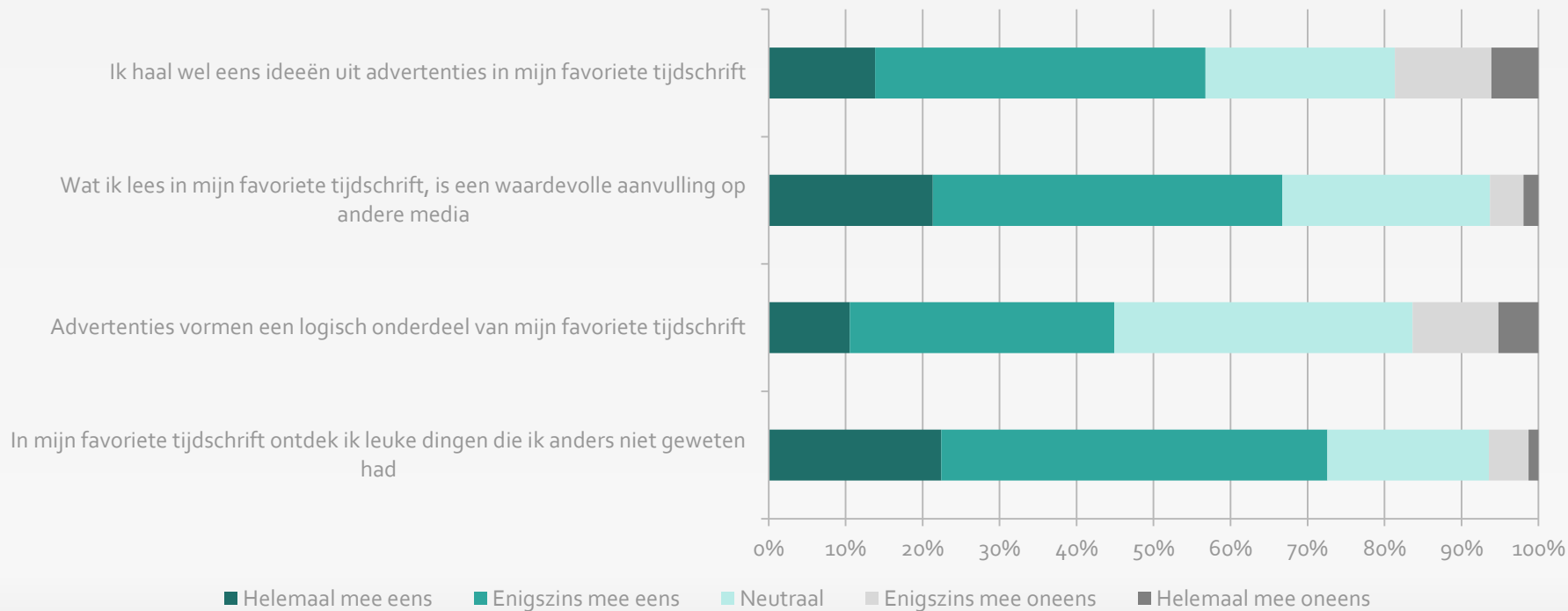
Uitspraken over tijdschriften (2/5)

Kan je weer aangeven in welke mate je het hier al dan niet mee eens bent? (n=620)



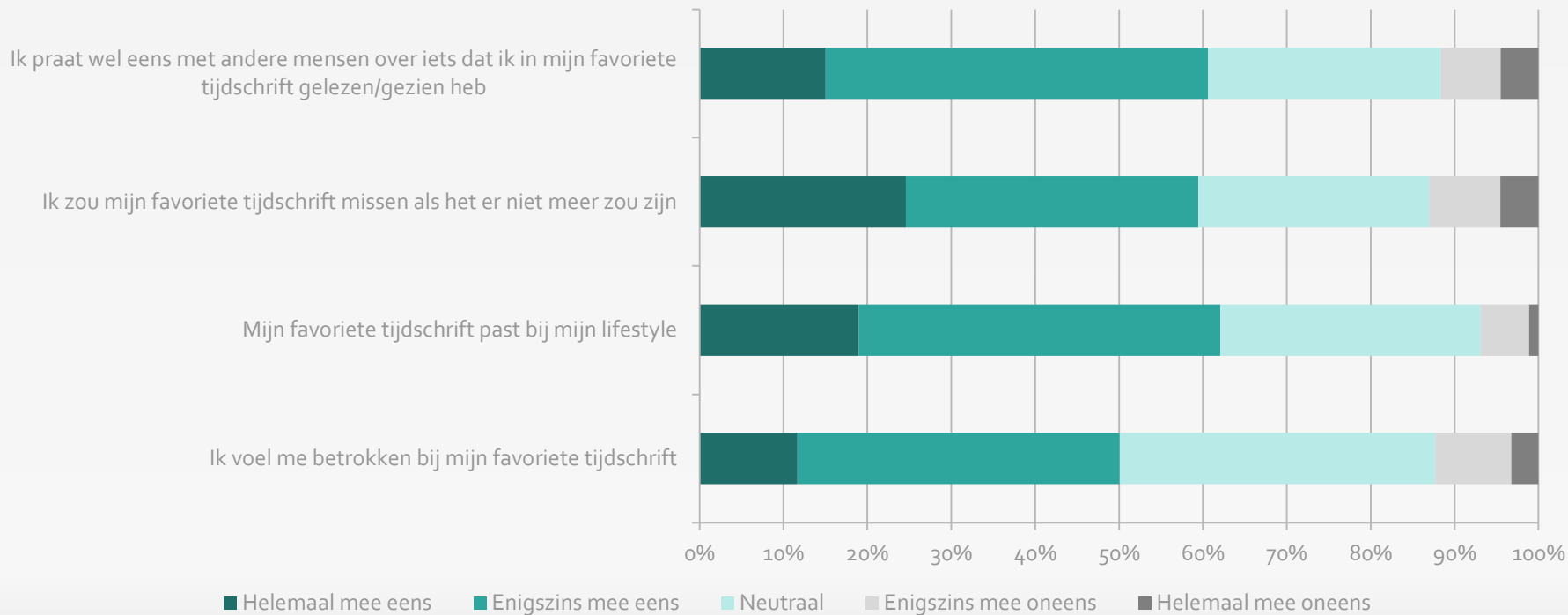
Uitspraken over tijdschriften (3/5)

