

De Telegraaf versterkt magazine serie

08-11-2011 11:26



Aanleiding is de grote waardering van de reeds bestaande glossy magazines onder Telegraaflezers. Lezersonderzoeken tonen aan dat de magazines worden gezien als meerwaarde op de krant. 83% van de lezers wil ze vaker terug zien en bijna 40% bewaart de magazines langer dan een week. "Door de serie uit te bouwen en een herkenbare en verbeterde formule aan te brengen, wordt meerwaarde geboden aan onze lezers. Daarnaast zijn de magazines al jaren een succes op de advertentiemarkt door de sterke redactionele formule en het grote bereik." Aldus Remco Bodewes, salesmanager bij Telegraaf Media Nederland. De lifestyle magazines worden compleet gerestyled met een nieuwe look & feel, een glossy cover en nieuw formaat.

Restyling Luxe

Het magazine Luxe, dat al vijf keer eerder verscheen, past in de nieuwe herkenbare formule. Verder wordt de redactionele insteek iets minder high end, wat Luxe toegankelijker maakt voor de lezers en de advertentiemarkt. Luxe zal in 2012 in het teken staan van mode, beauty, lifestyle, culinair en luxe reizen. Daarnaast komen bijzondere reportages en interviews met internationale trendsetters en grote stijl iconen aan bod. Luxe verschijnt op zaterdag 17 november in de abonneeoplage en kan gratis worden aangevraagd via de webshop van De Telegraaf.

Extra magazine Wonen

De populariteit van het reeds gevestigde magazine Wonen is groot, zowel onder lezers als adverteerders in het woonsegment. Daarom brengt De Telegraaf volgend jaar een extra Woonglossy, waarmee drie uitgaven verschijnen in de totale oplage van bijna 800.000. Verschijningsdata zijn zaterdag 7 april, zaterdag 19 mei en zaterdag 20 oktober. Daarnaast wordt ook magazine Wonen in 2012 compleet gerestyled volgens de nieuwe formule.

Nieuw: MAN

Nieuw in de lijn is magazine MAN: het nieuwe glossy magazine voor de modebewuste, stijlvolle man met interesse in zaken die zijn leven leuker maakt, zoals mode, verzorging, sport, auto's en gadgets. MAN verschijnt volgend jaar rond de lancering van nieuwe modecollecties, op zaterdag 24 maart en zaterdag 22 september en wordt verspreid onder alle abonnees (oplage 550.000) van De Telegraaf. De verschijning van MAN wordt ondersteund met een uitgebreide consumentencampagne, waarin geïnteresseerden zonder abonnement worden opgeroepen deze gratis aan te vragen. Hiermee wordt 15.000 extra oplage verwacht, wat MAN dan tot het grootste mannenmagazine van Nederland maakt.

David Huijzer