

Hearst USA geeft modemerken gratis advertentie-ruimte

29-05-2020 09:49



Hearst USA geeft mode- en beautymerken gratis advertentieruimte in de zomeredities van onder meer Harper's Bazaar, Elle en Marie Claire. Voorwaarde is wel dat de advertenties gaan over een thema rondom de corona-crisis en qua inhoud het karakter van een 'stopper-advertentie' heeft.

Het idee is gebaseerd op een actie van Harper's Bazaar in Spanje, "Estamos Contigo," dat zoveel betekent als "wij staan aan jouw kant". De actie in de USA heeft meer dan 80 merken zoals Armani, Gucci en Unilever over de streep getrokken. Hearst USA koos voor het thema 'Together with the fashion group'.

Dat leidde tot advertenties van onder meer Chanel die zich richtte op 'empowered women changing the world' en Unilever die in de advertentie bekend maakte meer dan 20 miljoen dollar te hebben gedoneerd aan producten en diensten. Het thema van Unilever was 'Courage is beautiful'

De uitgever van de titels, Carol Smith, zegt in een reactie: "De respons was echt overweldigend en positief. Iedereen wilde die boodschap uitdragen. Alle advertenties zijn verschillende, maar ze gaan allemaal over hoop en leven"

Een mooi initiatief dat wellicht tegelijk ook wat cynisme oproept. Achter de 'goede doelen-facade' lijkt ook een

makkelijke commerciële boodschap te kunnen zitten. Tegelijkertijd snijdt het mes aan twee kanten: adverteerders houden de hand op de knip en magazines zitten te springen om relevante advertenties. Wellicht dat deze gezamenlijke actie de band tussen titel en adverteerder versterkt. De lezeressen zullen het zeker kunnen waarderen.

David Huijzer