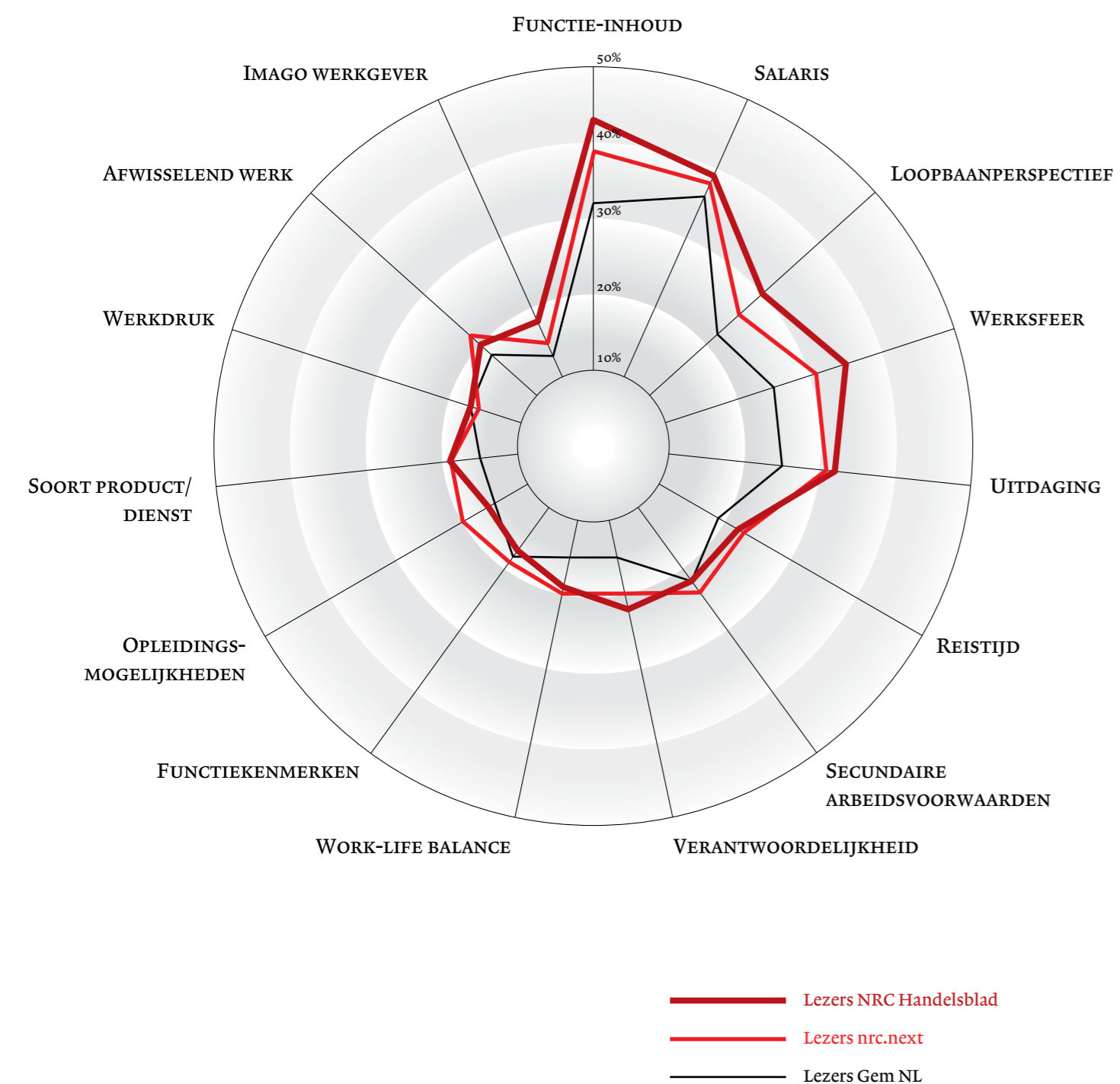


PUSH- EN PULLFACTOREN



HET PLATFORM VOOR ACADEMICI



VOOR INFORMATIE

NRC MEDIA
010 406 66 33
advertentie@nrc.nl
www.nrcmedia.nl

PCM MEDIA
020 562 62 00
advertising@pcmmmedia.nl
www.pcmmmedia.nl

NRC Media heeft zich tot doel gesteld om volledige en objectieve informatie te verschaffen aan een publiek dat meer verwacht van de gemiddelde berichtgeving. Hiervoor worden diverse kanalen ingezet die aansluiten op leeftijd, interesses en mediagebruik. Met haar twee dagbladen NRC Handelsblad en nrc.next bereikt NRC Media een breed, hoog opgeleid publiek. De NRC-lezer is ambitieus, kritisch en op zoek naar diepgang. Niet voor niets heeft NRC Media het hoogste bereik onder academici. In deze brochure laten wij zien hoe ons productportfolio u een mooi platform biedt om deze doelgroep te bereiken.

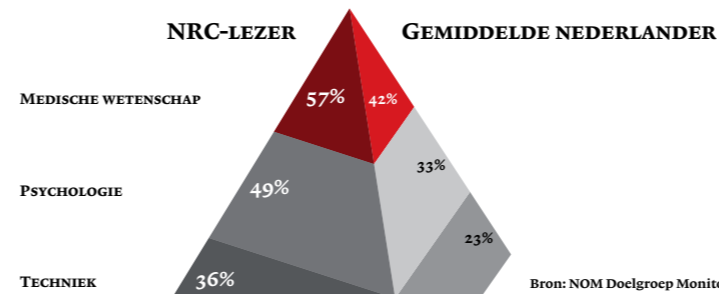
Student



Young professional



INTERESSE



Medior



Senior



nrc.next

nrc.next is de krant voor de hoogopgeleide nieuwsconsument tussen de 20 en 39 jaar. Een levensfase waarin belangrijke keuzes worden gemaakt op het gebied van studie en carrière. Om de lezers te gidsen door de informatie die voor hen relevant is, heeft nrc.next iedere woensdag de themapagina's 'Loopbaan' waarop diverse opvallende advertentieposities beschikbaar zijn. De dagelijkse wetenschappagina is na het nieuwskatern de meest gewaardeerde pagina van nrc.next.



NRC Handelsblad

NRC Media wil graag een bijdrage leveren aan de wetenschapscommunicatie in ons land. Zo is in 2005 op initiatief van NRC Handelsblad de Academische Jaarprijs in het leven geroepen die wordt uitgereikt aan het beste communicatieplan bij toponderzoek. Daarnaast besteedt de redactie veel aandacht aan onderwerpen als techniek, innovatie, onderwijs en de fundamentele