

- PERSBERICHT -

Nieuwegein, 28 september 2004

**NA VOLKSKRANT STAPPEN OOK TROUW EN
NRC HANDELSBLAD IN ONLINE SINGLEMARKT
MET PARSHIP
DE CONTACTADVERTENTIE VERLIEST DE STRIJD MET INTERNET**

PARSHIP, een online relatiemiddelingsbureau en de landelijke kwaliteitskranten van PCM Uitgevers zijn een samenwerkingsovereenkomst aangegaan. Konden singles van de Volkskrant al kennismaken met PARSHIP, nu kunnen ook lezers van NRC Handelsblad en Trouw van deze dienst gebruik maken. Singles gebruiken contactadvertenties in kranten steeds minder als middel om andere singles te bereiken. Het gemak en de toegankelijkheid van internet maken dat de krant als contactadvertentiemedium terrein verliest. Het advertentievolume in kranten is volgens onderzoeksbureau BBC de afgelopen 5 jaar gekrompen met 20%.

Internet versus de krant

Vreemd is het niet dat singles massaal kiezen voor datingsites om een partner te zoeken. Voor € 149,- kun je bij PARSHIP een half jaar onbepakt 'je hart ophalen', terwijl je in een landelijk dagblad slechts drie tot vier summere boodschappen kwijt kunt. "Met een contactadvertentie bereik je iedereen eenmalig, terwijl je online op basis van een sluitend profiel gericht kan zoeken en gevonden kan worden. Je vist in een vijver vol singles die allemaal graag willen daten, én zoals bij PARSHIP echt klaar zijn voor een serieuze relatie", aldus Olaf van Schagen, country manager van PARSHIP. Bijkomend voordeel is dat een online boodschap enorm uitgebreid (en steeds weer aangepast) kan worden wat, in tegenstelling tot offline contact zoeken, niks extra kost. Voor Olaf van Schagen is de samenwerking een logische stap: "De lezers van Volkskrant, NRC Handelsblad en Trouw sluiten aan bij de gebruikers van PARSHIP. Zij gaan gefundeerde wijze op zoek naar een partner en onze wetenschappelijke persoonlijkheidstest is daar een uitstekend middel voor. Wij zijn blij dat we een grote groep lezers van Volkskrant, NRC Handelsblad en Trouw kunnen helpen bij het vinden van een geschikte partner."

Over PARSHIP

PARSHIP is een relatiebemiddelingsite met meer dan 1 miljoen leden. PARSHIP richt zich op serieuze relatiebemiddeling via het internet en onderscheidt zich daarmee van de reguliere datingsites. PARSHIP hanteert hierbij een wetenschappelijke persoonlijkheidstest die ervoor zorgt dat op zeer zorgvuldige wijze 'matches' tussen de juiste personen tot stand komen. PARSHIP is in 2001 in Duitsland gestart met haar unieke service, vervolgens is deze uitgebreid naar Oostenrijk, Zwitserland, Italië, Spanje, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. In december 2003 is in Nederland de start gemaakt met PARSHIP.nl. PARSHIP.nl werkt in Nederland samen met diverse partners waaronder de Volkskrant, Trouw, NRC, Psychologie Magazine en Elsevier. PARSHIP is een dochteronderneming van de Duitse uitgevergroep Holtzbrinck. In Nederland is Holtzbrinck tevens aandeelhouder van bol.com.

- EINDE BERICHT -

Achtergrondinformatie (niet voor publicatie):

Heeft u vragen of wilt u de resultaten van het TNS NIPO/PARSHIP onderzoek over online dating ontvangen, neemt u dan contact op met:

Winkelman en Van Hessen

Lot Bosch van Drakestein of Jochem Rotteveel

Bankplein 3

2585 EV Den Haag

T: 070 - 416 16 16

F: 070 - 416 16 26

boschvandrakestein@winkelmanenvanhessen.nl of

jrotteveel@winkelmanenvanhessen.nl

Kijk voor meer informatie op www.parship.nl

of ga naar het perscentrum www.parship.nl/docs/public/press