

fameuze Britse muziektijdschrift *NME* verschijnt weer op papier. Señor waarschuwt de uitgevers ervoor zich niet te veel te richten op de digitale kanalen. De twee grootste trends: sociale media en AI, brengen zowel bedreigingen als kansen voor de branche. “De echte waarde wordt gecreëerd waar het artikel gepubliceerd wordt, namelijk in het magazine zelf. Ik roep de branche op om de waarde van magazines als storytellers van unieke en relevante content te herontdekken. Daarin zal AI ons nooit vervangen”, aldus Señor.

Meebewegen met de tijd

Het culinaire magazine van Miljuschka Witzhausen illustreert de concrete uitwerking van veranderingen binnen de magazinebranche. In 2021 lanceerde zij een advertentievrij magazine dat alleen op bestelling wordt geleverd en inmiddels het grootste Nederlandse magazine op Instagram en TikTok is. “Ik geloof in de kracht van print, maar probeer ook altijd mee te bewegen met de tijd”, zegt Miljuschka in Noordwijk. “Voor mij draait sociale media om het leveren van waardevolle, authentieke en consistente content. Ik zie het als een uitdagend spel; er is geen vast recept voor succes, het is een voortdurend proces van leren en aanpassen. Mijn grootste uitdaging blijft het vinden van nieuwe invalshoeken en manieren om het nieuws te presenteren. Ik sluit niet uit dat ik ooit wel in de winkels kom te liggen.”

Frank Veerkamp