

Mediakit 2026
Ouders van nu

Het meest deskundige platform
voor aanstaande en jonge ouders



Ouders van Nu brengt
jouw merk in contact
met maar liefst
1.5 miljoen aanstaande
en jonge ouders

Wij zijn Ouders van Nu

Al bijna 60 jaar fungeert **Ouders van Nu** als dé gids voor (toekomstige) ouders, met betrouwbare informatie omtrent zwangerschap en opvoeding. Wij zijn de ultieme zoekmachine die alles omvat: van kindervens tot kleuterklas.

Onze missie?

Hét platform waar aanstaande ouders naar toe blijven komen voor informatie. Wij zijn de omgeving waar (aanstaande) ouders herkenning vinden.

De kracht van Ouders van Nu

Bereik

Ouders van Nu brengt jouw merk in contact met maar liefst 1,7 miljoen aanstaande en jonge ouders

Helpende hand

Wij zijn dé gids met betrouwbare informatie voor (toekomstige) ouders

Commercieel

Ouders zijn op zoek naar producten of diensten die aansluiten bij hun nieuwe levensfase. Wij helpen hen deze te vinden

Herkenbaar

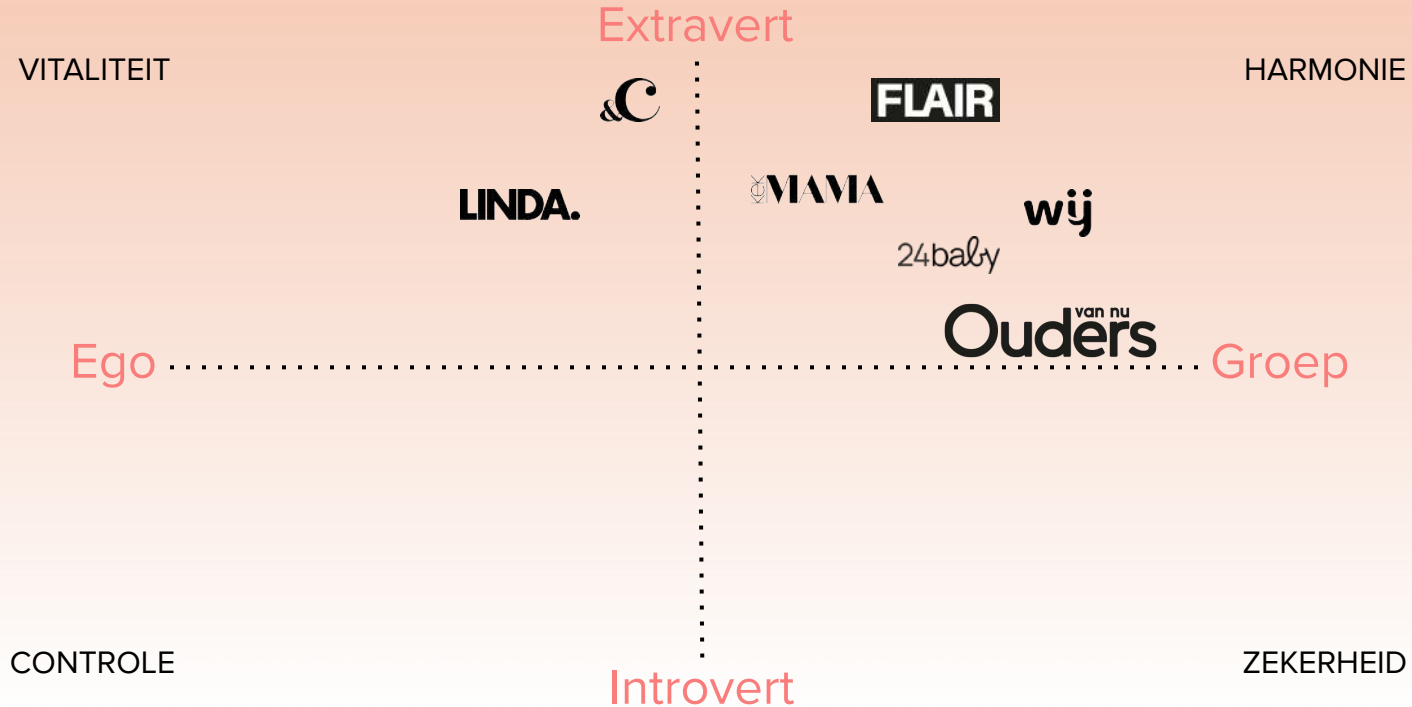
Ouders van Nu weet feilloos boodschappen door te vertalen naar de belevingswereld van de ouders.

