

The Optimist



Mediakit

The Optimist denkt in **oplossingen**; 'Solution Management' is wat we praktiseren. Wij verkennen en omarmen kansen en perspectieven voor een **betere wereld**. Wij bieden een podium aan de **onderstroom** van wat al leeft maar nog geen mainstream nieuws haalt.

In ons tijdschrift en op onze website presenteren wij de ideeën die de weg wijzen naar **baanbrekende vernieuwing** en de mensen die daarin vooropgaan. Altijd interessante weetjes, met diepgang. Artikelen die een **intellectuele uitdaging** bieden.

Wij verbinden ons publiek met de **kansdenkers en -doeners** in onze maatschappij. En we presenteren optimisme als een wijze van leven, omdat het uw geluk en uw gezondheid ondersteunt.

Leef langer, lach meer.

Het merk



magazine



optimistische boeken



webshop



community

The Optimist is niet zomaar een onafhankelijk opinietijdschrift. Het straalt al meer dan twintig jaar positieve energie uit en brengt mensen in beeld die met nieuwe ideeën en veranderingen komen, op weg naar een mooiere en betere wereld.

De gedachte dat er meer oplossingen dan problemen zijn, staat hierbij centraal. Juist in een wereld waarin de media zich vooral richten op wat niet goed gaat, bericht *The Optimist* over wat wél kan. Optimisme is een bewuste keuze en gaat verder dan staren naar een halfvol glas. Het gaat om de inspiratie: hoe vullen we het glas en hoe zorgen we ervoor dat het met plezier wordt genuttigd?

De lezer

'Iets meer dan **50%**
is **vrouw**.'

Optimist

'**Duurzaamheid,**
gezondheid en
kwaliteit.'

Optimist

'Ongeveer **80%**
is **HBO+** opgeleid.'

Optimist

The Optimist-lezers zijn mensen die aangenaam verrast en geïnspireerd willen worden, nieuwsgierig zijn naar nieuwe kansen en die streven naar vooruitgang. Ze durven na te denken, staan open voor verandering en zijn bereid te investeren in kennis en het luisteren naar andere meningen. Het zijn veelal theoretisch opgeleide, welvarende consumenten die bewust omgaan met producten, met de wereld, met elkaar. Zij kopen bewust biologische producten, zijn geïnteresseerd in gezondheid en welzijn, willen bijdragen aan een duurzame wereld en een schoon milieu.

Het magazine



onderstream



omslagthema



achtergrond



boekfragment



beeldverhaal



interview

Pijlers in iedere Optimist zijn: innovatie, duurzaamheid, verbinding en welzijn. Dat vertaalt zich naar rubrieken als Economie, Gezondheid, Natuur & Milieu, Samenleving en Zingeving.

Het tijdschrift is onderdeel van een communicatiestroom die zich richt op het brengen van een ode, een erbetoon, aan verheldering, vernieuwing en verandering. Wat kan er beter, is de centrale vraag en deze vraag vormt de kapstok van onze boodschap. The Optimist heeft een bereik van 40.000 lezers per editie.

Het blad is in 1995 voor het eerst verschenen en heette toen nog 'Ode'. In 2013 is het blad van naam veranderd: The Optimist. Sinds 2016 is het tijdschrift ondergebracht bij de vernieuwde redactie van uitgeverij The Optimist in Den Haag.

Lezersprofiel

Kenmerken

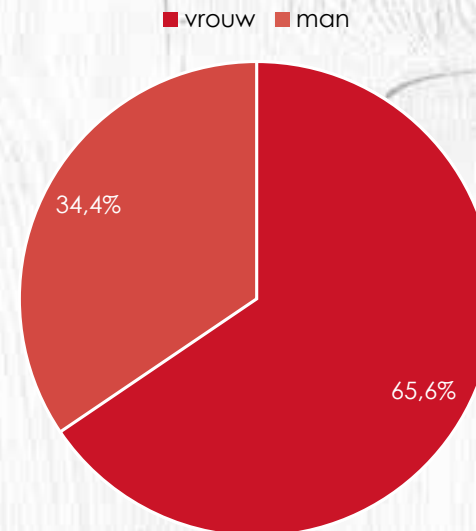
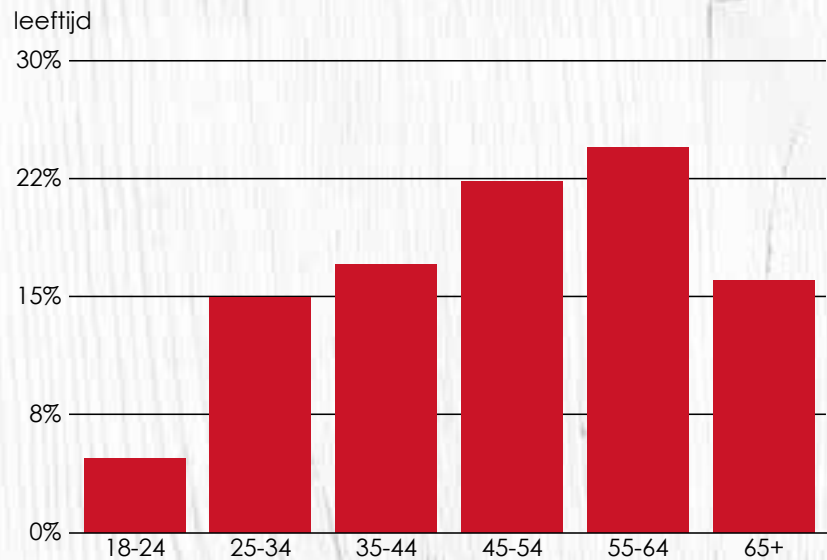


