

## Jyllands-Posten opbygger nicheforretning med magasiner på glittet papir

---

Jyllands-Posten har det seneste år med stigende succes fundet en niche for udgivelser af rejse-, bolig- og livsstilsmagasiner på glittet papir til udvalgte målgrupper.

Magasinerne udsendes ikke sammen med Morgenavisen Jyllands-Posten men distribueres typisk direkte til 50.000 udvalgte husstande med høje indkomster i landets største byer.

Da der bevidst er minimal overlapning mellem avisens abonnenter og modtagerne af magasinet, har en del af artiklerne fra de ugentlige avismagasiner som eksempelvis Explorer (rejsestof) og Living (bolig og design) i ny opsætning kunnet genbruges i de glittede magasiner.

Annoncedirektør Morten Werge Kallmayer:

”Magasinernes kvalitet er i top, og der er positive reaktioner fra annoncørerne, der med den måde, vi distribuerer på, er sikret meget attraktive målgrupper. Udviklingen af nye titler fortsætter.”

Senest har Jyllands-Posten indgået et samarbejde med JP/Politikens Forlagshus om rejsemagasinet ”Turen går til” som et nyt, eksklusivt magasin, der ligger i forlængelse af de populære rejsebøger af samme navn.

Med guides til 99 forskellige destinationer er ”Turen går til”-bøgerne suverænt danskernes foretrukne rejsebøger – hele 93 pct. af de voksne danskere kender dem.

Magasinet ”Turen går til” bliver lanceret i disse dage i et oplag på 60.000 i forbindelse med rejsemessen Ferie for Alle i Herning nu i weekenden den 24.-26. februar. Det er planen, at magasinet skal udkomme fire gange om året.

Foreløbig tæller den glittede magasinportefølje 15 titler. De næste i rækken er livsstilsmagasiner for henholdsvis mænd og kvinder baseret på Jyllands-Postens ugemagasiner TEMPO og VIVA.

---

For yderligere oplysninger kontakt:

Annoncedirektør Morten Werge Kallmayer

tlf. 8738 3545, mobil 2166 0757 eller e-mail [morten.kallmayer@jp.dk](mailto:morten.kallmayer@jp.dk)