Consistent

Wij zetten in op blijvende impact voor jouw merk



Het medialandschap



Bron: BSR Quality Planner - Market Response 2026

Doelgroep

Demografie



86%
vrouw



14%
man

61%
gezinnen

23%
tweepers.
huishouden

65%
hoog inkomen

62%
hoog opgeleid

Profiel

93%
bezoekt
Oudersvannu.nl
met een
smartphone

60%
is voor de eerste
keer zwanger
(t.o.v. 40% van hun
2e kind of meer)

Activiteiten
Dagjes uit
Koken en bakken
(online) shoppen



Totaal bereik
per maand
1,5 mio

Cijfers Ouders van Nu



Website

1.500.000

Gem users /maand

4.600.000

Gem pageviews/maand

47.000

app downloads
sinds April 2025



Social

80.000

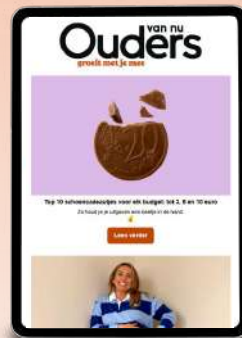
Instagram volgers

225.000

Facebook volgers

1.312

TikTok volgers



E-mail

350.000

Nieuwsbrief abonnees



Magazines

75.000

Zwanger Magazine

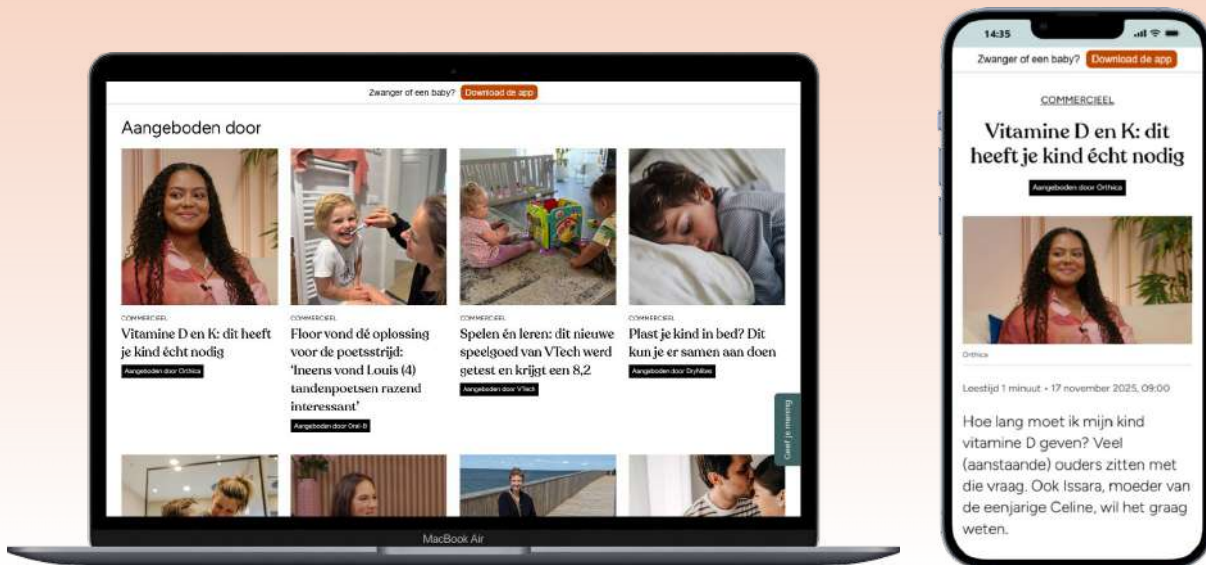
Online

Mogelijkheden **samenwerking**

Benchmark
4.000
views

Online product Branded content

Realiseer in korte tijd een groot bereik door mee te liften
op het redactionele Umfeld van **oudersvannu.nl**



Een online advertorial kan versterkt worden door middel van een quiz, winactie of poll en wordt altijd aangejaagd via Facebook.

Online product Social posts

Realiseer in korte tijd een groot bereik door mee te liften
op het redactionele Umfeld van **Ouders van Nu**



