

# Magazine media



# Mediafacts

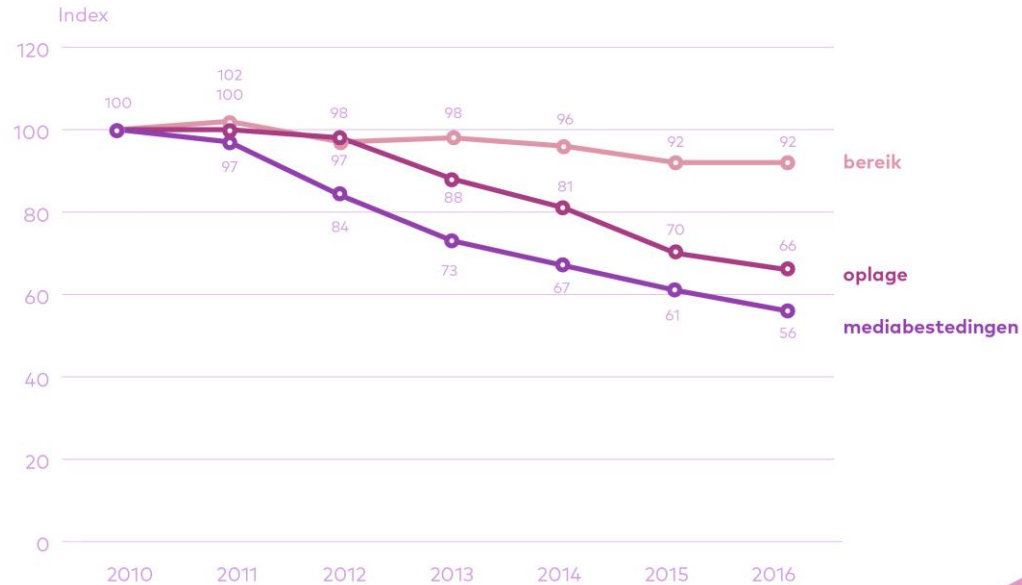


Magazine media



# Ontwikkelingen print

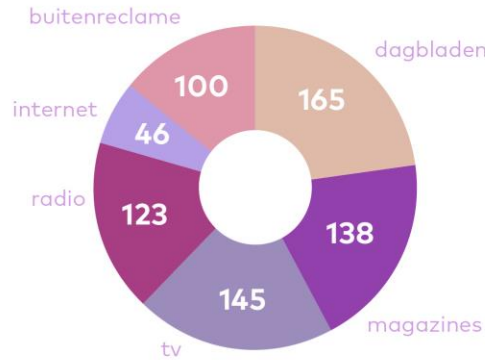
Mediabestedingen aan print magazines dalen sterker dan prestaties print magazines



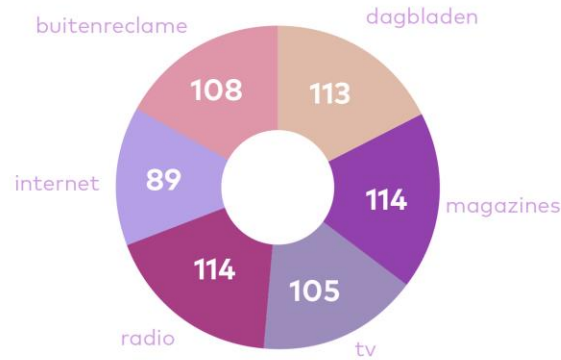


# Mediagebruik naar generatie

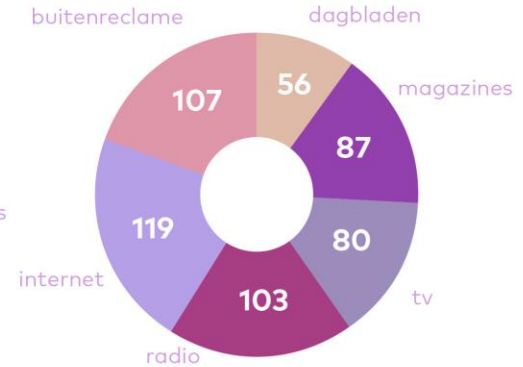
Heavy print magazine lezers vooral te vinden onder Babyboomers en Generatie X



