

## Balans na 1 maand zalm Zalmkleurige Mediafin-kranten boeken groeicijfers tegen de stroom in.

---

De Tijd en L'Echo maken een positieve balans op van de eerste maand zalmkleur. Zowel op de lezersmarkt als op de adverteerdersmarkt zijn de nieuwe kleur en de vernieuwde redactionele aanpak van krant én website met open armen ontvangen. Het moedigt Mediafin aan verder te investeren.

Op zaterdag 9 mei verschenen De Tijd en L'Echo voor het eerst op zalmkleurig papier. De redactie bracht een verrijkte weekendkrant van ruim 120 pagina's met het dossier 'Tegen de stroom in'. En de lezers ontvingen gratis het interessante boekje '100 Essentiële begrippen uit de Nieuwe Economie'. Dat alles ging samen met een inhoudelijke vernieuwing en kwalitatieve versterking van de kranten en de sites. Na één maand blijkt het resultaat van deze investering veelbelovend, zowel op de lezers- als adverteerdersmarkt.

### Zaterdag 9 mei: best scorende krant van het jaar, bij lezer én adverteerder

Het lezerspubliek van De Tijd en L'Echo reageerde massaal op de vernieuwing. Ruim 92.000 exemplaren van de zaterdagkrant gingen over de toonbank. Dat is een meerverkoop van 22.000 exemplaren in vergelijking met een normale zaterdagverkoop én meteen ook het verkoopsrecord van 2009.

Ook de adverteerder speelde in op het momentum. Niet minder dan 45 merken waren paginagroot aanwezig in de lanceringskranten en gelijktijdig ook op de sites. Ook op dit vlak is dat de beste score van het jaar.

### Maand mei : groeicijfers in turbulente tijden

De resultaten van de vernieuwing blijken geen 'one shot'. De positieve trend zet zich tijdens de rest van de maand door.

Het gemiddelde verkoopcijfer van de Tijd en L'Echo stijgt in mei tot 59.000 exemplaren, een groei met 3.800 exemplaren in vergelijking met vorig jaar.

Ook op de turbulente reclamemarkt zijn de resultaten van mei veelbelovend. Mediafin boekt een omzettingstijging van 15% en zwemt daarmee tegen de stroom in.

# mediafin

DE TIJD **L**Echo

Mediafin heeft de afgelopen jaren een belangrijke investeringscapaciteit opgebouwd. Het zalmproject is een weloverwogen innovatie in een uitdagende economische omgeving. ‘De Tijd en L’Echo willen op die manier ook een signaal geven aan hun leefwereld dat het geen optie is om vandaag bij de pakken te blijven zitten’, verklaarde algemeen directeur Dirk Velghe bij de lancering. ‘Deze resultaten en de vele positieve reacties van onze veeleisende lezers en commerciële partners sterken ons in de overtuiging te blijven innoveren en investeren in onze merken’.

‘Nog voor de zomer pakt Mediafin uit met nog maar eens een nieuw initiatief. Op zaterdag 27 juni bieden we de lezer een uitgebreide fotobijlage aan met dé beelden van één jaar crisis. Een bewaarnummer over een jaar waarin de wereldeconomie grondig werd hertekend.’

**Voor toelichting bij dit persbericht kan u terecht bij:**

**Frederik Delaplace**, redactiedirecteur De Tijd & L’Echo: 0496/591447

**Dirk Velghe**, algemeen directeur Mediafin: 0475/438250