

MERCUR MAGAZINEMERK  
VAN HET JAAR

LIBELLE

SANOMA MEDIA

LEKKER  
YOGA

libelle  
BOOKAZIJN

BOEKI  
€ 2,99

m m m a

magazine media  
associatie



MMA Jaarverslag 2017

# JAARVERSLAG MMA 2017

Magazine Media Associatie (MMA) behartigt de belangen van 31 aangesloten magazine mediabedrijven. Deze bedrijven richten zich op consumentenmedia (magazines, websites, evenementen). Om in de behoeften van de gebruiker te voorzien, creëren en vermarkten MMA-leden content in alle mogelijke vormen: in tekst en beeld, video en events. Door middel van hoogwaardige creativiteit en kwaliteit willen zij de consument inspireren en informeren. De 31 uitgeverijen brengen samen ruim 140 magazines op de Nederlandse markt, op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Deze titels vertegenwoordigen circa 85 procent van de totale omzet van magazines in ons land.

MMA is een professioneel bestuurlijk ingerichte branchevereniging met een sterke focus op de leden. In het strategisch beleidsplan 2015-2017 staat kernachtig beschreven waar de vereniging zich op heeft gericht het afgelopen jaar. Gekozen is voor een koers die zoveel mogelijk aansluit bij de behoefte van de leden. De focus lag op een krachtige belangenbehartiging vanuit het domein 'magazinemediã'. Daarnaast richtte de vereniging zich op het ontwikkelen van een kennisplatform. Voor een sterke lobby in Den Haag en Brussel en het overleg met de werknemersorganisaties in het kader van de cao's is samengewerkt met het Nederlands Uitgeversverbond.

Een sterke externe belangenbehartiging stond naast een brede kennisuitwisseling centraal in 2017. Themagerichte activiteiten zijn op projectmatige wijze uitgevoerd. MMA bood de leden meer inhoudelijk toegevoegde waarde (kennisplatform), naast het organiseren van een waardevol netwerk. De vereniging heeft op deze manier alle leden inhoudelijk verbonden, geserved en geïnspireerd.

## ONDERZOEK

### Social Media Monitor

Na een succesvolle eerste publicatie in 2016 is in 2017 vier maal de MMA Social Media Monitor gepubliceerd. De monitor geeft inzicht in de prestaties van magazinemerken op social media. Vijf belangrijke sociale netwerken – Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube – zijn in de monitor meegenomen. De data is gebaseerd op de likes/followers van 136 magazine merken. Het betreft merken van leden van MMA. De Social Media Monitor is door Rocket24 exclusief vervaardigd voor MMA.

### Trends in Digitale Media

'Markt mobiele devices verzadigd', dit bleek uit de resultaten van het onderzoek 'Trends in Digitale Media' van GfK. Het onderzoek is in samenwerking met verschillende partijen uitgevoerd, waaronder de MMA. Het onderzoek verschaft inzicht in het bezit en gebruik van mobiele apparaten in het algemeen en specifiek voor het gebruik van media.

### Ondersteuning analyses NOM-data

Andere activiteiten van de MMA-researchafdeling zijn onder andere de (kwartaal)rapportages marktontwikkelingen, de rapportage netto advertentiebestedingen en (op aanvraag) analyses van data uit het NOM-onderzoek. Deze (kosteloze) support is uitsluitend beschikbaar voor MMA-leden en niet openbaar. De MMA geeft op haar website op overzichtelijke wijze inzicht in nationale en internationale trends en ontwikkelingen. Actuele informatie is te vinden in cijfers en kant-en-klare presentaties. Ook brancheonderzoeken worden samengevat en toegankelijk gepresenteerd.

## COMMUNICATIE EN PROMOTIE

Door de MMA wordt op verschillende manieren gecommuniceerd naar haar leden (primair) en overige personen die werkzaam zijn binnen de (magazine)mediabranche (secundair). Er worden hiervoor diverse websites, social media-accounts, nieuwsbrieven, direct e-mails, events en overige (pers)publicaties ingezet. Drie websites (inclusief de bijbehorende social media-kanalen Facebook, Twitter en LinkedIn) worden structureel van content voorzien: mma.nl, mercurs.nl en magazinemediacafe.nl. Tevens worden de ad hoc educatieve activiteiten van het MMA Kennisplatform, NUV Academy en de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP) breed gecommuniceerd via de MMA-website. Op deze site is naast algemene informatie actueel nieuws, een overzicht met (cijfermatige) branche-informatie en mediamerken van de aangesloten leden te vinden. De MMA heeft haar leden in 2017 via veertien kanalen over alle activiteiten van de branchevereniging geïnformeerd. Vanaf de zomer 2017 ontvangen de MMA leden MMA Alerts met allerlei informatie uit de branchevereniging.

