Nieuwe cijfers MMA Social Media Monitor beschikbaar

30-01-2019 09:27



Instagram groeit binnen de magazinemedia branche het snelst (+13%). Instagram heeft inmiddels een aandeel van 23% en is daarmee verantwoordelijk voor bijna een kwart van alle volgers van magazinemerken op social media. YouTube groeit met 8% en Pinterest met 5%. Het aantal likes/volgers van magazinemerken bedraagt in het vierde kwartaal van 2018 15,7 miljoen.
Google+ is vanaf deze meting niet meer meegenomen. Al enige tijd waren er nauwelijks veranderingen zichtbaar en Google heeft recent in relatieve stilte de stekker uit haar social media platform getrokken.

Aandelen per kanaal
Binnen de magazinemedia branche heeft Facebook nog wel het grootste aantal likes/volgers (56%), maar het aandeel neemt af en ook Twitter verliest langzaam terrein. Het aandeel van Twitter bedraagt momenteel 14% . Instagram is inmiddels het tweede kanaal op social met 23%. Het aandeel van YouTube neemt toe, maar is nog klein (3,4%). Het aandeel van Pinterest blijft stabiel (3,6%).

Populairste magazinemerken op social media
De top 5 van meest populaire magazinemerken op social media laat ten opzichte van Q3 2018 geen veranderingen zien en bestaat uit Playboy, LINDA., vtwonen, Voetbal International en ELLE. De sterkste groei (overall) van het aantal likes/volgers in Q4 2018 zijn ELLE Decoration (+21%), LINDA. Meiden (+13%), vtwonen (+10%), Bicycling (+10%) en JFK (+9%). Onder de stijgers zijn dit kwartaal weer veel jongeren magazinemerken te vinden. Ook veel woon magazinemerken behoren tot de hoogste stijgers.

MAGAZINE MERKEN	TOTAAL AANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)
1 Playboy (1)	1.535.445
2 LINDA. (2)	1.157.173
3 Vtwonen (3)	954.463
4 Voetbal International (4)	883.016
5 ELLE (5)	658.314
6 Flow (6)	482.549
7 Panorama (8)	477.133
8 Donald Duck (9)	469.307
9 VOGUE (7)	467.381
10 National Geographic (10)	416.371
11 Cosmopolitan (11)	346.058
12 Happinez (12)	306.069
13 Libelle (13)	278.779

MAGAZINE MERKEN	TOTAAL AANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)
14 AndC (14)	272.366
15 ZIN (18)	229.683
16 Glamour (16)	229.225
17 Ouders van Nu (17)	224.442
18 Autoweek (-)	221.652
19 Psychologie Magazine (21)	206.362
20 Margriet (19)	195.949
21 Tina (22)	189.384
22 Meiden Magazine (23)	187.612
23 Grazia (20)	187.307
24 ELLE Decoration (-)	178.097
25 Wendy (24)	171.144

Engagement hoogst bij special interest en jongerenmagazines

De top 15 van magazinemerken met de hoogste engagementscore wordt op Facebook gedomineerd door de special interest magazines (golf, zeilen, fietsen, buitenleven), en vooral de fietsmerken. Op Instagram domineren de jongerenmagazinemerken. Hoewel engagement scores per maand sterk kunnen wisselen (momentopname), zien we elke meting special interest merken en jongerenmerken bovenaan staan als het gaat om engagement. Jongeren zijn fanatieke delers van content en special interest merken bedienen een doelgroep die een specifieke passie delen, beiden bevorderen de interactie. Royalty merken (Royalty en Vorsten), en enkele rtv merken (VPRO-gids en Visie) staan ook elke keer hoog genoteerd op Instagram.

MAGAZINE MERKEN	FACEBOOK IPM SCORE
1 Golfer's Magazine (3)	15,81
2 Procycling (1)	15,50
3 Libelle blikt terug (-)	13,42
4 Kijk (7)	8,08
5 National Geographic Junior (4)	7,41
6 Fiets Actief (11)	7,39
7 Noorderland (9)	6,19
8 Pedala (5)	5,27
9 Nautique (15)	5,18
10 Maarten! (6)	5,07
11 Wielerrevue (12)	5,07
12 Bicycling (2)	5,00
13 Roots (10)	4,66
14 Seasons (-)	4,61
15 Groei & Bloei (14)	4,53

MAGAZINE MERKEN	INSTAGRAM IPM SCORE
1 Royalty (-)	100,58
2 Wielerrevue (-)	84,44
3 Meiden Magazine (2)	75,35
4 National Geographic Junior (1)	63,30
5 Goal! (13)	50,53
6 Vorsten (4)	50,36
7 Tina (10)	50,27
8 LINDA.MEIDEN (15)	48,21
9 Roots (7)	47,86
10 Seasons (-)	45,15
11 Fiets (-)	44,86
12 Plus Magazine (-)	44,38
13 VPRO gids (3)	43,16
14 Visie (14)	42,08
15 Girlz! (6)	41,71

Met de MMA Social Media Monitor wordt op overkoepelend niveau een beeld verkregen van magazinemerken op social media. Het rapport geeft inzicht in het totaal aantal likes/followers van magazine merken per kanaal en het aandeel van elk sociaal netwerk binnen de magazine media branche.

bron: MMA