

Young Active Urban: krachtig netwerk vergroot bereik

De uitgelezen manier om young active urbans in hun leefwereld te bereiken, is in te zetten op de mediamerken die ze raadplegen. Groupe Rossel lanceerde in februari het nationale medianetwerk **Young Active Urban** en bundelde zo haar mediamerken die op deze doelgroep inzetten: Metro, Out, Geeko, Belgium iPhone, Kotplanet, Cinenews en Streamnews.

Door de young active urban doelgroep aan te spreken met de juiste content op het juiste moment realiseert Young Active Urban dit voorjaar een sterke **66% groei in bereik** en dit in zowel Franstalig als Nederlandstalig België. Zo noteert Young Active Urban in mei ruim **10.800.000 pageviews aan infotainment content** en een veelvoud aan ad-impressions waarop ingetekend kan worden. Het krachtig netwerk met groot bereik is opmerkelijk **heavy mobile digitaal (78%)**, heeft een sterke fanbase van **332.000 volgers op social media** en verspreidt nationaal de gratis krant Metro in een **oplage van 150.000 gedrukte exemplaren per dag**.

Het netwerk Young Active Urban is een **mix van nieuwsmerken en merken met gespecialiseerde content** blijft ook deze zomer inzetten op content die de young active urbans aanspreken: Culture & Events, Career, Student Life, Technology & Multimedia, Lifestyle & Fashion, Gaming, Cinema & Streaming.

Het **Young Active Urban netwerk** wordt gecommmercialiseerd door de **regies Metro Media en Rossel Advertising**.

Meer info over Young Active Urban vind je op metromedia.be/ya en in de **Mediakit** in [bijlage](#).

Voor meer informatie:

Olivier De Raeymaeker
Algemeen Directeur - Pôle Le Soir

Werner Sluys
Chief Operating Officer - Metro Media

Metro Media
Koningstraat 100, 1000 Brussel

