

UK PR en influencer whitepaper 2020

Medialandschap in Covid-19-tijden

In het Verenigd Koninkrijk begon de officiële lockdownperiode op 23 maart 2020. Onthoud dat de regels verschillen in Engeland, Schotland, Wales en Noord-Ierland. In juni werden de regels iets soepeler maar de beperkingen en plaatselijke lockdowns die van kracht zijn, wijzigen voortdurend. Er mag nog steeds niet worden gereisd van het Verenigd Koninkrijk naar Nederland. (Peildatum oktober 2020).

Sinds maart 2020 zijn de volgende belangrijke media gestopt met permanent publiceren: Lonely Planet Magazine, Q Magazine, Sunday Times Travel Magazine, Event Magazine (Mail on Sunday) en Buzzfeed UK. In juli kondigde The Guardian aan te stoppen met haar zaterdagse bijlagen The Guide, Review, Weekend en Travel. The Guardian hoopt deze bijlagen in de toekomst te vervangen door één enkele bijlage.

Het positieve nieuws is dat Times Radio eind juni is gelanceerd. Dit digitale radiostation zendt 24 uur per dag live nieuws en analyses uit. Het station is eigendom van News UK die ook eigenaar is van de kranten The Times en de Sunday Times. De krant City AM is tijdens de lockdown gestopt met drukken maar hoopt in oktober 2020 weer te beginnen met drukken. Blueprint Magazine is deze zomer gestopt met het publiceren van haar tweemaandelijks tijdschrift. De uitgever is van plan om later in 2020 met een nieuwe versie te komen. Er is nog niet beslist of deze versie uitsluitend online wordt.

Niet geheel onverwacht, zijn magazines voor thuishobby's en specialistische onderwerpen populairder geworden tijdens de lockdown. Tuintijdschriften zijn zelfs extreem populair geworden en dat geldt voor zowel de online als de gedrukte abonnementen. Terwijl de gedrukte versies van vele andere tijdschriften dalende verkopen lieten zien, zagen we bij online platforms een sterke groei, met name bij de onderwerpen eten & drinken en fitness.

Mensen zijn de voorkeur gaan geven aan nieuws op tv als de bron voor hun informatie. Dit ging ten koste van sociale media en online nieuwsplatforms. Deze verschuiving werd veroorzaakt door verminderd vertrouwen in informatie die online wordt aangeboden. Tijdens de lockdown was er ook een enorme stijging in het aantal abonnementen op streaming-services zoals Netflix en Amazon Prime.



Sky Arts is vanaf 17 september een gratis te bekijken kanaal geworden dat haar kunstdocumentaires en cultuurprogramma's beschikbaar stelt in een tijd dat erg veel kunst niet toegankelijk is. Sky Arts onderkent daarmee de interesse van het publiek in dit onderwerp.

Veel kranten en tijdschriften zijn doorgedaan met het publiceren van reisartikelen. Deze trend werd versterkt toen er weer naar het buitenland mocht worden gereisd. Maar omdat de adviezen van de overheid met regelmaat veranderen, is het lastig geworden voor de media om veilige bestemmingen correct te voorspellen. Dit heeft tot gevolg dat "Dream now, Travel later" een veelgebruikt thema is geworden. Er worden veel reisverhalen gepubliceerd die de details voor het boeken naar het voorjaar en de zomer van 2021 schuiven.

Veel publicaties accepteren momenteel geen persreizen of reisaanvragen. Op reisafdelingen is zwaar gesneden in de budgetten. Redacteurs zoeken naar mogelijkheden om alles in-huis te houden. Dit betekent minder mogelijkheden voor freelance-schrijvers.

Een duidelijk trend is dat meer media op zoek zijn naar meer duurzame inhoud dan voorheen en de nadruk leggen op minder vliegen en meer verantwoorde reiservaringen. Het lijkt er op dat deze trend blijvend is en van invloed wordt op onze toekomstige persreisaanbiedingen. Andere belangrijke trends die zich aftekenden tijdens de lockdownperiode zijn onder andere een focus op de zeer lokale ervaring, bijvoorbeeld een buurt in plaats van een hele stad of provincie.

Actuele thema's en vooruitzichten voor onze belangrijkste mediacontacten per groep:

Traditionele pers

- Meer focus op nieuwsonderwerpen.
- Reisonderwerpen waarschijnlijk over reismogelijkheden, beleid over geld terug en vouchers, problemen in de toeristensector, bijvoorbeeld reisorganisaties die failliet gaan.
- Minder snel een reis aanvragen.

Reispublicaties en journalisten

- Meer aandacht voor outdoor-activiteiten: natuur, wandelen, parken en landelijke omgeving, rivierboten, kust, wellness, fietsen.
- Stedentrips krijgen minder aandacht.
- Grote hotels krijgen minder aandacht.
- Duurzaamheid en milieu krijgen meer aandacht.
- Meer aandacht dan voorheen voor reizen waarbij niet hoeft te worden gevlogen.
- Luxe of budget: extremen worden waarschijnlijker.



- Zo snel mogelijk terug naar trips. Ze hebben voor trips zo veel mogelijk support nodig als wij kunnen bieden omdat budgetten echt zijn gekrompen.
- Vakanties worden beschouwd als zinvollere ervaringen dan snelle uitjes.
- Zeer bereid om deel te nemen aan virtuele trips.

Cultuurpublicaties en journalisten

- Wanneer aan meer virtuele tentoonstellingen online.
- Diepte-interviews worden belangrijker.
- Nieuws over collecties, bijvoorbeeld verhalen over nieuwe aanwinsten, nieuwe vormen van tentoonstellen, digitaliseren van collecties, meer online toegang tot de collecties, etc.
- Sterke focus op collecties en tentoonstellingen in het Verenigd Koninkrijk, heropeningen van musea en attracties worden heel belangrijk.
- Bereidheid om aandacht te besteden aan virtuele inhoud en mogelijkheden in het buitenland.

Influencers

- Waarschijnlijk willen ze in 2021 zo snel mogelijk weer gaan reizen.
- Zijn gemotiveerd om hun relaties te onderhouden.
- Hebben veel content nodig voor hun platforms. Velen zijn oude posts al of niet bewerkt opnieuw aan het uitbrengen om hun volgers wat inhoud te kunnen geven in deze tijden.
- Zeer bereid om deel te nemen aan virtuele trips.
- Gebruiken deze tijd om te experimenteren met nieuwe afzetkanalen zoals het maken van podcasts of het proberen van TikTok of Reels.



Deze whitepaper is samengesteld door:
Simone Sagi - PR & Influencer manager - NBTC Verenigd Koninkrijk
Vragen of opmerkingen?
Stuur een mail naar ssagi@holland.com