Babyboomers



Generatie X

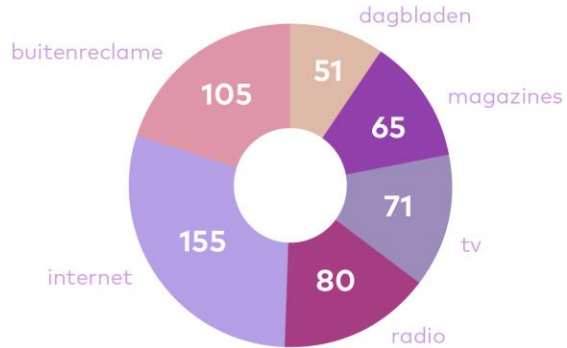


Pragmatische generatie

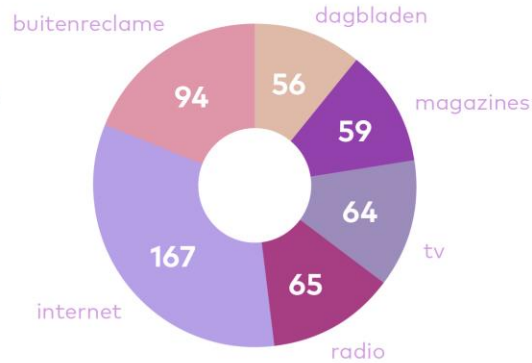


# Mediagebruik naar generatie

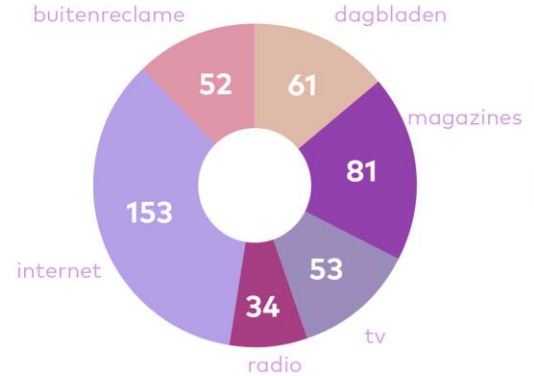
Bij jongere generaties ligt focus op internet



Generatie Y



Millennials



Swipe generation



# Print facts

Nederland telt **± 1200** betaalde magazines. Ons land heeft daarmee een rijk en gesegmenteerd aanbod van titels

Nederland telt **± 6.000** verkooppunten voor magazines

**80%** van de Nederlanders leest 1 of meer magazines. Dit zijn ruim **11,4 miljoen** mensen die door magazines worden bereikt

In 2016 zijn er **472 miljoen** exemplaren van magazines gedrukt

Gemiddeld kopen Nederlanders **18** magazine nummers per jaar



# Digital facts

**5 miljoen** mensen lezen magazines via de digitale platformen. Dit is **35%** van de Nederlandse bevolking

Gemiddeld besteden Nederlanders **88 minuten** per week aan het lezen van magazine content (print en digitaal)

**37%** van alle Nederlanders komt in aanraking met magazines op social media

**13%** van alle Nederlanders gebruikt een magazine app



# Bereik magazine media

Bereik magazine media stijgt

100



**Print**  
obv index

111



**Digitaal**

107



**Social**

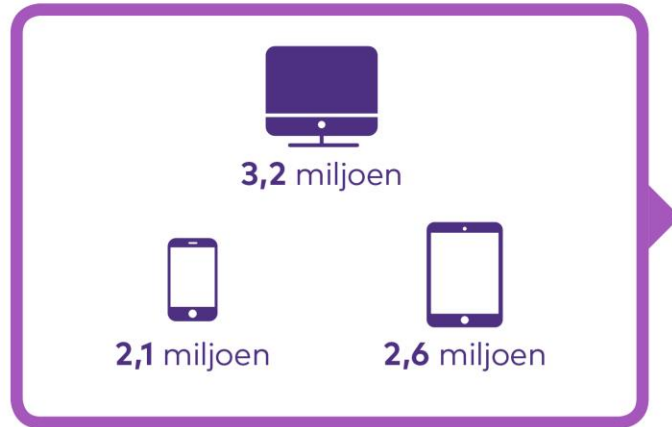




# Bereik digitale platformen

5 miljoen mensen lezen magazines via digitale platformen.  
Dit is 35% van de Nederlandse bevolking 13+

