

HP / DE TIJD



Spraakmakend origineel & prikkelend scherp

Eind vorig jaar brachten we op onze site hpdetijd.nl het spraakmakende verhaal dat VVD-fractievoorzitter Klaas Dijkhoff ten onrechte een vergoeding van 4900 euro per jaar ontving voor reiskosten in Nederland, die hij niet had gemaakt, zoals uit onderzoek dat *HP/De Tijd* deed bleek. Dijkhoff stortte het teveel ontvangen bedrag naar aanleiding van onze publicatie terug. Hij betitelde zijn handelwijze zelf als 'stom'. Met deze ondoordachte actie verspeelde hij bovendien de nodige krediet als gedoodverfde opvolger van partijleider en premier Mark Rutte. **Het is een voorbeeld par excellence van de vele solide onderzoeksverhalen die u het afgelopen jaar op onze vernieuwde website heeft kunnen lezen. Een site die inmiddels een vaste trouwe lezersschare heeft die maandelijks regelmatig het half miljoen overschrijdt. Zoals u van ons gewend bent, staan waarheidsvinding, transparantie en het controleren van de macht hoog in het vaandel.** Dagelijks dienen we er nieuwsverhalen en scoops, scherpe meningen in columns, longreads, mondaine essays, openhartige interviews en wervelende achtergrondreportages op. Niet alleen over prangende kwesties in de landspolitiek en daarbuiten, ook over actuele trends en ontwikkelingen op het gebied van mens & maatschappij, milieu & klimaat, kunst, cultuur en media, eten & stijl en wat verder ter tafel komt. **Zowel op onze site als in ons prachtig vormgegeven maandelijks magazine; samen vormen ze het platform van *HP/De Tijd*.** Opdat u up-to-date bent en uw geest kunt blijven scherp en aan actuele zaken die opinie, duiding en achtergrond behoeven. Last but not least is er ook genoeg ruimte voor verstrooiing.



Tom Kellerhuis

Hoofdredacteur van *HP/De Tijd*

Kernwaarden

Transparant, Onafhankelijk, Spraakmakend, Betrouwbaar, Scherp en bij de tijd, Origineel, Prikkelend, Ambachtelijk, Goed geschreven, Humor.

Het merk

Het iconische merk *HP/De Tijd* is in september 1990 ontstaan uit het samengaan van opinieweekblad *Haagse Post* en het weekblad *De Tijd*.

In 2003 baarde *HP/De Tijd* opzien door het publiceren van een vierdelige reeks interviews met prinses Margarita en haar toenmalige echtgenoot Edwin de Roy van Zuydewijn. In 2006 publiceerde *HP/De Tijd* tevens het eerste interview met Alicia de Bielefeld, de oudste van de twee buitenechtelijke dochters van prins Bernhard.

In 2012 is *HP/De Tijd* een maandblad geworden. Vanaf februari 2014 staat *HP/De Tijd* onder het redactionele leiderschap van Tom Kellerhuis.

Hij werd in 2017 genomineerd als Hoofdredacteur van het Jaar.

Redactionele formule

HP/De Tijd volgt de actuele ontwikkelingen in de politiek, economie, cultuur, wetenschap, technologie, sport en media, en houdt een vinger aan de pols van de samenleving. Het merk verbindt zich niet aan welke politieke of maatschappelijke beweging dan ook, maar bericht altijd onafhankelijk, scherpzinnig en waar kan met humor. *HP/De Tijd* is hét opinieblad voor de hoogopgeleide, vrijdenkende Nederlander met smaak en gevoel voor humor.

HP/De Tijd is immer in beweging: heerlijk helder en een beetje brutaal.

HP/De Tijd werkt samen met auteurs van naam. Want we gaan niet voor minder. Nieuwsgierig naar deze indrukwekkende lijst?

Check www.hpdetijd.nl

Redactionele pijlers

De redactionele pijlers zijn: politiek, maatschappij, cultuur, en media.

De lezers

Zowel mannen (60%) als vrouwen (40%) lezen *HP/De Tijd*. Zij zijn 35 jaar of ouder en hoog welstandig. Kritische verdiepingszoekers (they don't take it for granted) met een eigentijdse instelling en een enorme informatie-behoefte. Er is een sterke affiniteit met nieuwe (maatschappelijke) ontwikkelingen, reizen, kunst & cultuur, literatuur, mode en woon- en interieur-trends en gezondheid.

Behalve cultuurliefhebbers en kritische wereldburgers zijn *HP/De Tijd*-lezers levensgenieters met een bovengemiddeld bestedingspatroon. Waarden als zelfontplooiing en beleving staan hierbij op de voorgrond. De lezers van *HP/De Tijd* maken intensief gebruik van zowel nieuwe als oude media. De lezer van *HP/De Tijd* en *hpdetijd.nl* is kortom een hoogopgeleide en mondaine bon vivant van 35 jaar of ouder met een brede maatschappelijke interesse en een grote culturele belangstelling. Hij/zij woont vaak in grootstedelijk gebied, is hoogopgeleid, heeft een bovengemiddeld inkomen en werkt meestal in een leidende posities. Hij/zij houdt ervan zijn of haar mening te scherpen en doet mee aan het maatschappelijk, wetenschappelijk, cultureel en politiek debat. Hij/zij wil up-to-date geïnformeerd worden over actuele en brede maatschappelijke kwesties over duurzaamheid en klimaat, binnen- en buitenlandse politiek, die het nieuws en de waan van de dag overstijgen. Hij/zij is een opinieleider, is daarnaast maatschappelijk betrokken, en volgt ontwikkelingen en trends op alle gebieden op de voet. Hij/zij wil weten welke boeken, films, voorstellingen en muziek hij of zij moet lezen, zien of luisteren. Hij/zij reist veel, dat zijn ook de momenten dat *HP/De Tijd* mee gaat.