wetenschap. Niet in de minste plaats om aan de interesses van onze overwegend academisch geschoolede lezers tegemoed te komen. Met op dinsdag en donderdag de wetenschapspagina's en op zaterdag een wetenschapsbijlage op tabloidformaat bereikt NRC Handelsblad circa 800.000 lezers.



Opinie & Debat

NRC Handelsblad streeft naar objectieve berichtgeving en een strikte scheiding van feiten en meningen. De tabloidbijlage Opinie & Debat is van oudsher het platform waar denkers, politici en topmensen uit het bedrijfsleven en de wetenschap hun ideeën lanceren. Een plaats in de krant waar hart en verstand om voorrang vechten.



NRC Weekblad, verdiept en blikt vooruit

Iedere zaterdag verschijnt NRC Handelsblad met NRC Weekblad. Een magazine over actuele onderwerpen in de vorm van reportages en diepgaande interviews. Met iedere week de column van Joris Luyendijk die onderzoek doet naar de introductie van de elektrische auto en de filosofie column van Rob Wijnberg. Door het nrc.next plusabonnement (nrc.next doordeweeks en NRC Handelsblad op zaterdag) bereikt het magazine ook de jongere lezers van NRC Media.

*In de zomermaanden juli en augustus wordt het wetenschapskatern geïntegreerd in NRC Weekblad



NRC.Carrière

NRC.Carrière is de vacaturesite voor academici van NRC Handelsblad en nrc.next. Personeelsadvertenties in NRC Handelsblad en nrc.next worden gratis doorgeplaatst op deze site. De website richt zich op academici en bedient starters, mediors en seniors die zich oriënteren op een nieuwe functie. Met NRC.Carrière kiest u voor kwaliteit (resultaat) boven kwantiteit (enorme respons). Door heel gericht een selecte doelgroep aan te spreken, bedienen wij zeer effectief vraag en aanbod op de arbeidsmarkt voor academici met de kwaliteit en resultaten die u van NRC Handelsblad en nrc.next mag verwachten.

