

Runner's World en Bicycling naar Hearst Netherlands

18-07-2018 07:59



Runner's World en Bicycling gaan over van WPG Media naar het Hearst 'Health, Lifestyle & Popular Science'. De acht vaste medewerkers gaan mee naar hun nieuwe uitgever.

De titels werden door WPG Media uitgegeven op basis van een licentie met het Amerikaanse Rodale Inc. Eind vorig jaar kondigde Hearst Magazines Inc. de overname aan van Rodale. Als gevolg van die overname is WPG Media met Hearst in gesprek gegaan over voortijdige beëindiging van de licenties van Runner's World en Bicycling. Bicycling werd in 2017 succesvol geïntroduceerd door WPG Media. Runner's World behoorde 23 jaar tot het portfolio en is het meest gelezen hardloopblad van Nederland en België.

WPG Media en Hearst zijn overeengekomen de overgang snel tot stand te brengen. Enerzijds om de continuïteit voor abonnees te waarborgen en anderzijds zodat Hearst direct kan investeren in deze sterke titels. De Nederlandse Runner's World, het Tijdschrift van het Jaar 2015, geldt als een van de succesvolste wereldwijd. De editie onderscheidt zich met innovaties als de gepersonaliseerde online evenementen, magazines, events en populaire bloggerbijeenkomsten en sluit volledig aan bij de belevingswereld van hardlooffans. Bicycling heeft zich heel snel ontwikkeld tot een sterke en groeiende titel die veel wielersfans bereikt, online en vier keer per jaar in print.

Luc van Os, CEO Hearst Netherlands: "Ik ben blij dat we wederom succesvolle titels kunnen toevoegen aan het Health domein. Dat we ook alle acht medewerkers mee kunnen overnemen geeft aan dat we vertrouwen hebben in hun expertise en hun creativiteit om de merken nog groter te maken. Wij blijven investeren in het

uitbreiden van activiteiten en activiteiten rondom alles dat met hardlopen en fietsen te maken heeft.”

Sanne Visser, directeur WPG Media: “Met pijn in het hart maar ook met veel trots nemen we afscheid van twee titels en de collega’s die zich al jaren inzetten voor Runner’s World en Bicycling. Ze hebben van het hardlooptijdschrift Runner’s World een online community gemaakt en een heel sterk merk gebouwd. Met en voor adverteerders zijn inspirerende en effectieve sport marketingcampagnes en activiteiten voor hardlooffans gemaakt en daar zijn we heel trots op.”