Kan je weer aangeven in welke mate je het hier al dan niet mee eens bent? (n=620)



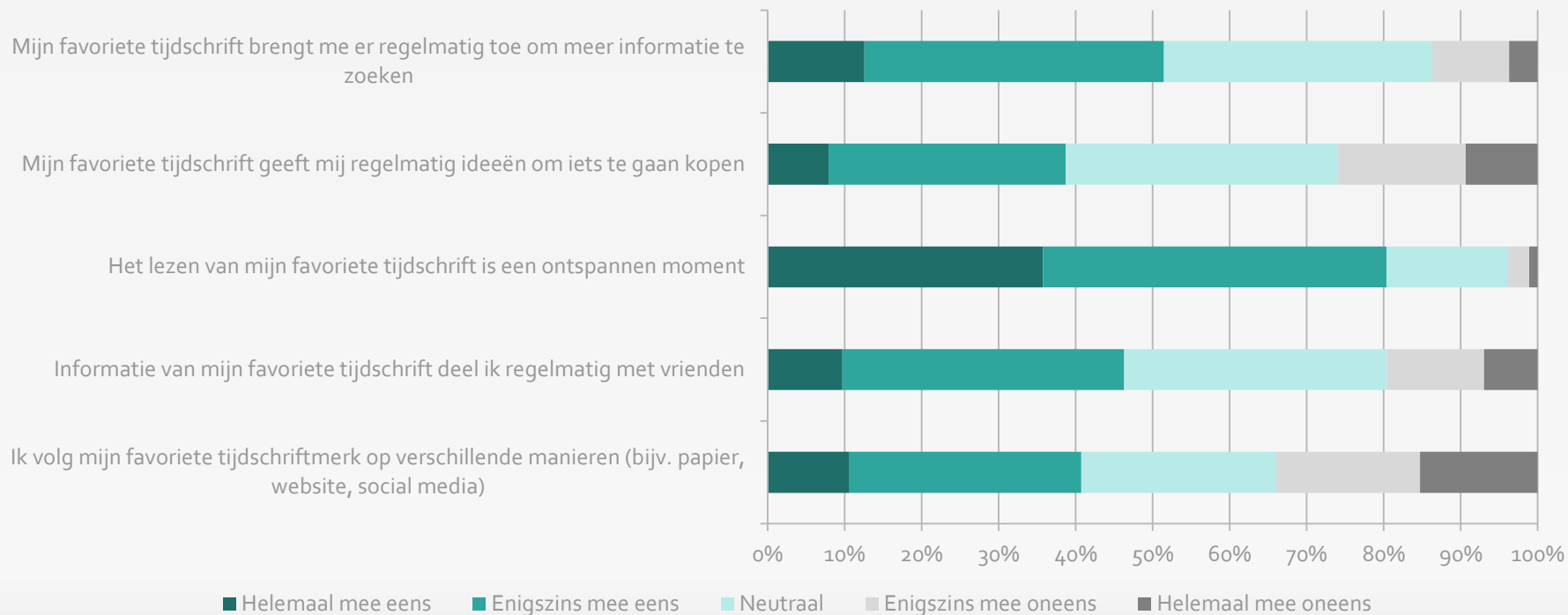
Uitspraken over tijdschriften (4/5)

Kan je weer aangeven in welke mate je het hier al dan niet mee eens bent? (n=620)



Uitspraken over tijdschriften (5/5)

Kan je weer aangeven in welke mate je het hier al dan niet mee eens bent? (n=620)



■ Verantwoording

Onderzoek Vertrouwen in media

- Deel 1: Nederlanders m/v 15-65 jaar, representatief op leeftijd, geslacht en Nielsen-regio (steekproef: n=1.000)

Deel 2: tijdschriftenlezers (steekproef: n=620)

- Methode: online vragenlijst, waarbij eerste deel vragenlijst door hele steekproef is ingevuld, tweede deel alleen door respondenten die aangeven tijdschriften te lezen
- Veldwerk: mei 2017
- Uitgevoerd door IPG Mediabrands in samenwerking met Sanoma