Benchmark
bereik
30.000



Benchmark bereik
53.000



Benchmark
bereik
53.000



Online product

Nieuwsbrief

De nieuwsbrief van Ouders van Nu biedt een samenvatting van alle actuele content op het platform. De nieuwsbrief wordt elke **woensdag en vrijdag** verstuurd naar ruim **350.000 abonnees**. Hierin staan verschillende items die doorlinken naar artikelen die interessant zijn voor (aanstaande) ouders, verwijzingen naar het forum en interessante aanbiedingen.

De nieuwsbrief leent zich perfect voor **zichtbaarheid van een branded content artikel of een mooie aanbieding**.



Online product

Ouders van Nu testpanel



Met een Ouders van Nu testpanel testen vijf tot acht ouders een product. Dat kan van alles zijn: speelgoed, huishoudelijke producten, kinderwagens, kleding, enzovoorts. De ouders testen het product voor drie tot vijf weken. Naar aanleiding van hun ervaringen vullen ze een evaluatie in. Aan de hand hiervan schrijft de redactie van Ouders van Nu een artikel waarin we ingaan op de USP's van het product, aangevuld met quotes. Het artikel wordt aangekleed met foto's van de testers zelf.

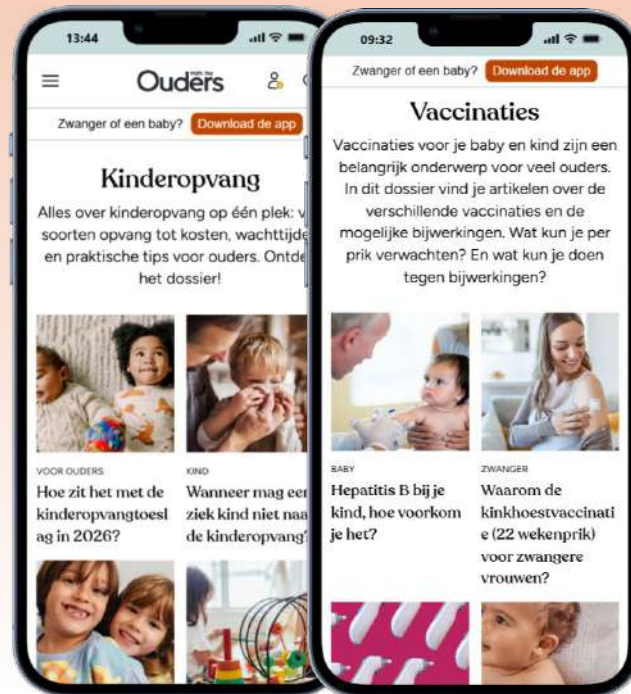
Indien gewenst geven we naar aanleiding van de ervaringen van de testers **een keurmerk** uit dat de adverteerder een jaar lang kan gebruiken op owned en earned kanalen.

