'Magazines zijn bron van rust in tijden van drukte'

14-06-2019 09:42

Magazines zijn de ultieme invulling voor een ‘me-moment’ vanwege de unieke leeservaring. Maar liefst 82% van de ondervraagden ziet magazines als een bron van rust in tijden van drukte. Door de drukke samenleving word je vaak geleefd, tijdens het lezen van een magazine voelt 79% zich daarentegen zelf in control: je bepaalt dan wat, wanneer, waar en hoe lang je leest.

Dit zijn slechts enkele van de conclusies uit het onderzoek naar de unieke waarde van magazinemerken dat is uitgevoerd door Blauw Research in opdracht van de brancheorganisatie van multimediale magazinemerken, de Magazine Media Associatie (MMA).

Voorkeur magazines boven online
Magazines voorzien in een ultieme ervaring door de combinatie van fysieke (geur, voelen, doorbladeren) en emotionele (volledige focus, (h)erkenning, afwezigheid van ruis) prikkelingen. Zo geeft 83% de voorkeur aan magazines boven online vanwege de unieke leeservaring en 77% heeft volledige focus op de content van het magazine.

Jongeren waarderen offline moment
Een offline moment, zonder prikkels en afleiding, is ook voor jongeren (18-25 jaar) een belangrijke motivatie om magazines te lezen. Je beter kunnen concentreren (33%) en je even in een andere wereld wanen (21%) zijn twee belangrijke elementen van de leeservaring voor jongeren.

Online activiteiten magazinemerken trigger voor offline
De online activiteiten van magazinemerken vormen een belangrijke trigger voor de zichtbaarheid en toegankelijkheid van magazinemerken offline. Magazines worden veel online en via sociale mediakanalen gevolgd: 57% van de ondervraagden volgt minimaal 1x per week de website of app van een magazinemerk en 49% volgt minimaal 1x per week social mediakanalen van een magazinemerk.

De social kanalen voorzien in de behoefte om up-to-date te blijven en worden vaak gebruikt om de tijd te doden. De websites vullen de papieren versies aan met actuele informatie en bieden meer verdieping ten opzichte van de social kanalen

David Huijzer