



VROUW
2026





VROUW, voor, door en over **jou**

VROUW is een mediamerk dat zich richt op alle vrouwen van Nederland. Of je nu 18, 38 of 88 jaar bent, in VROUW herken je jezelf terug. VROUW is onlosmakelijk verbonden met De Telegraaf, maar staat ook op eigen benen. VROUW onderscheidt zich door mooie, persoonlijke verhalen, kent weinig taboes en schuwt niet 'het randje' op te zoeken. Daarnaast vind je in VROUW altijd het allerlaatste vrouwennieuws terug. Naast de social media en het digitale platform VROUW.nl zijn er printtitels VROUW Magazine (iedere zaterdag bij de krant) en VROUW Glossy. Daarnaast brengt VROUW ook de specials VROUW Glossy Opgebiecht en VROUW Glossy Kookt Over uit. Ook is VROUW iedere maandag en woensdag terug te vinden met een eigen spread in De Telegraaf.



Wie is de
DOELGROEP
van VROUW?

VROUW wordt gemaakt voor vrouwen uit alle lagen van de bevolking en van alle leeftijden, die middenin het leven staan. **DE VROUW-LEZERES IS NUCHTER, PRAKTISCH, EMPATHISCH, BREED GEÏNTERESSEERD EN TRENDVOLGEND.** Ze is op zoek naar herkenning en erkenning en verdiept zich graag in alles wat vrouwen bezighoudt. Ze houdt erg van lezen en wil geïnspireerd en vermaakt worden.

Wat zijn de
PIJLERS
van VROUW?

HUMAN INTEREST VERHALEN over gewone mensen die iets ingrijpends hebben meegemaakt. **INTERVIEWS** waarin we de mens achter de BN'er leren kennen. **REPORTAGES** meelopen achter de schermen, kijkjes in de keuken, portretten van bijzondere mensen met bijzondere hobby's, e.d. **PSYCHE** verhalen over herkenbare issues en dilemma's waarmee veel vrouwen worstelen, persoonlijk, informatief en humoristisch. **BEAUTY/GEZONDHEID** de trends in betaalbare varianten en met praktische tips. **MODE / SHOPPING** trendvolgend, betaalbaar en voor alle leeftijden en maten. **CULINAIR** favoriete adresjes, producten, keukenspullen en recepten van onze culinair redacteur. **COLUMNS** vaste gezichten in verschillende levensfasen met sterke opinies en persoonlijke inzichten.

Team

De VROUW-redactie is bruisend, divers en deskundig. Vrouwen in verschillende levensfasen die als geen ander weten wat de Nederlandse vrouw bezighoudt en die samen een ijzersterk team vormen.



HOOFDREDACTEUR

Marieke 't Hart

Mediavrouw in hart en nieren en bevlogen visitekaartje van VROUW.
m.t.hart@telegraaf.nl



COÖRDINATOR GLOSSY & CULINAIR

Sabine Leenhouts

Aanspreekpunt m.b.t. de VROUW glossy en thematische VROUW-specials en expert op het gebied van culinaire zaken.
s.leenhouts@telegraaf.nl



MODE/BEAUTY REDACTEUR

Kim Querfurt

Expert op gebied van mode- en beautytrends en altijd in voor leuke samenwerkingen.
k.querfurth@telegraaf.nl



COÖRDINATOR VROUW.NL

Anouk de Groot

24/7 online en aanspreekpunt voor alle zaken over vrouwen en hun (virtuele) leven.
a.de.groot@telegraaf.nl

Portfolio

TOTAAL
MERKBEREIK
2,2 mln



Magazine

Verschijnt Wekelijks

Pijlers:

- Mode
- Beauty
- Culinaire
- Psyche/gezondheid
- Human Interest
- Relatie



Glossy

Verschijnt 6x per jaar

Pijlers:

- Mode
- Beauty
- Reizen
- Culinaire
- Psyche/gezondheid
- Wonen
- Human Interest
- Relatie



Glossy Special

Verschijnt 2x per jaar

Gekoppeld aan een thema

Pijlers:

- Mode
- Beauty
- Reizen
- Culinaire
- Psyche/gezondheid
- Wonen
- Human Interest
- Relatie



Online

Website (24/7)

telegraaf.nl/vrouw

VROUW Facebook

VROUW Instagram

VROUW Tiktok

VROUW Twitter



Krantenpagina

Iedere maandag en woensdag

1 pagina in De Telegraaf.