Online product Dossiers

Ouders van Nu fungeert als dé betrouwbare zoekmachine voor ouders. Met het enorme aanbod aan content hebben we de grote onderwerpen **gebundeld in dossierpagina's**. Deze pagina's worden erg goed bezocht (via Google: dossiers hebben een hoge SEO waarde). Ook via social gaan mensen naar de dossierpagina's en klikken rond in de andere artikelen in het dossier.

Huidige dossiers

- [Kinderopvang Dossier](#)
- [Vakantie Dossier](#)
- [Vaccinaties Dossier](#)
- [Scheiden Dossier](#)
- [Erop uit Dossier](#)



Online product

Contextual display advertising



Met **contextual display advertising** ben je zichtbaar met relevante banners die passen bij artikelen met specifieke onderwerpen. Denk aan een ad voor een kinderwagen in de context 'zwangerschap' of een ad voor maaltijdpotjes in de context 'voeding'. De bezoeker is al bezig met het onderwerp, waardoor de banner goed aansluit.

Contextual targeting draagt bewezen* bij aan:

- Merkoverweging en merkvoorkeur
- Positieve houding t.o.v. het merk
- Overtuiging van de kwaliteit van de getoonde producten

*Effectmeting 2024 i.s.m. Kruidvat

Online product

Contextual display advertising

Claim ultieme relevantie onder jonge ouders door zichtbaar te zijn met seamless banners op **oudersvannu.nl**



Image
Viewability 74%
CTR 0,18%



Image L
Viewability 75%
CTR 0,21%



Image XL
Viewability 67%
CTR 0,21%



Carroussel
Viewability 73%
CTR 0,21%



Video
Viewability 74%
CTR 0,13%

App en podcast

Mogelijkheden **samenwerking**

Online product

Ouders van Nu app

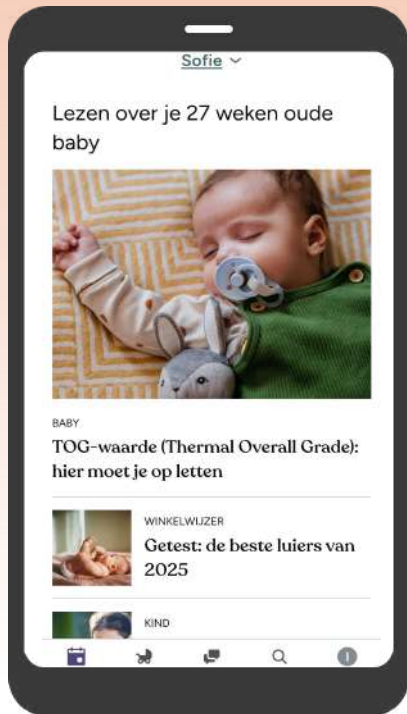
Inhoud van de app

- Gepersonaliseerde content: volg de ontwikkeling van je baby of kind week voor week
- Winkelwijzer: adviezen en reviews van producten die je nodig hebt als ouder
- Community: kom in contact met andere ouders



Online product

Ouders van Nu app



Hoe kunnen we samenwerken?

- Zichtbaarheid met branded content in een specifiek trimester
- Intekenen kan van zwangerschap tot en met baby van 18 maanden
- Per trimester twee keer zichtbaar
- Deelname voor een half jaar of een jaar

Online product

Zichtbaar op drie posities



Kalendermail



App



Gepersonaliseerde website

Online product

Ouders van Nu podcast

Ouders van Nu podcast 'Zwanger: Van Buik tot Baby'

is de 40-delige podcastserie over de zwangerschap (week 1 - 40) waar hoofdredacteur Wendy van Poorten in gesprek gaat met experts en deskundige advies, praktische tips en herkenbare emoties delen.

- Korte afleveringen (10-15 min) afgestemd op de beleving van de zwangere
- Promotie via nieuwsbrieven, socials & in de app in de desbetreffende zwangerweek
- Samenwerken kan d.m.v pre-roll en guest read in een specifieke zwangerweek of een volledig gesponsorde aflevering.



