

'Toekomst magazine uitgevers ligt op Social Media'

01-06-2016 08:27



Millennials komen het meest in aanraking met online artikelen via social media. Een ruime meerderheid geeft aan uitgevers terug te willen zien op de verschillende sociale kanalen.

Dit blijkt uit de resultaten van een onderzoek naar het mediagedrag van millennials (16-30 jaar). Het onderzoek is uitgevoerd door Novio Research naar aanleiding van "Meet the Millennials" een event dat werd georganiseerd door Magazine Media Associatie (MMA) in samenwerking met de Hogeschool van Amsterdam.

Cosmopolitan.nl, Lindanieuws.nl en VI.nl meest gebruikte online magazine platformen

Social media is de belangrijkste aanjager voor het lezen van online artikelen. 66% van de millennials komt via Facebook in aanraking met online artikelen, 50% komt via het online platform zelf aan de artikelen. Meest gebruikte online platformen onder mannelijke millennials zijn Dumpert (44%), 9GAG (31%), Powned (25%), Geenstijl (25%), De Speld (24%) en VI (20%). Onder vrouwelijke millennials is 9GAG meest gebruikte platform (20%), gevolgd door Buzzfeed (16%), Dumpert (15%), Cosmopolitan (15%) en Lindanieuws (14%).

Actief op zoek naar nieuws

Millennials gaan actief op zoek naar nieuws, trends en informatie via verschillende bronnen. Ondanks dat ze behoefte hebben aan korte nieuwsfeiten, zijn ze kritisch naar media toe en vinden ze 'factchecking' belangrijk. Bijna de helft van de millennials (47%) geeft aan een duidelijke dagelijkse routine te hebben met betrekking tot de media die ze gebruiken.

Magazines NIET voor bejaarden

Millennials zien papieren magazines zeker niet als medium voor bejaarden. Een meerderheid geeft aan in de toekomst te blijven lezen. Ongeveer de helft van de millennials (45%) leest 1 of meerdere magazines per maand. 32% van de millennials heeft een abonnement. De toekomst zien millennials in een combinatie van print en online. Social media is niet alleen een belangrijke aanjager voor het lezen van online artikelen, maar vormt ook een trigger naar het geprinte product. Het is voor uitgevers belangrijk de 'social selling' goed neer te zetten.

Over het onderzoek

Het onderzoek is online uitgevoerd onder het Millennials panel van Novio Research. Het veldwerk vond plaats in week 17 t/m 19 2016. In het onderzoek zijn 523 millennials in de leeftijd van 16-30 jaar gevraagd naar hun mediaconsumptie en -voorkeuren. Bij de selectie is rekening gehouden met de verhouding naar leeftijd, geslacht en opleiding. De cijfers zijn representatief voor millennials in Nederland gebaseerd op de Gouden Standaard.