Algemene informatie

WEBSITE	www.hpdetijd.nl
SOCIAL MEDIA	https://nl-nl.facebook.com/HPDe-Tijd-103652819717294/Facebook https://www.instagram.com/hpdetijd/?hl=nl https://twitter.com/hpdetijdnl
NIEUWSBRIEF	Verhaal van de Dag en Wekelijkse editie (6 x per week)
UITGEGEVEN DOOR	V.L.B. BV (onderdeel Audax) / www.audax.nl
BEZOEK- EN POSTADRES	V.L.B. BV, Spuistraat 35-37, 1012 SR, Amsterdam
SALES	Audax Publishing, Paul Passtoors, tel: +31 (0)88 133 8641, paul.passtoors@audax.nl
SALES SPECIALE PROJECTEN & CULTURELE SECTOR & NATIVE	V.L.B. BV, Johannes Wilhelm, tel: +31 (0)6 2442 2739, johannes.wilhelm@hpdetijd.nl
VERSCIJNINGSFREQUENTIE	10 x per jaar
VERKOOP ADVIESPRIJS	Reguliere editie 7,95, dubbelnummers 8,95
OPLAGE	Totaal verspreide oplage: 20.048 exemplaren, totaal betaalde oplage: 19.392 exemplaren (NOM Q4-18 t/m Q3-19)
BEREIK PRINT	129 000 mannen en vrouwen (NOM – 2019 IIV)
WEBSITE	400.000 unieke bezoekers en 600.000 unieke pageviews per maand (maart 2020)
NIEUWSBRIEF	Wekelijks 5.000 abonnees die 6 keer per week een nieuwsbrief ontvangen
SOCIAL	Facebook 22.000 volgers, Instagram 1.800 volgers, Twitter 42.750 volgers
RESERVERINGSTERMIJN	5 weken voor verschijnen
ANNULERINGSTERMIJN	6 weken voor verschijnen (contract blijft gehandhaafd), schriftelijk bij accountmanager
OPTIEVERVAL DATUM	6 weken voor verschijnen
ALGEMENE VOORWAARDEN	Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelen voor het Advertentiewezen, gedeponeed ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamer van Koophandel.

Tarieven en formaten print

(Losse prijs per plaatsing in euro's, excl. btw & productiekosten)

FORMAAT	HP/DE TIJD	SPECIALS
1/1	3.200	2.250
1/2	1.850	1.300
1/3	1.300	900
1/4	1.050	725
2/1	6.400	4.500

TOESLAGEN	
Openingsspread	25%
Cover 4	25%
Closing spread	15%
Advertorial	10% (Bij deze vorm wordt aangegeven dat het om een advertorial gaat. Plaatsing advertorials altijd na goedkeuring redactie.)

FORMATEN

BLADSPIEGEL AFLOPEND (BXH)

2/1 pagina	2 x 1/1 pagina (spread)
1/1 pagina	215 x 285 mm
1/2 pagina staand	107 x 285 mm
1/2 pagina liggend	215 x 142 mm
1/3 pagina staand	71 x 285 mm
1/4 pagina	107 x 142 mm

ZETSPIEGEL (BXH)

1/1 pagina	Bij aflopende advertenties teksten op zetspiegel of minimaal 5 mm uit de afsnede alswel 3 mm overvul rondom.
------------	--

AANLEVEREN

Zie www.hpdetijd.nl

Tarieven en formaten digitaal

POSITIES	FORMAAT	TARIEF CPM/FIXED
Leaderboard	728 x 90 px	15 CPM
Large rectangle	336 x 280 px	35 CPM
Half page	300 x 600 px	40 CPM
Billboard	970 x 250 px	50 CPM
Takeover		80 CPM
Advertorial		1.250 FIXED/WK
Teaser		750 FIXED/WK
Sponsored content		1.750 FIXED/MND
Nieuwsbrief rectangle	300 x 250 px	200 FIXED/WK
Nieuwsbrief advertorial	300 x 250 px	250 FIXED/WK

AANLEVEREN Zie www.hpdetijd.nl

Verschijningsdata 2020

VERSCHIJNINGSDATA HP/DE TIJD

EDITIE	AANLEVEREN ADVERTENTIE	VERSCHIJNINGSDATUM
5	3 april 2020	21 april 2020
6	8 mei 2020	26 mei 2020
7/8	12 juni 2020	30 juni 2020
9	7 augustus 2020	25 augustus 2020
10	11 september 2020	29 september 2020
11	16 oktober 2020	3 november 2020
12/01	13 november 2020	1 december 2020