Print

Mogelijkheden **samenwerking**

Print propositie

Zwanger Magazine



Verschijningsdatum:

1 december 2026

Sluitingsdatum

advertentiemateriaal:

1 november 2026

Er komt een hoop af op aanstaande ouders. Door de overkill aan informatie zien zij letterlijk door de bomen het bos niet meer. Deze groep raadpleegt het Zwanger Magazine omdat ze op zoek zijn naar informatie en koopadvies vanuit een betrouwbare bron. Door mee te gaan als adverteerder ben je relevant vanaf het begin van de customer journey.

Alle ins en outs:

- Hoge attentiewaarde: het Zwanger Magazine is een exclusief bewaarexemplaar. Echt een moment om te genieten van de zwangerschap.
- Gratis aan te vragen via oudersvannu.nl en verkrijgbaar via verloskundigen en ziekenhuizen.
- **Oplage van 75.000**



Ouders van Nu

Succesvolle **cases**

Voorbeeldcase

Samen met... C&A

Product: Kerstkleiding voor baby's.

Doelstelling: De kerstcollectie van C&A top of mind maken bij jonge ouders.

Insteek: De eerste kerst met je baby is heel bijzonder, dat vraagt om een mooie outfit. In dit artikel tippen we de leukste outfits voor de feestdagen, van kerstdiner tot warm pak voor een winterse wandeling.

Resultaat: Het artikel is niet alleen goed gelezen (4.300 keer, ten opzichte van een benchmark van 4.000), maar heeft vooral een erg goede CTR. Maar liefst **20% van de lezers klikte door** naar C&A.com om verder te shoppen.

[Link naar het artikel](#)



Voorbeeldcase

Samen met... Dyson



Product: Dyson luchtreiniger

Doelstelling: Ouders van kleine kinderen informeren over het belang van schone lucht in de babykamer en een luchtreiniger als essentieel onderdeel hiervan.

Insteek: Jonge ouders kijken naar elkaar, helemaal als het gaat om de aanschaf van producten voor hun kind. Daarom zetten we het Ouders van Nu community testpanel in: vijf ouders testen de Dyson luchtreiniger thuis en delen hun ervaring op social en in branded content.

Resultaat: het artikel scoort ruim boven de benchmark van 4.000 article views.

De CTR laat zien dat de interesse bovengemiddeld is. Waar we normaal al erg trots zijn op een CTR van 1% tot 4% behaalde dit artikel **een CTR van maar liefst 16%**.

Tailang Yang van Dyson: 'De positieve reviews uit het testpanel in combinatie met de autoriteit van Ouders van Nu maakt dit tot een heel sterke campagne voor Dyson.'

[Link naar het artikel](#)

Voorbeeldcase

Samen met... Zwitsal

Product: Zwitsal douche- en badproducten

Doelstelling: de merkwaarden opnieuw laden en vertrouwen en voorkeur stimuleren bij de ouder van nu.

Insteek: Drie gezinnen geven in korte video's een eerlijk kijkje in het badritueel met hun baby. Dit is aangevuld met zes branded articles over de zwangerschap en baby- en peuterfase. De campagne werd ondersteund met always on contextual display voor snelle en praktische antwoorden over veelvoorkomende vragen van jonge- en aanstaande ouders.

Resultaat: de videoweergaven hadden een uitkijkratio van 16,5% (benchmark: 8%). De branded content artikelen presteerden met het aantal views gemiddeld 35% beter dan verwacht. Verder leidde de campagne tot een **stijging van 11% in merkvoorkeur** voor Zwitsal. Ook was Zwitsal onder de exposed groep vaker een favoriet merk, voelde de doelgroep zich begrepen en was de aankoopintentie significant hoger.



Samenwerken?



Ilse Zoutewelle

Titelspecialist

06 10 52 67 44

ilse.zoutewelle@dpgmedia.nl

Voor alle crossmediale proposities, creatieve content en inspiratie:
neem contact met ons op en we vertellen je graag alles over de mogelijkheden.