

Readly vill öka den meningsfulla skärmtiden genom ny reklamkampanj

Tid över? Ta vara på den. Det är det budskapet från digitala magasintjänsten Readly, som genom sin nya reklamkampanj belyser det faktum att tiden vi spenderar på att scrolla i sociala medier skulle kunna användas till mer meningsfulla aktiviteter – som att läsa kvalitativ content från de 800 förlagen på Readlys plattform.

Kampanjen lanseras i Sverige, Tyskland, Storbritannien, Nederländerna, Italien, Österrike, Schweiz, Irland och USA den 30 mars. Med omkring 5 000 nationella och internationella titlar på över 16 språk, uppmanar Readly till att använda fritiden till något berikande såsom att – utforska nya intressen, utöva en hobby eller bara njuta och inspireras av sina favoritämnen och titlar.

– *Vi vill uppmantra människor att reflektera kring hur de tillbringar sin tid och betona värdet av att använda Readly. Med högkvalitativt innehåll och miljontals artiklar är vårt mål att bli en motpol till planlöst scrollande på mobilen, säger **Chief Growth Officer, Cecilia von Krusenstierna, Readly.***

Statistiken påvisar att människor i snitt spenderar 2 timmar och 23 minuter per dag på sociala medier¹ globalt. Enligt en studie som utfördes 2019 av Internetstiftelsen, ansåg 75 % av intervjupersonerna att tiden de spenderade på sociala medier inte var meningsfull².

– *Vi är stolta över vår breda portfölj av innehåll. Med tusentals magasin, från Bamse till ELLE och allt däremellan, tror vi starkt på att vi kan tillgodose allas behov. Vi vill uppmantra alla nyfikna själar där ute till att använda sin tid på mobilen mer meningsfullt och upptäcka bredden av kvalitativt innehåll producerat av förlag världen över, säger **Chief Growth Officer, Cecilia von Krusenstierna, Readly.***

Om kampanjen:

Kampanjen startar den 30 mars och pågår under sex veckor, huvudsakligen digitalt via YouTube, webb-tv, sociala medier och display. På nyckelmarknaden Sverige kommer kampanjen även synas på TV. De taktiska uttagen kommer att vara synliga i sociala och digitala kanaler och även inkluderas på Readlys övriga åtta fokus marknader: Storbritannien, Tyskland, Nederländerna, Italien, Österrike, Schweiz, Irland och USA.

Tre olika filmer visar virala klipp som är typiskt kända för att få mycket uppmärksamhet och visningar i sociala medier, för att introducera mottagaren för budskapet: Tid över? Ta vara på den.

Tax: <https://www.youtube.com/watch?v=MJ9BMvvrn5o>

Tvättmaskin: https://www.youtube.com/watch?v=9JXqxRqzJ_4

Katt: <https://www.youtube.com/watch?v=WdwOSLCQFvo>

¹ <https://www.globalwebindex.com/REPORTS/SOCIAL>

² Svenskarna och internet 2019, 83% report they use social media (56% use social media at least once a day) - only a quarter state they find the time spent on social media is meaningful, p. 106: <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2019/10/svenskarna-och-internet-2019-a4.pdf>
Swedes use social media more than the average of EU countries - in 2018 56% of people in the EU used social media. (Source: EU:s statistikmyndighet Eurostat.)

**Arbetsgrupp:**In-house Readly:

Cecilia von Krusenstierna, Chief Growth Officer

Liana De Wit, projektledare

Koncept och strategi: Dos Gallinas, SpanienProduktion och utförande: Emakina DBG

Projektledare: Erika Vestman

Produktionsledare: Matilda Widing

AD: Nils Axel af Malmborg

Copywriter: Fredrik Arrelid

Final Art: Anders Modén

Digital strategi: Dino Mujkanovic

Filmproduktion: Helgesson/MollMedia: Mindshare**För mer information eller pressbilder, kontakta gärna:**

Amelie Argenti, PR Manager, +46 733 92 42 63,

amelie.argenti@readly.com

Om Readly

Readly är en digital prenumerationstjänst som ger användare obegränsad tillgång till närmare 5000 nationella och internationella magasin - allt i en app. Bolaget, som grundades av Joel Wikell i Växjö 2012, är idag en ledande aktör inom digitala magasinprenumerationer i Europa med användare på 50 marknader. I samarbete med 800 förlag över hela världen digitaliserar Readly magasinindustrin. Vårt syfte är ta magasinens magi in i framtiden så att kvalitativt innehåll förblir något som upptäcks och lever vidare. Under 2019 distribuerade Readly över 120 000 utgåvor av magasin och tidningar som har lästs 83 miljoner gånger.

www.readly.com