  
11,4 miljoen



5 miljoen



# Tijdbesteding magazine media

Gemiddeld besteden Nederlanders 88 minuten per week aan het lezen van magazine content (print en digitaal)





# Prestaties magazine merken op social media

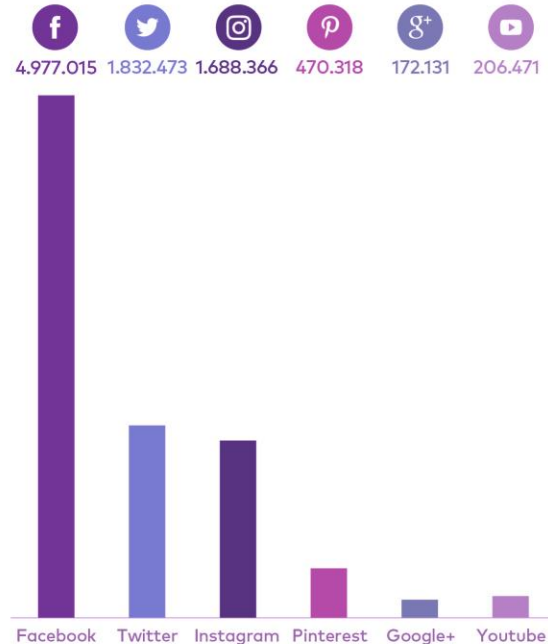
**37%** van alle Nederlanders komt met magazines  
in aanraking op social media





# Prestaties magazine merken op social media

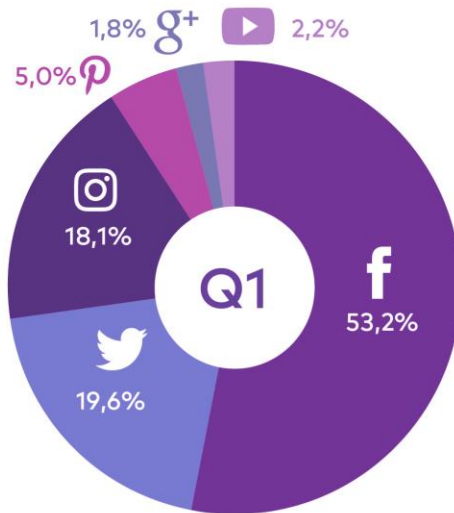
Het totaal aantal likers/volgers van magazine media is ruim 9.000.000 (bruto)  
Het aantal likers/volgers stijgt op alle social kanalen





# Prestaties magazine merken op social media

Magazine merken hebben het grootste aantal likes/followers op Facebook, gevolgd door Twitter en Instagram. Het aandeel van YouTube en Instagram stijgt, het aandeel van Twitter neemt af



Aandeel per sociaal netwerk t.o.v. totale magazine media branche



# Prestaties magazine merken op social media

Meest populaire magazine media merken op social media zijn Voetbal International, LINDA., ELLE

MAGAZINE MERKEN	TOTAAL AANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)	MAGAZINE MERKEN	TOTAAL AANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)
1 Voetbal International (1)	805.269	14 Ouders van Nu (15)	178.224
2 LINDA. (2)	738.839	15 Margriet (16)	169.683
3 ELLE (3)	628.720	16 Psychologie Magazine (17)	167.655
4 Vtwonon (4)	592.843	17 VROUW (18)	123.947
5 Donald Duck (5)	465.544	18 Quest (19)	120.037
6 VOGUE (6)	446.177	19 Runner's World (20)	119.709
7 Flow (7)	406.041	20 Vrij Nederland (-)	106.005
8 Cosmopolitan (8)	330.789	21 Elsevier (-)	105.792
9 Libelle (9)	237.932	22 Tina (21)	103.904
10 Happinez (10)	235.885	23 Delicious (-)	102.482
11 Autoweek (11)	199.376	24 Meiden Magazine (23)	101.868
12 ZIN (12)	190.219	25 Fashionista (25)	95.333
13 Glamour (14)	186.187		

