

Anna Wintour wereldwijd contentbaas bij Condé Nast

16-12-2020 10:32



De Amerikaanse magazine-uitgever Condé Nast gaat de content-strategie, management en structuur indelen in teams die wereldwijd de tijdschriften gaan aansturen. De fameuze Anna Wintour is daarbij aangesteld als 'Global Chief Content Officer'.

De zogenaamde global leadership teams zullen de merken van Condé Nast zowel in de USA als internationaal gaan aansturen. "Deze nieuwe strategische aanpak bij het creëren van content moet zorgen voor een gelijke focus in het wereldwijde portfolio van al onze merken", zo stelt de uitgever in een persbericht. Men noemt deze stap een complete re-design en investering in de redactionele operaties.



Anna Wintour wordt als Chief Content Officer de eerste die deze positie wereldwijd zal invullen. Naast deze positie wordt Wintour ook wereldwijd hoofdredacteur van Vogue. Dat betekent dat zij wereldwijd verantwoordelijk wordt voor alle merken van Condé Nast en wereldwijd de redactionele baas van Vogue.

Wintour heeft wel een reputatie: vorig jaar kwam zij nog in het nieuws met een beschuldiging van racisme en kwamen ook werknemers van redacties in opstand tegen haar gedrag en de onplezierige werkomstandigheden onder haar bewind.

De ontwikkeling naar internationalisering binnen Condé Nast is niet nieuw: in 2018 kondigde de uitgeverij al aan dat het haar internationale en USA-operaties zal samenvoegen. In april 2019 werd Roger Lynch al benoemd als wereldwijd CEO om het geheel aan te sturen.

"Het wereldwijd samenvoegen van de redactionele teams moet alle merken in staat stellen om de beste versie van internationale verhalen te maken en daarvan voor iedere lokale editie een passende versie te maken"

Bekende merken van Condé Nast zijn onder meer Vanity Fair, Vogue, GQ, The New Yorker en Pitchfork

(foto credits Anna Wintour)

David Huijzer