

MONOCLE

LONDON



MONOCLE

Thema's: Media, advertising, design, multi-channel strategy

Het tijdschrift Monocle is opgericht in Londen en heeft zijn hoofdkantoor in het chique Marylebone. Het lifestyle magazine behandelt international affairs, design en fashion. Bovendien onderhoudt Monocle een radiostation, publiceert boeken, en verkoopt producten ontworpen in samenwerking met beroemde designers. Monocle werd in 2007 opgericht door Tyler Brûlé, een Canadese ondernemer, columnist van de Financial Times en oprichter van Wallpaper* magazine. Abonnees ontvangen niet alleen 10 nummers per jaar, plus de speciale edities Forecast (winter) en Escapist (zomer), maar ze maken ook deel uit van een exclusieve club, krijgen regelmatig uitnodigingen voor evenementen, en ontvangen 10% korting in Monocle-winkels en cafés. Tegen de dalende trend van printmedia in, heeft Monocle zijn omzet elk jaar zien groeien en verkoopt het nu meer dan 80.000 exemplaren per nummer en ze tellen meer dan 18.000 abonnees.

Door het verleden en scherpe oog voor esthetiek van de oprichter is Monocle een pionier en een icoon in de nieuwe generatie van printmedia en premium tijdschriften. Elk nummer staat vol advertenties van luxemerken als Rolex en Hermes, die zelden vervelend zijn maar esthetisch passen bij de uitstalling van de rest van het tijdschrift. Volgens Brûlé zijn van de 300 pagina's in Monocle maar liefst 60 advertenties geproduceerd door Monocle. Zoals Alex Kantrowitz beschrijft op Digiday UK: het team van Monocle werkt met hun reclamecliënten aan het concept, maakt illustraties en voert de uiteindelijke advertenties uit met hun input. Het resultaat is een advertentie die aansluit bij het uiterlijk van het magazine en dat aantrekkelijk is voor lezers. Een recente 'samenwerking' met Samsung bracht alleen al ongeveer 1 miljoen euro op. De manier waarop Monocle erin is geslaagd advertenties en originele inhoud samen te voegen, is echt opmerkelijk en heeft voor een groot deel bijgedragen aan zijn (commerciële) succes. Kortom, Monocle heeft een esthetisch, goed voelend, multichannel platform gecreëerd om advertenties te verkopen aan de grootste merken zonder hun publiek het gevoel te geven dat ze naar irritante reclame kijken. In een tijd waarin we advertenties irritanter vinden dan ooit heeft Monocle een briljante manier gevonden zodat wij advertenties toch nog tolereren.

Monocle heeft niet alleen de uitstervende sector voor gedrukte media heruitgevonden, ze hebben hetzelfde herhaald door verschillende andere kanalen te creëren om hun inhoud (en die van hun klant) naar hun groeiende publiek te brengen. De website van Monocle bevat artikelen, films, en documentaires, die alleen beschikbaar zijn voor betalende abonnees. De website verkoopt design- en modeproducten ontwikkeld in samenwerking met premium onafhankelijke modemerken waaronder Comme des Garçons, Delvaux en Maison Kitsune. Monocle's internetradiostation, Monocle 24 is ook toegankelijk via de website. Luisteraars kunnen live luisteren of door het archief bladeren van alle opgenomen shows van het station. Elk programma heeft een hoofdsponsor, bijvoorbeeld The Entrepreneurs wordt gesponsord door Pictet, een bank voor vermogensbeheer. Andere sponsors zijn Air Canada en UBS.