M

Bestaat sinds 2008 en is van een weekendbijlage van De Telegraaf uitgegroeid tot een alom hoog gewaardeerd tijdschrift, waar wekelijks naar wordt uitgekeken, door zowel de vrouwelijke als de mannelijke abonnees! En de beste verleiding voor losse weekendkrantkopers. Het bereik en de waardering van VROUW-magazine stijgt nog steeds.

GEMIDDELD BEREIK

540.000

magazine



PROFIEL VAN DE LEZER

VROUWEN

63,4%

MANNEN

36,6%

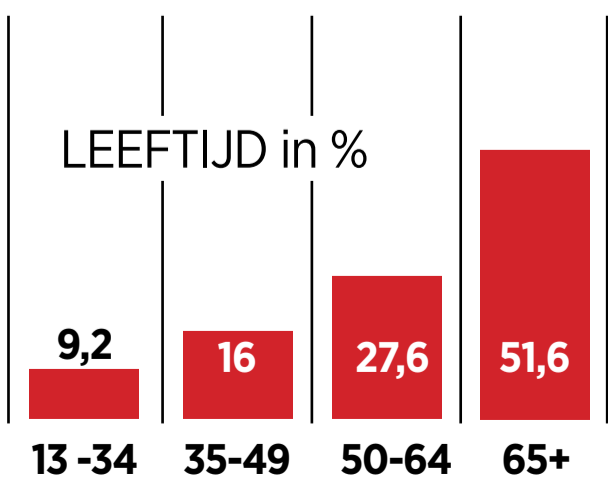
LEESINTENSITEIT

80%

leest ongeveer de helft of meer van een nummer



LEEFTIJD in %



G

Luxe, uitgebreidere (124 pag.) en zelfstandige jongere zusje van VROUW magazine, waarin behalve de diepgaande human interest verhalen en andere VROUW-pijlers ook wonen en reizen een plek heeft. Sinds de lancering van VROUW glossy in 2011 is het blad uitgegroeid tot een toptitel met een bereik van zo'n 171.000 lezers.

**GEMIDDELD
BEREIK**
199.000



glossy



PROFIEL VAN DE LEZER

VROUWEN

72,3%

MANNEN

27,7%



LEEFTIJD 30-55 JAAR **35%**



MODAAL-HOGER INKOMEN **57%**



LEESINTENSITEIT

79%

leest ongeveer de helft of meer van een nummer



G R

Het tijdschrift heeft de uitstraling een VROUW glossy, met dezelfde omvang, hetzelfde luxe papier, maar staat inhoudelijk geheel in het teken van een speciaal thema. In 2025 hebben we een Zomerspecial

l o s s y s p e c i a l



Het online platform VROUW.nl heeft een feilloos gevoel voor wat de Nederlandse vrouw boeit en heeft maandelijks geregeld 1,4 miljoen unieke bezoekers. Mede door de kwalitatieve, hoogwaardige eigen content, aangevuld met eigen videoproducties.

online

**ONLINE
BEREIK**
1,53 mln



FACEBOOK
173.000
volgers

Telegraaf.nl/vrouw

met 24/7 inspiratie, ontspanning, entertainment, advies, ruimte voor reflectie en interactie met andere vrouwen.

VROUW.NL
16 mln
pageviews
per maand

INSTAGRAM
56.400
volgers



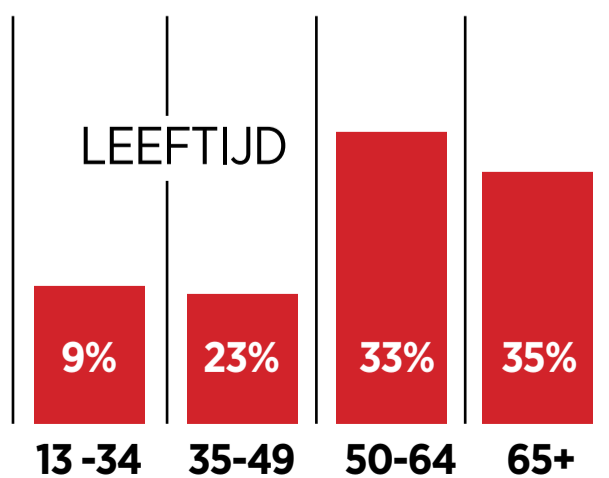
TIKTOK
5342
volgers
98.200
likes



NIEUWSBRIEF
32.400
wekelijks

NIEUWSBRIEF
12.000
dagelijks

PROFIEL VAN DE LEZER



Dagelijkse
aankoper
Index

115

Midden- en
hogeropgeleid

85%

Samenwerkingen

In de afgelopen jaren hebben we al heel wat succesvolle samenwerkingen gehad met onder andere modehuizen, supermarkten en beautymerken. Altijd in de toon van VROUW en passend bij de doelgroep, zodat onze lezers ook bij commerciële content optimaal wordt bediend en bereikt. Een paar voorbeelden...

