

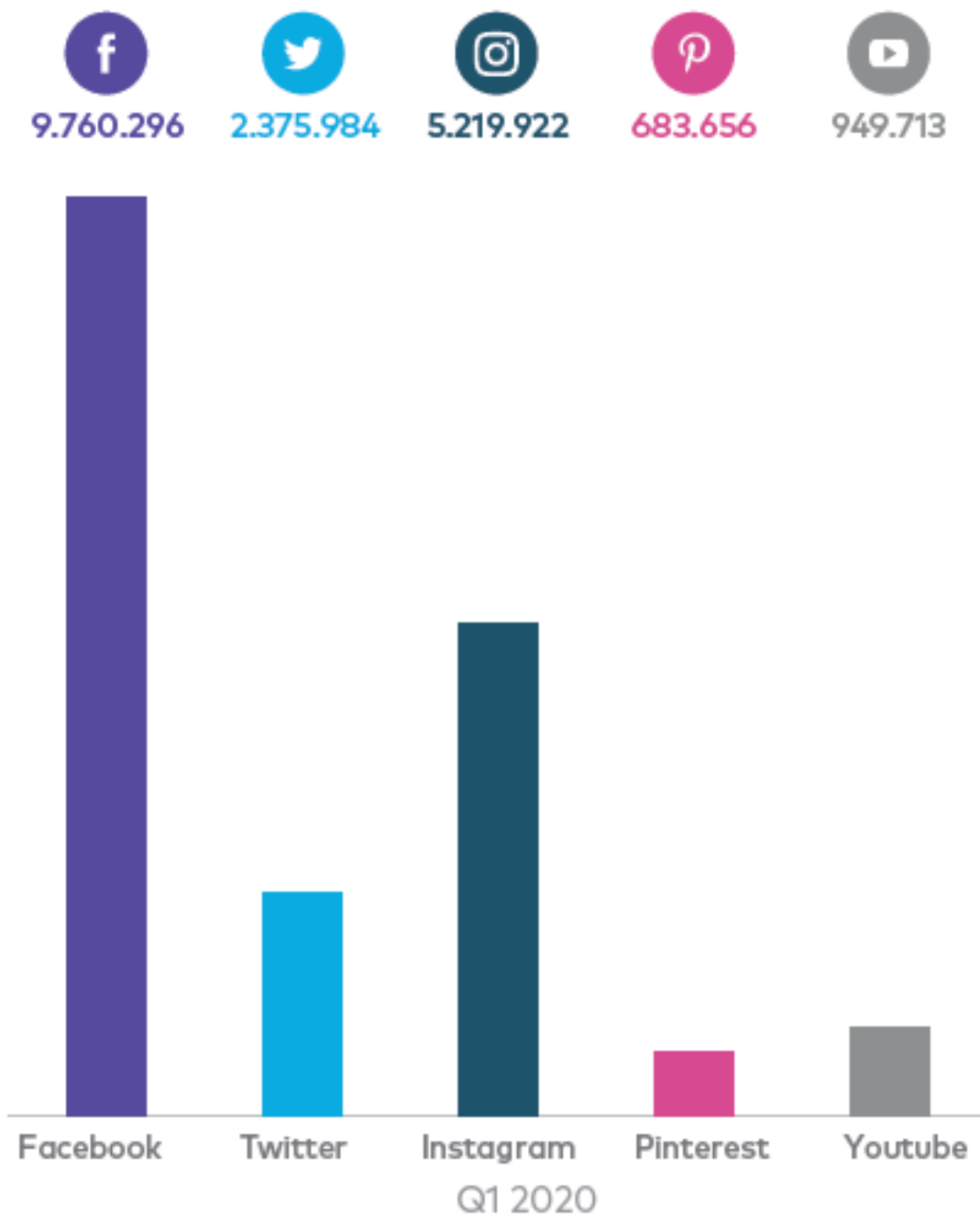
Forse stijging vrouwen-, gezins- en special interest magazines op social media

21-04-2020 10:45



De cijfers van Q1 2020 van de MMA Social Media Monitor laten een flinke toename zien bij vrouwen- en gezinsmagazines (met name in het gossipsegment). Dit geldt ook voor special interest magazines op het gebied van buitenleven, body & mind, populaire wetenschap of die met een passie te maken hebben. Vooral bij de meer visueel ingestelde social kanalen zoals Instagram, Youtube en Pinterest stijgt het aantal volgers van voornoemde magazines.

