

# Hearst is klaar voor 2020: meer digitale producten

27-11-2019 09:27



**Hearst heeft voor 2020 haar plannen al klaar. Voor 2020 zal de uitgever van glossy magazines nog zwaarder gaan inzetten op de ontwikkeling van digitale producten. De vraag hierom neemt toe onder de lezers en om aan deze vraag te voldoen is er een scala aan nieuwe diensten en producten op de roadmap voor 2020.**

Naast digitaal is er ook veel aandacht voor events om de merken tot leven te brengen. Hieronder een aantal plannen per afzonderlijke titel

## **Cosmopolitan**

2020 wordt voor Cosmopolitan het jaar van de digitale focus. De koers die vorig jaar is ingezet, met onder andere de Cosmopolitan Podcast en het Luistermagazine, wordt in 2020 uitgebouwd om Cosmopolitan te stabiliseren als hét grootste digitale Millennial & GenZ-merk van Nederland.

Daarnaast werkt Cosmopolitan ook in 2020 samen met We Are Eves, een van de female startups gesteund door HearstLab. We Are Eves is een social-mediaplatform speciaal voor beautylovers.

Op 8 maart zal voor de eerste keer Cosmopolitan Bedtalks worden georganiseerd. Een event waarbij lezeressen samen met een vriendin een kamer in een hotel boeken en daarmee toegang krijgen tot een bijzonder middag- en avondprogramma vol lezingen, workshops, masterclasses, unieke merkactiviteiten én entertainment.

Om ruimte te maken voor al deze nieuwe initiatieven zal de printeditie van Cosmopolitan in 2020 7 keer verschijnen.

## **Harper's Bazaar**

Harper's Bazaar verlegt in 2020 de focus van mode naar een digital first-merk gericht op business en carrière.

Hiermee moet Harper's Bazaar van een iconische high-end inspiratie- en informatiebron uitgroeien tot een stijlvolle, servicegerichte community die adviseert én verbindt, en waar de doelgroep direct kan kopen, reserveren en connecten.

Dit wordt onder andere gerealiseerd door dagelijks nieuws op website en social. Daarnaast wordt er wekelijks gecommuniceerd in de nieuwe digitale nieuwsbrief Bazaar Weekly, waarin sterk gecureerde content gecombineerd wordt met onlineshopping, affiliate en customized events.

Tot slot zal er gecommuniceerd worden aan de hand van zes thema's waaraan een sterke, relevante boodschap is gekoppeld. Deze thema's worden vertaald in 6 magazines en 6 events, verspreid over het jaar.

### **Glamour**

Glamour goes daily in 2020! Glamour zorgt elke dag voor een relevant digitaal contactmoment met jonge vrouwen in Nederland in de vorm van een daily nieuwsbrief waarin wordt gekozen voor een persoonlijke benadering met content geschreven door verschillende members van het Glamour-team.

In 2020 verschijnt het magazine Glamour 8 keer. De events National Glamour Day en Glamour Beauty Festival zullen groter dan ooit zijn. Ook wordt de Glamour Academy gelanceerd, met elke maand een educatieve talk rondom een onderwerp waarover de lezeres meer wil weten. En Glamour pakt in 2020 gigantisch uit rondom haar 15-jarig bestaan in Nederland!

### **Vogue**

Vogue zet in 2020 in op het versterken van Vogue als branded-contentmerk met volop mogelijkheden om samenwerkingen aan te gaan. Van branded events tot een branded magazine en digitale content en video's. Daarnaast worden de videoserie's voor zowel Vogue als Vogue Living uitgebreid en worden er verschillende events georganiseerd, zoals 5 Days of Vogue Dinner Series, Voices of Vogue, Vogue Beauty Nights the next chapter en Vogue Fashion Weekend (met onder andere Vogue Flower Market en Hotel Vogue).

In 2020 komt Vogue 10 keer uit met sterke themanummers. Vogue Living gaat wegens succes van 4 naar 6 edities per jaar.

### **ELLE**

Op het gebied van innovatie wordt met veel enthousiasme gewerkt aan de pilot die op dit moment gedraaid wordt in samenwerking met Stylescript, een startup die profielen samenstelt die passen bij je persoonlijke stijl en smaak.

En ELLE brengt komend jaar 10 printedities uit.

ELLE Decoration brengt in 2020 6 printedities én een special uit. Ook zullen komend jaar weer diverse events worden georganiseerd.

ELLE Eten gaat zich vanaf 2020 meer richten op digitale groei en events. Concreet houdt dat in dat er minder focus en mankracht komt op print. Er wordt één mooi bookazine gemaakt dat in december zal worden verspreid met ELLE en ELLE Decoration.

David Huijzer