Hearst kiest voor jonge influencer als nieuwe hoofdredacteur Women's Health

23-08-2016 08:17



Geen journaliste, maar een commerciële, jonge influencer is de nieuwe hoofdredacteur van Women's Health. Hearst Netherlands heeft Milou Turpijn (30) als hoofdredacteur van Women's Health benoemd. Milou Turpijn werkte eerder als online strateeg bij ING en als Senior Account Manager voor het in-house strategisch en creatief bureau van VICE. Ook is ze één van de oprichters van de Amsterdamse blog OURGROUND.

Marscha Krouwel, Publishing Group Director Women's Brands Hearst Netherlands: "We hebben heel bewust gekozen voor een nieuwe hoofdredacteur met een afwijkend profiel. Niet een persoon die al jaren in de uitgeverijbranche werkzaam is, maar iemand met online strategische kennis, die de influencerwereld kent en een merk kan bouwen. Het gaat tegenwoordig niet meer alleen om het magazine, maar om het gehele merk. Met Milou's commerciële achtergrond, sportverleden en influencerprofiel is ze de ideale persoon om in deze tijd aan het roer te staan van Women's Health."

Milou Turpijn: "De afgelopen drie jaar is Women's Health uitgegroeid tot een autoriteit binnen de health-wereld. Aan mij de eer om die autoriteit verder uit te bouwen door te groeien tot hét grootste platform waar belangrijke vrouwentopics op het gebied van gezondheid, voeding en sport worden besproken. Dit betekent dat we cross-channel vanuit het merk werken. Het magazine, de website, social media en offline events zijn de kanalen die

we gaan inzetten, maar we zullen ook vaker de media opzoeken en samenwerken met belangrijke influencers.”

Eerste topic: #FOGO
Het thema van het september/oktober nummer van Women’s Health is FOGO, wat staat voor Fear Of Going Out. Hierbij gaan vrouwen sociale events uit de weg, omdat ze bang zijn de controle te verliezen en zich zo niet aan hun gezonde levensstijl kunnen houden. Women’s Health onderzocht onder ruim 3.000 vrouwen of zij deze angst herkennen. De eerste resultaten geven aan dat één op de vijf vrouwen verschijnselen heeft van FOGO. Milou Turpijn: “Ik geloof dat wij als Women’s Health de taak hebben om onderwerpen als deze aan te snijden. Niet alleen in het blad, maar ook online, offline en via de media. We gaan samenwerken met belangrijke health influencers en willen zo een positieve bijdrage leveren aan de gezondheid en het geluk van de Nederlandse vrouw. Geluk vind je niet alleen in een slank lijf met een keiharde sixpack. Het gaat om je gehele mindset en je gelukkig voelen in je eigen lichaam.” Bekijk hier de online campagne.