Top 25 grootste magazine media merken op social media

# Omzet & Advertentiemarkt

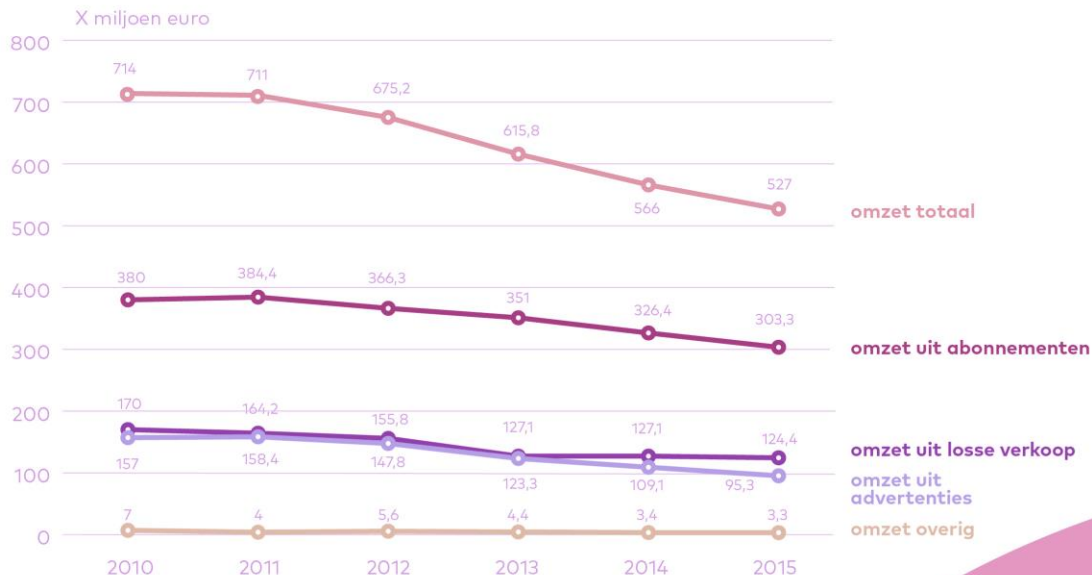


Magazine media



# Omzetverdeling naar categorie

## Omzet magazine media vertoont dalende trend

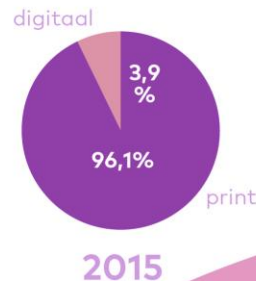
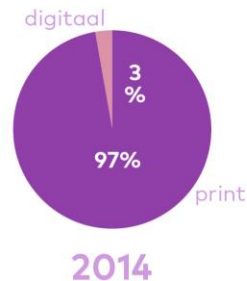
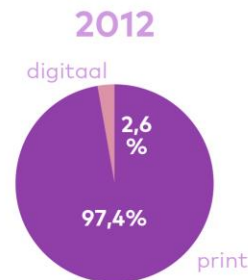
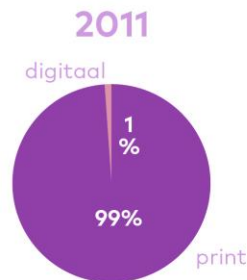
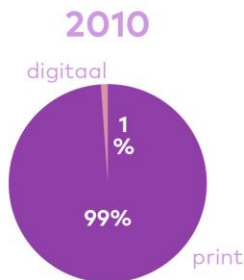
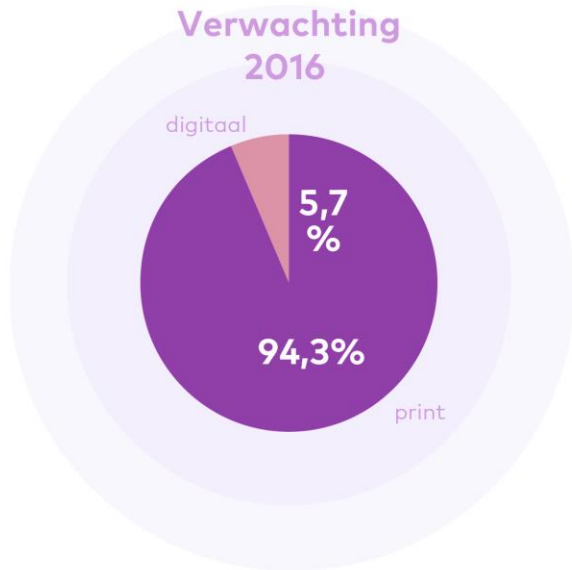