STYLING EVENT

Tweefld u welke kleiding, kleuren of prints bij u passen? Geef u op voor het C&A Styling Event, want daar staan maar liefst 14 stylisten voor u klaar.

Kom naar het STYLING EVENT

Vanaf 10 uur 's ochtenden
Maandag 28 september 2016
Vanaf 10 uur 's ochtenden
Maandag 28 september 2016

C&A

SPEELS GELAAGD

Langere zijn maar handig lijnen de herfst en het staat goed. Het metamorfosen laat zien hoe leuk dat staat. Ook met een maatje mee.

De herfst
Herfst is de ideale tijd om te experimenteren met kleur en patroon. Dit seizoen is het moment om te spelen met kleur en patroon. Het is de perfecte tijd om te experimenteren met kleur en patroon. Het is de perfecte tijd om te experimenteren met kleur en patroon.

VROUW

Gepubliceerd door VROUW 17 - 20 september 2016 - G

VROUW mag de laatste twee kaarten weggeven voor het C&A Styling Event op 28 september a.s.

Wie mag er met je mee? Dinsdag maken we hier de winnaars bekend!

Video of a styling event showing people interacting with stylists.

Het doel van C&A is om aan iedere Nederlandse vrouw te laten zien dat je er met een maatje meer geweldig uit kan zien in de winter XL collectie van C&A. **De XL collectie is landelijk uitverkocht mede door de campagne in samenwerking met VROUW.** Door middel van fotoshoots van de metamorfoses en de video kwamen vrouwen in aanraking met de collectie en de fantastische looks van de winter XL collectie. Het doel van C&A is volledig behaald.

De campagne was een mega succes en het organiseren van een styling event was spot on! De samenwerking met VROUW staat dit jaar ook in het teken van de mannencollectie.

Sonja van Dijk
Leader Marketing Communication & VM

Ik kan over onze samenwerking zeggen dat deze prettig is en dat Vrouw en Miss Etam vriendinnen zijn. Daarnaast denkt Vrouw heel erg mee in de wensen vanuit onze visie en missie. **De resultaten van vorig jaar waren zeer goed en zijn we nu druk bezig met een nieuwe campagne die zal starten begin november tot eind december.** Nogmaals de aanpak die de accountmanager samen met de redactie VROUW oppakt werkt voortuitstrevend.

Ricardo Ho Sam Sooi
Interim Brand Manager Miss Etam

Miss Etam

Heb jij maat 38 of 46? Dan maak je kans op een metamorfose!

OP JE MOOIST

Check maar even je foto's uit de kast of bij je bureau. Miss Etam heeft nog een paar leuke trucs voor je. Miss Etam heeft nog een paar leuke trucs voor je.

HOERA herfst!

Lijke ontdekkingsreis

5 KILOSLANKER IN 6 WEKEN

DANSEND door het leven

Ontsierp de VROUW na jaarsjerk!

Lijke ontdekkingsreis WINNENDE JURKJE

LEVEN IN LEVEN

DANSEND door het leven

Afal Challenge

Eten was mijn reilge haven

LEVEN IN LEVEN

De knopom

MS mode

Schitterend!

L'Oréal Lifestyle boeken

Prettige samenwerking!

Het team van VROUW, bestaande uit redactie en sales denken altijd met mij mee hoe we onze doelstellingen het beste kunnen realiseren. **Gezamenlijk weten we/ze mooie content voor MS Mode te creëren, waarbij onze producten goed tot uiting komen, maar wel met een editoriale sausje waardoor het niet te commercieel wordt en we de lezer kunnen verrassen.** De vouchers die wij bijsluiten bij Vrouw Magazine leveren altijd goede conversie voor ons op. En wanneer mogelijk kunnen wij elkaar vinden in mooie last-minute deals. Een win-win situatie. To be continued.

herfst

TERUGKEER VAN DE VETTE HAP

L'Oréal Lifestyle boeken

L'Oréal Lifestyle boeken

L'Oréal Lifestyle boeken

OP JACHT NAAR DE JURKI!