Adverteren

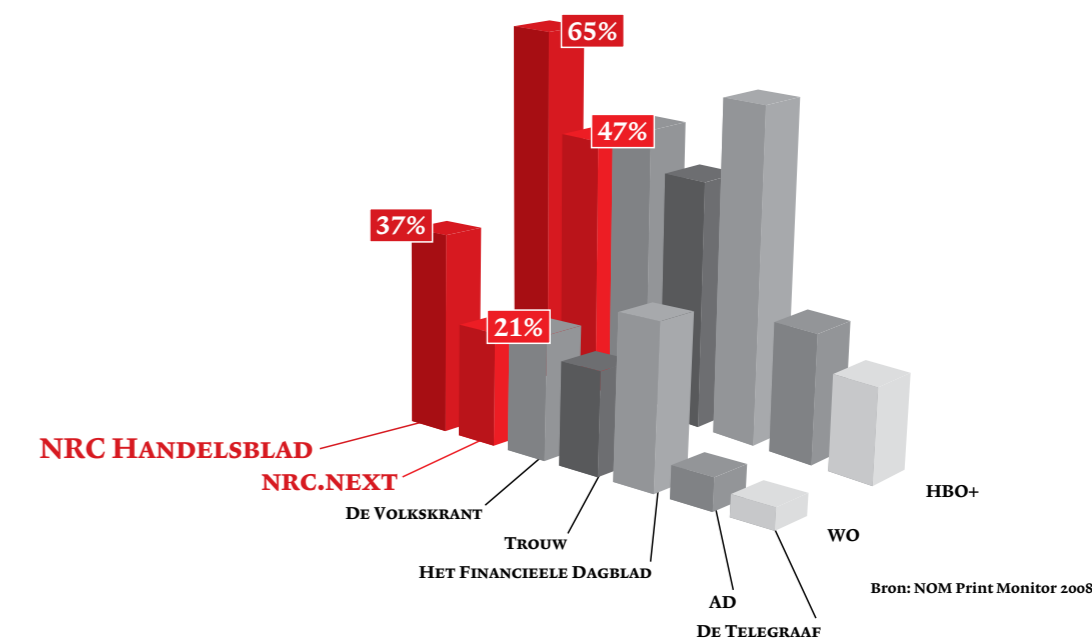
Met NRC Media bereikt u een hoogopgeleide publiek en kunt u bovendien binnen deze doelgroep een nog selectievere keuze maken door de diversiteit van ons productaanbod. Ieder product biedt verschillende mogelijkheden om uw communicatieboodschap weer te geven. Zo kunt u tegen aantrekkelijke kosten per 1.000 heel gericht uw doelgroep bereiken.

next.jobs

In september breidt nrc.next de themapagina's uit met maar liefst drie specials. Deze speciale edities met het thema "Profiteer van de crisis" worden bij de krant ingestoken. Centraal staat hoe je in onzekere tijden slimme en strategische keuzes kan maken op het gebied van opleiding en werk.

16 SEPTEMBER	Studie: slim kiezen of je hart volgen
23 SEPTEMBER	Carrière: flexibiliteit of zekerheid
30 SEPTEMBER	Werk: specialiseren of kennis verbreden

BEREIK HOOGOPGELEIDE LEZERS



NOA

In het Nationaal Onderzoek Arbeidsmarkt wordt gekeken naar de belangrijkste pull-factoren, oftewel de elementen die een baan aantrekkelijk maken. Hieruit blijkt dat HBO'ers en WO'ers andere factoren belangrijker vinden dan de gemiddelde Nederlander. Vooral functie-inhoud, loopbaanperspectief en werksfeer worden beduidend belangrijker gevonden door WO'ers. Dit komt dan ook overeen met de verdieping die de NRC-lezer zoekt zoals weergeven in de grafiek op de omslag.