# Verdeling print vs digitaal

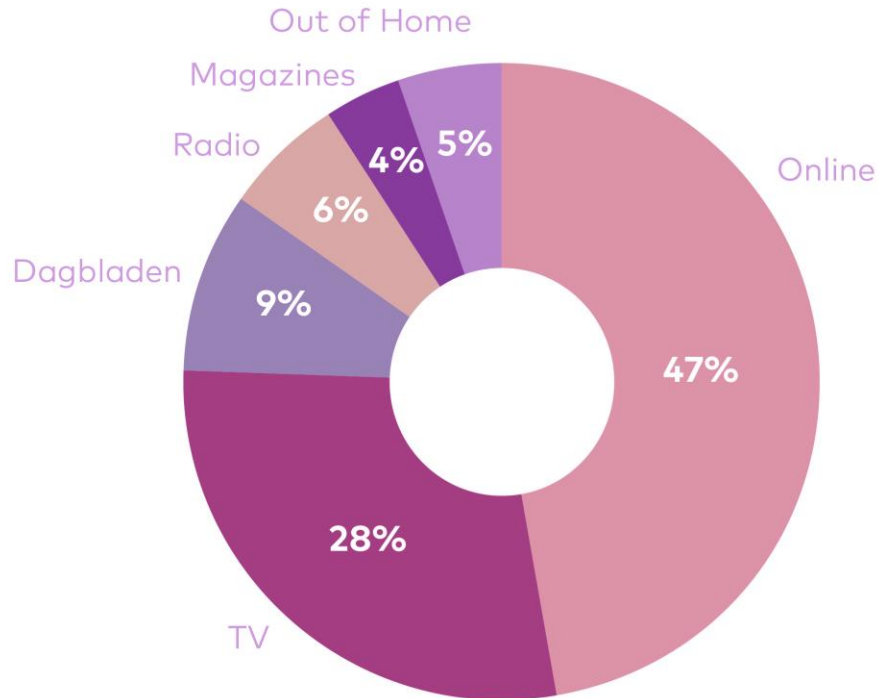
Aandeel digitale omzet stijgt





# Netto reclamebestedingen

Bijna de helft van de mediabestedingen gaat inmiddels naar online. Aandeel print daalt



Verdeling advertentie-  
omzet over mediumtypen  
2016 (in procenten)

