

Huis-aan-huiskranten

24 september 2026



Huis-aan-huiskranten zijn een massamedium:

10,7
miljoen

Nederlanders (13+)
lezen **wel eens**
een huis-aan-huiskrant

Hiervan leest

- **71 %** alleen op papier
- **23 %** + op papier en digitaal
- **6 %** alleen digitaal

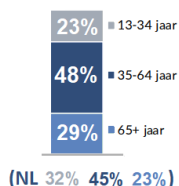
Huis-aan-huiskranten bereiken alle doelgroepen in Nederland:

Geslacht

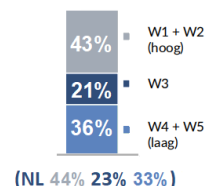


47% 53%
(NL* 50% 50%)

Leeftijd



Welstand



Opleiding



- Hoog 42% (NL 45%)
- Midden 42% (NL 40%)
- Laag 16% (NL 15%)

Stedelijkheid



- Sterk 52% (NL 56%)
- Matig 17% (NL 16%)
- Weinig/ 31% (NL 28%)
Niet

Dagelijkse aankoper (DAK)

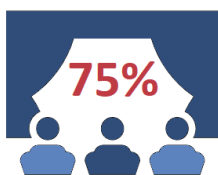


(NL 74%)

van de lezers van HAH-kranten
doet dagelijkse aankopen

*) Profielen populatie NL 13+

Huis-aan-huiskranten spelen in op de behoefte van de Nederlanders:



75%
Interesse in
lokale evenementen
en activiteiten



74% Interesse in
Gemeentelijk nieuws/
aankondingen



66%
Interesse in lokale cultuur(agenda)
en/of lokale sport(uitslagen)

Huis-aan-huiskranten worden intensief gelezen:

54% van de lezers leest driekwart
of meer van een nummer

Het NMO onderzoek naar het bereik van huis-aan-huiskranten 2026 is uitgevoerd door Ipsos I&O.

Contact: aleit.veenstra@nationaalmediaonderzoek.nl

www.nationaalmediaonderzoek.nl

Bron: NPM-DGM-HAH 2 jaar 2026

NMO NATIONAAL
MEDIA
ONDERZOEK

Ipsos I&O