TLC

TLC is er voor iedere vrouw die openstaat voor een kijkje in een andere wereld. Positief en vol emotie. **Vrouw denkt mee om onze content op een mooie eerlijke manier onder de aandacht te brengen bij hun lezeressen.** In het magazine, online en via andere kanalen. Een hele prettige samenwerking!

Vanessa Vermeulen
Marketing Manager Benelux
Discovery Communications

Lidl

STAMP 'NS ANDERS

Special Moederdag

L'Oréal Lifestyle boeken

Jaarplanning

Magazine



NR	VERSCHEIJNT	THEMA
02	3 jan	Lekker in je vel
03	10 jan	Sober
04	17 jan	Alleen
05	24 jan	Sneeuw
06	31 jan	Fake
07	7 feb	Olympische Spelen
08	14 feb	Valentijn
09	21 feb	Gezondheid
10	28 feb	Spanje
11	7 march	Boekenweek/Generaties
12	14 march	Kinderloos
13	21 march	Lente
14	28 march	Gasthoofdredacteur
15	4 apr	Pasen
16	11 apr	Op de Boerderij
17	18 apr	Fietsen
18	25 apr	Koningsdag
19	2 may	Power
20	9 may	Moederdag

Jaarplanning

Glossy



NR 1
VERSCIJNT: 15 januari
THEMA: **Moderne Familie**

NR 2
VERSCIJNT: 12 maart
THEMA: **Crime**

NR 3
VERSCIJNT: 14 mei
THEMA: **Skinny B*tch**

ZOMERSPECIAL
VERSCIJNT: 18 juni

NR 4
VERSCIJNT: 16 juli
THEMA: **La Dolce Vita**

NR 5
VERSCIJNT: 17 september
THEMA: **Plan B**

NR 6
VERSCIJNT: 12 november
THEMA: **Leeftijdsloze Jubileumnummer**

Print Vrouw Magazine

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

FORMAAT

1/1 Cover 2/3

1/1 Achterpagina

1/1 pagina

Overige gegarandeerde pagina 20%

Content creatie op aanvraag

BRUTO TARIEF

€ 14.990,-

€ 15.783,-

€ 9.030,-

Print Glossy

FORMAAT

1/1 Achterpagina

1/1 Cover 2/3

1/1 Overige pagina's

Overige gegarandeerde positie 20%

Content creatie op aanvraag

BRUTO TARIEF

€ 9627,-

€ 9329,-

€ 6418,-

PREMIUMPOSITIES

Op aanvraag bij accountmanager.

PLUSPROPOSITIES

Insert Vrouw

Coverpas Vrouw

TARIEF

Per oplage

Per oplage

ONLINE

Instagram post

Instagram story

Instagram reel

Tiktok

Facebook post

BRUTO TARIEF

€ 880,-

€ 250,-

€ 315,-

€ 250,-

€ 3610,-



tarieven advertentie



Materiaal dient te worden aangeleverd in hoge resolutie als pdf bestand aan traffic@mediahuis.nl

Print Vrouw Magazine

BLADSPIEGEL

Formaat aflopend

1/1 pagina

breedte x hoogte

194 x 275 mm

Minimaal 5 mm afloop

Aanleveren materiaal voor **redactionele samenwerkingen**: 6 weken voor verschijningsdatum

Reserveren advertenties: 4 weken voor verschijningsdatum

Aanleveren advertenties: 3 weken voor verschijningsdatum

Print Glossy en Glossy Specials

BLADSPIEGEL

Formaat aflopend

1/1 pagina

breedte x hoogte

220 x 280 mm

Minimaal 5 mm afloop

Aanleveren materiaal voor **redactionele samenwerkingen**: 7 weken voor verschijningsdatum

Reserveren advertenties: 5 weken voor verschijningsdatum

Aanleveren advertenties: 4 weken voor verschijningsdatum



contact

Meer informatie over VROUW?

Neem dan contact op met uw accountmanager.

Voor specifieke vragen over de mogelijkheden
adviseren wij u contact op te nemen met

onze **salesafdeling**

088-8240234

samenwerken@mediahuis.nl