# Personeel

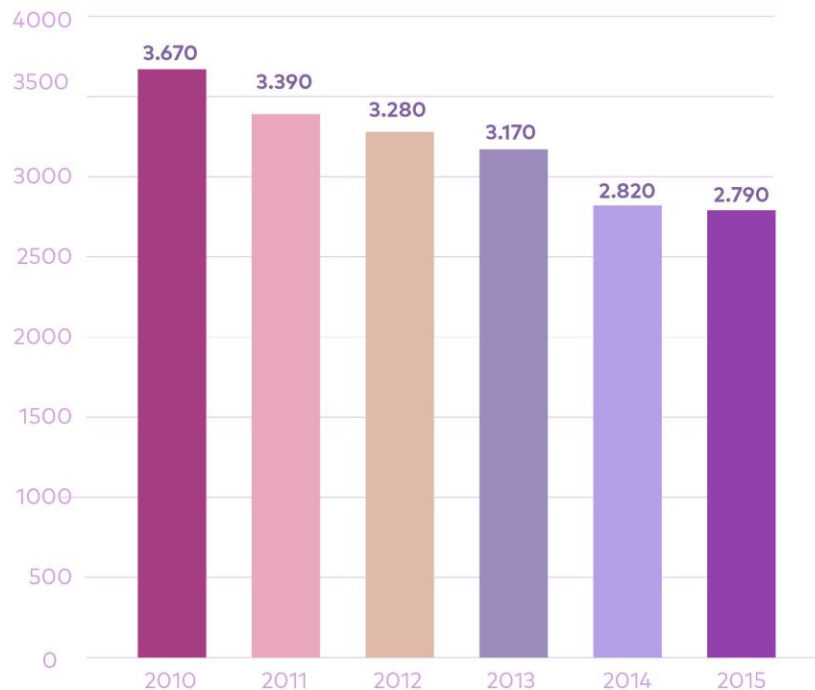


Magazine Media



# Werkzame personen

Aantal werkzame personen in vaste dienst gedaald



# Organisatie & Leden



Magazine media



# Magazine Media Associatie (MMA)

Behartigt de belangen van 30 magazine mediabedrijven. Deze 30 bedrijven brengen samen ± 145 publieks- opinie- en omroepbladen op de Nederlandse markt, op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Deze titels vertegenwoordigen circa 85% van de totale omzet van magazines in ons land

**Mission statement:**

"De MMA ondersteunt de aangesloten lidbedrijven bij de slag die zij maken om hun magazine merken te transformeren naar multimediale merken"



# Magazine Media Associatie (MMA)

Het print magazine is steeds vaker het centrum van verschillende (digitale) communicatie-vormen, zoals sites, apps, sociale media en events. Magazine merken innoveren volop. De 360 graden visie is leading bij elk succesvol magazine merk

Portfolio MMA-leden:

± 145 magazines

± 140 websites

± 40 events

± 40 apps

± 380 social media accounts



# Magazines in ontwikkeling

Voorbeeld ELLE, Hearst Netherlands

1989



2017





# Magazines in ontwikkeling

Steeds meer bladen starten met e-commerce activiteiten

# ELLE SHOP

JOUW PERSOONLIJKE STIJLGIDS

ELLE

ELLE SHOP

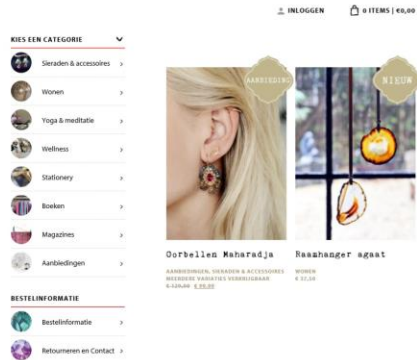
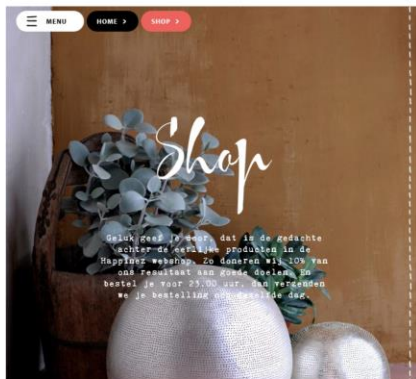
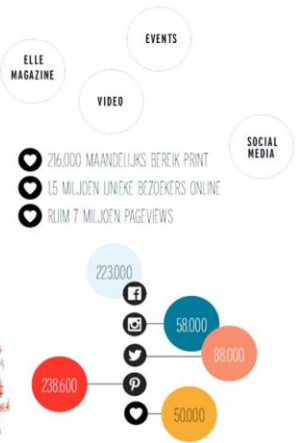
ELLE.NL

