



ZNÓW W CENIE

DOJRZAŁY CZYTELNIK

Wśród czytelniczek i czytelników w wieku 50+
coraz większe wzięcie ma prasa fachowa,
wydawana jakościowo.

Tekst: Katarzyna Woźniak, dziennikarka „Media & Marketing Polska”





członkowie grupy 50+ z przyjemnością korzystają z drukowanych dobrodziejstw, których na rynku coraz więcej – mimo słyszanych zewsząd głosów, że „prasa umiera”. Nie brakuje nowych propozycji opracowanych z myślą o seniorach. Wydawcy wciąż badają potrzeby rynku i robią wszystko, żeby podą-



zać za zainteresowaniami czytelników. Jak wykazują specjaliści, z wiekiem potrzeby intelektualne w większości przypadków wcale nie maleją. Wzrasta potrzeba społecznego współuczestnictwa, a najbardziej zapotrzebowanie na edukację, tłumaczenie świata, poradnictwo zdrowotne i rozrywkę, pełniącą funkcję swoistego wsparcia psychologicznego. Duże koncerny mediowe w swojej ofercie mają całą gamę magazynów. W ostatnim czasie zadebiutowało kilka tytułów z myślą o czytelnikach – głównie czytelniczkach – właśnie w wieku 50+.

Kryterium potrzeb, a nie wieku

W cenie są magazyny poradnikowe, szczególnie te o zdrowiu. Zgodnie z zasadą – lepiej zapobiegać niż leczyć. Tu senior ma do wyboru co najmniej kilka solidnych tytułów: „Tylko Zdrowie” (Grupa ZPR), „Samo Zdrowie” (Burda Media) czy dwumiesięcznik „Holistic Health” (AVT Korporacja). W segmencie magazynów o zdrowiu wyraźnie zaznacza się trend nastawienia na lifestyle, diety i ruch, propagowanych przez rozpoznawalne postaci z mediów.

Seniorzy chętnie sięgają też po magazyny lifestyle’owe i luksusowe. Dobrze radzą sobie „Wysokie Obcasy Extra”, zachęcające do lektury nośnymi tematami, poradnictwem psychologicznym, wywiadami i ciekawostkami. Czytelniczki bez względu na wiek szukają wysokiej jakości – po tego typu magazyny sięgają przedstawicielki różnych pokoleń – tyle że grupa 50+ będzie miała większe

wymagania, a niejednokrotnie więcej czasu na ich dokładną lekturę. Wśród kobiet wykształconych z doskonałym odzwiedem spotkał się magazyn „Well” (Bauer), którego pierwszy numer w ubiegłym roku został przychylnie przyjęty przez czytelniczki. Sygnowany nazwiskiem Doroty Wellmann, pozbawiony tematyki celebryckiej i plotkarskiej zapowiada regularną walkę o czytelniczki, już jako miesięcznik.

O zdrowiu i o cudach

Ciekawą ofertą wydawniczą dysponuje wydawnictwo Bauer. Wydawca mocno rozwija propozycje adresowane bezpośrednio do czytelników 50+ – ba, nawet grupę czytelniczą wyróżnia w tytule. W ubiegłym roku na rynku zadebiutował „Tygodnik 100 Rad” – poradnik dla kobiet w wieku 50+. Adresowany do mieszkank małych i średnich miejscowości z wykształceniem podstawowym i średnim. Zawiera porady dotyczące zdrowia, domu, prawa i psychologii. Zwraca również uwagę na zagrożenia – tygodnik wprowadził format „Jak nie dać się naciągnąć na...” – Wprowadzenie przez nas tytułów przeznaczonych dla kobiet 50+ oceniamy pozytywnie. Najlepiej świadczy o tym fakt, że po pierwszym tytule – „100 Rad”, wprowadziliśmy kolejne dwa: „Poradnik 50+” i „100 Rad. Przepisy i Diety”. Nadal uważamy ten segment za rozwojowy. To raczej konsekwencja struktury wiekowej czytelniczek prasy drukowanej, a nie preferencji wydawców – podkreśla Maciej Brzozowski z Grupy Bauer. Wydawca enigmatycznie sugeruje dalsze prace nad potrzebami odbiorców 50+: – Nasze wydawnictwo jako pierwsze na rynku dostrzegło fenomen, inwestując w jedną z najbardziej obecnie wartościowych grup docelowych na rynku. Pośród wielu projektów wydawniczych, nad którymi obecnie pracujemy, znajdują się także te skierowane do powyższej grupy. Tyle na razie możemy ujawnić – mówi Brzozowski. Warto zaznaczyć również, że Bauer ma w portfolio magazyn „Cuda i Objawienia”. Tematyka magazynu nie musi być wyznacznikiem targetu – warto jednak zauważyć, że od ponad roku wydawca utrzymuje miesięcznik adresowany „do osób wierzących”, a formuła proponująca historie z życia ludzi angażuje czytelniczki również za pomocą rubryk z poradami, sugestiami wypraw śladami sanktuariów czy porad dotyczących zdrowia. Wydawca równocześnie rozwija tytuły wykorzystujące zainteresowanie Polaków przeszłością. –



Od trzech lat z powodzeniem wydajemy miesięcznik „Retro”, pierwszy na rynku tytuł z segmentu prasy „wspomnieniowej”. Po nim ukazały się także takie tytuły, jak „Nostalgia” czy „Ta Nasza Młodość” – wylicza Maciej Brzozowski.

Fachowość w cenie

Bez wątpienia jedną z najciekawszych ostatnio prób poszerzenia rynku prasowego jest ubiegłoroczny debiut magazynu Agory „Opiekun”. Należy docenić odwagę, bo to pierwszy bodaj wydawca prasowy tak poważnie podszedł do kwestii poradnictwa adresowanego do osób sprawujących opiekę nad niesamodzielnymi seniorami. W magazynie znajdują się szczegółowe porady dotyczące higieny, wyposażenia mieszkania, pomocy w poruszaniu się. Magazyn wyróżnia się fachowością, rzetelnością, dokładnie przemyślaną tematyką, doбором autorytetów, wysoką specjalizacją omawianych zagadnień. Pierwszy numer może pełnić funkcję podręcznika dla opiekunów osób starszych. Wydanie zrealizowane zostało we współpracy z marką Seni (TZMO SA) – producentem środków higienicznych niezbędnych w przypadku opieki długoterminowej. Również zagadnienie funkcjonowania na łamach marki zasługuje na uwagę – prezentacja bogatego portfolio pełni nie tylko funkcję reklamową, ale i informacyjną.

Wydawca spostrzegł, że kwestii osób starszych nie można rozpatrywać w oderwaniu od ich opiekunów. Oni również wymagają uwagi ze względu na obciążenia fizyczne i psychiczne, którym są poddawani. Wzmocnienie poczucia zaopiekowania i docenienia pozornie niewidocznych czynności wykonywanych przez rosnącą w liczbę grupę sprawującą niejednokrotnie samotną opiekę nad seniorem daje czytelnikom (szczególnie z mniejszych miejscowości) poczucie bycia częścią większej społeczności; niesie pomoc i daje psychologiczne wsparcie.

Rynek polskich tytułów prasowych kierowanych do seniorów – wbrew tendencjom na rynku reklamy prasowej – jest coraz bogatszy. Wydawcy wciąż poszukują i badają potrzeby starszych czytelniczek. Cieszą projekty nowe i wysokie specjalizacje. Tytuły kierowane do osób w wieku 50+ to dowody na to, że wieszczenie śmierci prasy jest zdecydowanie przedwczesne.