

PERSBERICHT

Utrecht, 20 januari 2016



Uitagenda Utrecht aanwinst voor Utrecht

Nieuw magazine zorgt voor cultuur- en stadsbezoek

December 2014 werd het cultureel lifestyle magazine Uitagenda Utrecht gelanceerd. Na de eerste acht nummers heeft het onderzoeksbureau R2 Research uit Rotterdam een lezersonderzoek uitgevoerd naar de waardering en effecten van het nieuwe magazine. Uit het onderzoek blijkt dat de grootste lezersgroep in de leeftijdscategorie van 25 tot 65 jaar valt. De lezers vinden het magazine als informatiebron van grote toegevoegde waarde, en beoordelen dat met het cijfer 8,8. Een en ander resulteert in meer cultuurparticipatie en stadsbezoeken. De waardering van het magazine onder de lezers is positief: 69% van de lezers waardeert het met een goed en 30% geeft aan het magazine uitstekend te vinden.

Effect

Het magazine van Uitagenda Utrecht bereikt een breed publiek in de stad en daarbuiten. Het totale bereik is 66.650 lezers. Met de huidige oplage van 35.000 betekent dit dat meer dan de helft van de lezers het blad doorgeeft. Lezers zijn benieuwd naar wat er te doen is in Utrecht. Favoriet onder lezers zijn rubrieken met de culturele uitgaanstips en rubrieken over de stad en haar inwoners. Het positieve effect van de eerste jaargang van Uitagenda Utrecht is dat 75% van de lezers één of meerdere culturele activiteiten, nieuwe winkels, cafés of restaurants hebben bezocht naar aanleiding van een artikel of bespreking in het magazine.

‘De afgelopen maanden hebben we veel enthousiaste reacties op het nieuwe magazine mogen ontvangen. Het is prettig dat het onderzoek nu onderstreept dat de Uitagenda Utrecht breed gewaardeerd wordt en aanzet tot bezoek van culturele activiteiten. Daarmee lijkt de opzet geslaagd: met het magazine het publiek te inspireren, en bij te dragen aan een positief en cultureel klimaat in de stad’, aldus Melinde Gerber, hoofd marketing Cultuurpromotie Utrecht.

Voor het brede publiek geldt dat naast de Uitagenda Utrecht, huis-aan-huisbladen, mond-tot-mond reclame en de culturele instellingen ook een belangrijke bron van informatie zijn. Aandachtspunten die naar voren zijn gekomen, zijn de overzichtelijkheid en de opmaak van het magazine.

Het onderzoek heeft plaatsgevonden van 26 oktober tot en met 17 november 2015, 833 personen hebben deelgenomen aan het onderzoek. Uitagenda Utrecht is een initiatief van Cultuurpromotie Utrecht.

www.uitagendautrecht.nl // www.cultuurpromotieutrecht.nl

Noot voor de redactie

Voor meer informatie en beeldmateriaal: Cultuurpromotie Utrecht - Kim Platenkamp,
T: 030 – 2323074 // 06-29168667 // k.platenkamp@cultuurpromotieutrecht.nl