Het totaal aantal volgers van magazinemerken op social media stijgt in het eerste kwartaal van 2020 met 3% ten opzichte van het vierde kwartaal van 2019. De social kanalen van de magazinemerken hebben in totaal inmiddels bijna 19 miljoen volgers. Youtube en Instagram groeien binnen de magazinemedia branche wederom het snelst. Youtube ziet het aantal volgers dit kwartaal met 8% stijgen, zowel het aantal volgers op Instagram als het aantal volgers op Pinterest groeit met 5%. Het aantal volgers op Twitter stijgt licht (2%) en Facebook blijft net als vorig kwartaal redelijk stabiel (+1%).



Aandelen per kanaal

De helft van alle volgers van magazinemerken op social media zijn op Facebook te vinden (51%), maar het aandeel van Facebook blijft dalen. Het aandeel van Twitter blijft stabiel. Het aandeel bedraagt momenteel 13%. 28% van de volgers van magazinemerken komt inmiddels via Instagram. Ook het aandeel van YouTube stijgt en komt in het eerste kwartaal van 2020 uit op 5%. Pinterest heeft een aandeel van 4%.

Populariteit magazine categorieën naar social platform

Er zijn duidelijke verschillen tussen de sociale kanalen en de populariteit van magazinesegmenten te zien. Op Instagram en Pinterest zijn vooral woonmagazines, vrouwenmagazines, waaronder veel glossies, en mind &

body zeer actief. Merken die sterk visueel georiënteerd zijn, maar we zien bij Instagram ook een sterke toename van jongeren- en opvoedingsmagazines. Op Facebook zien we eigenlijk alle magazine categorieën terug, jongerenmagazines zijn het minst actief op Facebook. Dit sluit aan bij het algemeen gebruik van het platform, waar steeds minder jongeren op actief zijn. Twitter wordt binnen de magazinemediabranchegedomineerd door opinie en sport, terwijl op YouTube het automotive- en jongerensegment het meest populair zijn.

Populairste magazinemerken op social media

De top 5 van meest populaire magazinemerken op social media laat ten opzichte van het vierde kwartaal 2019 geen veranderingen zien en bestaat uit Playboy, LINDA., vtwonon, Voetbal International en GTST Magazine. De sterkste groei (overall) van het aantal likes/volgers in het eerste kwartaal van 2020 zijn 1) Vriendin (+26%), 2) Weekend en Party (beiden+21%), 3) National Geographic Junior (+20%), 4) Story en Gardener's World (beiden +11%) en 5) Groei & Bloei en Landleven (beiden+9%).

MAGAZINE MERKEN	TOTAALAANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)	MAGAZINE MERKEN	TOTAALAANTAL LIKERS/VOLGERS (GECOMBINEERDE NETWERKEN)
1 Playboy (1)	1.551.571	14 AndC (14)	338.009
2 LINDA. (2)	1.310.443	15 Libelle (15)	326.625
3 Vtwonen (3)	1.256.296	16 ELLE Decoration (16)	277.531
4 Voetbal International (4)	1.021.345	17 Ouders van Nu (17)	270.590
5 GTST Magazine (5)	787.127	18 Autoweek (18)	268.484
6 ELLE (6)	654.764	19 Tina (19)	263.176
7 Flow (7)	554.513	20 Psychologie Magazine (22)	248.648
8 Donald Duck (9)	487.699	21 Meiden Magazine (21)	244.589
9 VOGUE (8)	486.043	22 Glamour (20)	240.164
10 Panorama (10)	474.369	23 ZIN (23)	232.357
11 National Geographic (11)	461.264	24 Margriet (24)	219.394
12 Happinez (12)	372.751	25 Wendy (25)	214.511
13 Cosmopolitan (13)	362.621		

Over de monitor

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 magazinemerken per kanaal en het aandeel van elk sociaal netwerk binnen de magazine media branche. Tevens wordt een top 25 samengesteld van magazinemerken met het hoogste aantal likes/followers en een top 10 per kanaal. Daarnaast geeft de monitor ook inzicht in welke magazine categorieën op welke kanalen het grootst zijn.

De MMA Social Media Monitor verschijnt elk kwartaal. Zo worden ontwikkelingen en verschuivingen marktbreed zichtbaar. De monitor is voor de zestiende keer gepubliceerd. In de monitor worden momenteel 142 magazinemerken gemeten. Voor de gemeten merken betreft het de Nederlandse accounts.

Vanaf Q2 2020 zal Tik Tok aan de monitor worden toegevoegd.

Bron: [MMA](#)

David Huijzer