# ELLE NEDERLAND

TOTAAL BEREIK: 2,3 MILJOEN

PODCASTS

RADIO



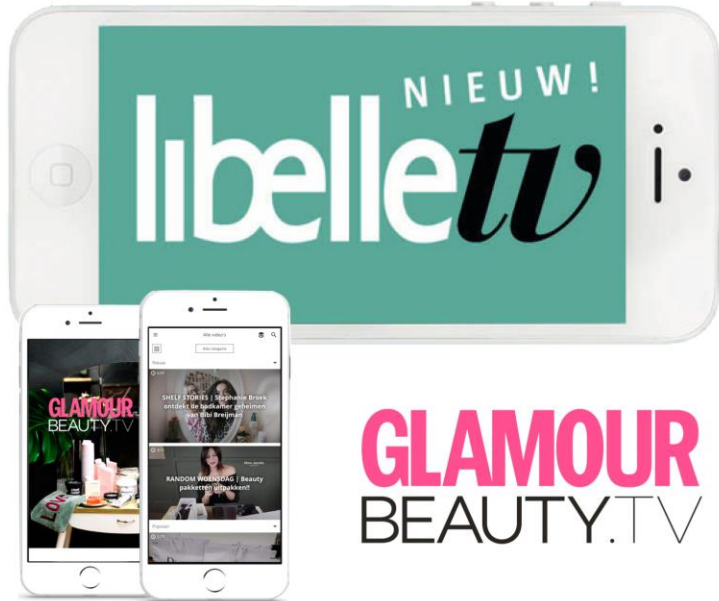
# GLAMOUR Concept Store



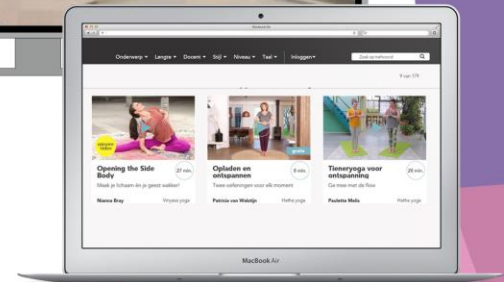
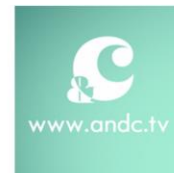
Magazine media

# Magazines in ontwikkeling

Video krijgt een boost



**GLAMOUR**  
BEAUTY.TV





# Magazines in ontwikkeling

Winnaars Crossmedia Awards? Magazine merken!



Cross Media Brand 2015: **VTWonen**

Cross Media Brand 2016: **LINDA.**

Cross Media Innovation: 2016: **LINDA.tv**

Cross Media Case 2016:

**Glamour Health Challenge**

Mercurs Media Merk van het Jaar 2016: **LINDA.**

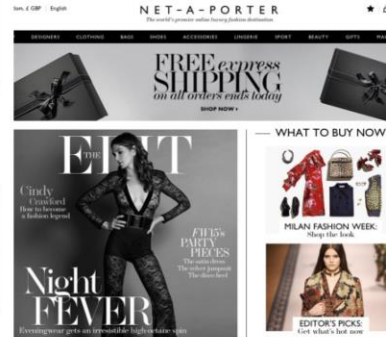
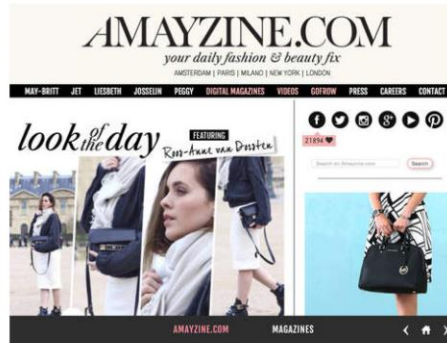


**vtwonen**



# Magazines in ontwikkeling

Native online spelers zetten stap naar 'old school' print



## Web-to-print trend:
































Digitale magazines ontwikkelen print versies (Amayzine.com)

Bloggers/vloggers geven eigen magazine uit (Veed)

Online shops die printmagazines uitbrengen (Net-a-Porter)



# Lidbedrijven MMA



# Speerpunten MMA

Focus ligt op een **krachtige belangenbehartiging vanuit het domein 'magazine media'**

Daarnaast richt de vereniging zich op het **ontwikkelen van een kennisplatform, met themagerichte activiteiten**

Voor een **sterke lobby** in Den Haag en Brussel en het overleg met de werknemersorganisaties in het kader van de cao's wordt samengewerkt met het Nederlands Uitgeversverbond (NUV)

Het voorzien van de leden en de markt van relevante en betrouwbare branchedata op basis van **analyses en eigen onderzoek**

De vereniging wil op deze manier alle leden inhoudelijk **binden, servicen en inspireren!**

# Samenvatting



Magazine media



# Samenvatting

**11,4 miljoen** personen (**80%**) consumeren magazine content via papier

**5 miljoen** mensen (**35%**) komen maandelijks op één of meer van de digitale magazine platformen

**37%** van de mensen komt via social media met magazines in aanraking

Mediabestedingen aan print magazines dalen sterker dan **prestaties print** magazines

Magazine merken zijn volop in ontwikkeling: veel initiatieven op gebied van **e-commerce en video**

Maar ook tegenovergestelde beweging zichtbaar: native online spelers die **stap naar print** zetten