## EVENTS

In 2017 bezochten in totaal 784 personen 31 door MMA georganiseerde bijeenkomsten, te weten:

### Lunch & Learn

Drie keer per jaar vinden kleinschalige, exclusieve lunchbijeenkomsten op managementniveau uitsluitend voor MMA-leden plaats, waar het gesprek kan worden aangegaan met experts van buiten de branche. Wat kunnen wij van hen leren? Hoe kijkt deze expert tegen de magazinebranche aan? Wat vindt hij/zij opvallend? En wat zou hij/zij doen als hij/zij CEO van een magazine uitgeverij zou zijn?

In 2017 heeft de MMA de volgende drie Lunch & Learn sessies georganiseerd:

- Klantbeleving bij Transavia
- Het geheim van de succesvolle start-up (Qsentie Adventures)
- BUNQ: succesvolle innovatie in de conservatieve bankenwereld

### MMA Startup Contest

In november 2017 vond de eerste editie van de MMA Startup Contest plaats. MMA bood met dit event de ca. 100 aanwezigen een inspirerende serie pitches van startups aan. Alle presentaties boden de magazine mediabranche nieuwe inzichten en uitdagingen. De winnaar van de contest was Pool uit Frankrijk: zij bedachten een oplossing voor de uitdagingen waarvoor uitgevers zich geplaatst zien op het moment dat ze overwegen om hun content achter een paywall te plaatsen. De MMA Startup Contest kwam tot stand met medewerking van MediaMatters en Quote.

### Digital Innovators' Summit Berlijn (speciale aanbieding voor leden MMA + ledendiner)

Dit jaarlijkse congres dat door de internationale magazinemediamedia organisatie FIPP en de Duitse tijdschriftenorganisatie VDZ voor de tiende keer in Berlijn is georganiseerd is door 17 MMA leden bezocht. Gedurende twee dagen zijn ruim 250 toonaangevende personen uit de internationale mediawereld bijeengekomen om zich te laten informeren over de nieuwste digitale ontwikkelingen, media businessmodellen en multimediale strategieën. In samenwerking met de Duitse organisatie heeft de MMA haar leden een zeer aantrekkelijk aanbod kunnen doen voor een bezoek aan DIS in Berlijn.

### **Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften**

De MMA is, naast NVJ Academy en de Freelancers Associatie, vertegenwoordigd in de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP). De COP organiseert workshops, inspiratiedagen en masterclasses voor bladenmakers die werken voor magazines.

In 2017 zijn door de COP volgende 4 sessies georganiseerd:

- Expeditie Bladenmaken
- Masterclass Hoofdredacteurs
- Masterclass Freelancers
- Masterclass Digitale Denkweg (2 sessies)

### **Magazine Media Café**

Ook de jaarlijkse bijeenkomsten van Magazine Media Café in De Balie vallen onder de verantwoordelijkheid van de COP. Magazine Media Café is het een platform waar collega's en vakgenoten uit de magazine media branche elkaar ontmoeten, praktijkervaringen uitwisselen en bijgepraat worden over de meest actuele ontwikkelingen op hun vakgebied.

In 2017 heeft de MMA de volgende vier edities van Magazine Media Café georganiseerd:

- Het antwoord op Google en Facebook
- Pak e-commerce professioneel aan
- Kansen zien... en grijpen!
- Mercur winnaars delen hun geheimen

### **NUV Academy voor MMA**

De NUV Academy is het professionaliserings- en netwerkplatform voor de uitgeefbranche. Met de Academy ondersteunt het NUV de lidbedrijven van de vijf bij het NUV aangesloten brancheverenigingen, waaronder MMA, concreet bij hun voortdurende transformatie tot digitale mediaondernemingen. Door de technologische ontwikkelingen en mediaconvergentie in de uitgeefindustrie is er binnen alle uitgeefsectoren behoefte aan permanente kennisupdate en vaardigheidsontwikkeling over thema's die samenhangen met digitaal uitgeven, op zowel strategisch als operationeel niveau.

Elk jaar selecteert MMA voor de lidbedrijven een aantal interessante sessies. Deze sessies worden medewerkers gratis of met korting aangeboden. In 2017 zijn er in totaal 17 sessies door de NUV Academy georganiseerd, hiervan zijn 7 sessies geadopteerd door de MMA, te weten:

1. Checklist voor uitgevers
2. De relatie-economie
3. AVG de baas: impact en implementatie
4. De kracht van data IV
5. De kracht van data V: AVG de baas: impact en implementatie
6. De kracht van data IV: Marketing in een hogere versnelling
7. Digitale paradigma's 4.0

### **Uitreiking van de Mercurus**

In december zijn voor de 20<sup>ste</sup> keer in het DeLaMar theater in Amsterdam de Mercurus, dé vakprijzen in de magazine mediabranche. In totaal werden twaalf Mercurus uitgereikt, waaronder de eenmalige Jubileum Mercurus uitgereikt. Voor deze prijs bestond uit 27 titels die in de afgelopen negentien jaar Lancering of Magazine/Mediamerk van het Jaar zijn geworden of de Mercurus d'Or/LOF-prijs voor Magazines hebben gewonnen. Iedereen in het vak kon

stemmen op zijn of haar 'all time favourite'. Een korte impressie van de officiële uitreiking vind je [hier](#).