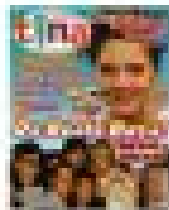
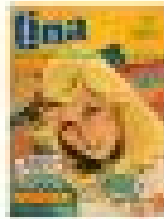


Tijdschrift Tina viert 50e verjaardag

18-07-2017 10:05



Dit jaar viert tijdschrift Tina haar vijftigste verjaardag. Het blad is in de loop der jaren steeds met haar tijd meegegaan, maar de boodschap blijft hetzelfde, evenals de lezeres.

In juni 1967 viel het blad voor het eerst bij duizenden Nederlandse meisjes op de mat. Het blad was destijds een vertaling van het Engelse blad Tina, dat na vijf jaar echter verdween. Sindsdien heeft Tina zich ontwikkeld tot het grootste meisjesblad van Nederland en is inmiddels toe aan de derde generatie lezers.

De kracht van Tina? Hoofdredactrice Joan Lommen: "Tina neemt meisjes van 8 tot 12 aan de hand mee en begeleidt ze naar de puberteit. We bieden ze een kijkje op wat er gaat komen, maar doen dat altijd met een positieve en optimistische blik."

Dat meisjes anno nu Tina nog steeds leuk vinden is volgens Joan Lommen niet verwonderlijk: "50 Jaar geleden waren meisjes met precies dezelfde dingen bezig als nu: school, vriendinnen, een eerste vriendje, idolen, dieren, knutselen, hun oma, een verzameling. Dat doen ze nu nog steeds. Het is de wereld die is veranderd, niet de meisjes. Die staan daarin heel goed hun mannetje."

Drie generaties

Het vijftigjarige stripblad heeft veel betekend in het leven van inmiddels drie generaties lezeressen. Vroeger kwam Tina één keer in de week in de bus. Het was hét verwenmomentje voor de lezeres. Oud-lezeres Romy Jeltema: "Mijn hart maakte elke week weer een sprongetje als ik Tina door de bus hoorde vallen. Ik bladerde gelijk naar de strip van Peggy. Zij was echt mijn heldin. Toen mijn dochters tieners werden, kregen ze ook een abonnement op Tina. Ook zij kregen geen genoeg van het blad en hun verzamelbanden stapelden zich op naast die van mij. Inmiddels heeft mijn kleindochter die banden ook ontdekt. Ze heeft de Tina leeftijd bijna

bereikt, dus je kunt vast wel raden wat zij voor haar verjaardag krijgt."

Tina crossmediaal (360 graden merk)

Inmiddels is Tina veel meer dan één verwenmomentje per week. Huidige lezeressen kunnen elk moment van de dag genieten van hun favoriete merk. Met een tijdschrift, 65 duizend volgers op Instagram, een zeer actief YouTube-kanaal en een festival mag Tina zichzelf een 360° merk noemen.

Chef redactie Jannine Berkelaar: "Tina is waar de doelgroep is, en dat maakt het voor de lezeressen van nu zo makkelijk om aan te haken. Vroeger kregen we weleens de vraag of we geen dagblad konden worden, nu zijn we er elke dag voor de Tina lezeres."

Tina de Musical

Om te vieren dat Tina 50 jaar is geworden komt het merk dit jaar met een grote theaterproductie: Tina de Musical. Op zaterdag 15 oktober is de voorpremière van deze bijzondere productie in het RAI Theater.