Uit socio-demografisch onderzoek onder lezers van *The Optimist* komt een opmerkelijk sterk profiel naar voren. Het onderzoek is in 2019 uitgevoerd onder zowel abonnees, 'losse' kopers als online-lezers. De indexweergave hiernaast geeft de hoofdresultaten van dat onderzoek weer. De verticale lijn laat de gemiddelde score van Nederland zien (index = 100).

Website



The Optimist streeft ernaar mensen in beweging te houden of te krijgen. Dit doen we door praktische handvatten te benoemen waar mensen mee aan de slag kunnen. Zodat ze na het lezen van het blad of het bekijken van de website ook iets gaan doen met de opgedane kennis. Kernbegrippen van onze inhoud zijn: verbonden, vreedzaam, krachtig, eerlijk, schoon en gezond.



Daily & social media

'Facebook
page likes: **11.000**
(+/- 300 groei per
maand).'

Optimist

'Daily:
17.500 abonnees
(openrate 25,3%,
7,1% clicks naar
theoptimist.nl).'

Optimist

'Social media
bereik: **90.000** per
maand.'

Optimist

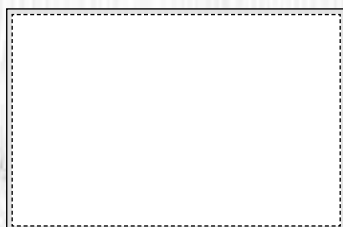
The Optimist heeft vele volgers. Die ontvangen meerdere keren per week gratis onze digitale nieuwsbrief, *The Optimist Daily*. Hierin belichten wij positieve nieuwsberichten, hoopgevende ontwikkelingen en opmerkelijke weetjes over gezondheid, milieu en maatschappij.

Onze Facebookpagina is voor veel bezoekers zowel een rustpunt als een bron van inspiratie in de dagelijkse digitale hectiek. Een plek waar interactie plaatsvindt met *The Optimist* community en waar kennis, gedachten en ervaringen worden gedeeld. En geliket!

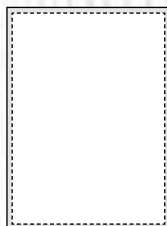
Advertentiemogelijkheden print

Formaten en afmetingen

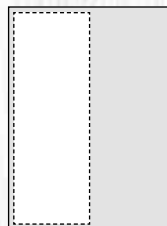
Formaat	in mm, b x h
¾ pagina spread	420 x 273
½ pagina	210 x 273
½ pagina staand	105 x 273
½ pagina liggend	210 x 136
¼ pagina staand	105 x 136



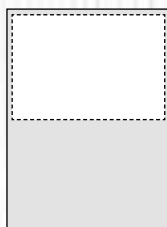
2/1 staand



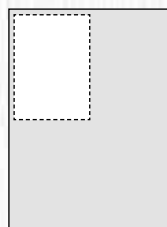
1/1 staand



1/2 staand



1/2 liggend



1/4 staand

Tarieven 2020

Formaat	Frequentie		
	1x	3x	6x
¾ pagina spread	€ 4.000	€ 3.680	€ 3.400
½ pagina	€ 2.500	€ 2.300	€ 2.125
½ pagina staand/liggend	€ 1.575	€ 1.449	€ 1.335
¼ pagina staand	€ 975	€ 899	€ 825

Cover

C2	€ 5.000
C3	€ 2.750
C4	€ 3.250

Inserts, wikkels, oplakkaart

Op aanvraag



Aanlever- en verschijningsdata 2020 (wijzigingen voorbehouden)

Editie	Thema*	Aanleveren	Verschijsing
191 (mrt/apr)	Aarde, grond en roots	30-01-2020	21-02-2020
192 (mei/jun)	Gezondheid en technologie	02-04-2020	24-04-2020
193 (jul/aug)	25 jaar <i>The Optimist</i>	28-05-2020	19-06-2020
194 (sep/okt)	Talent	30-07-2020	21-08-2020
195 (nov/dec)	Superfood	01-10-2020	23-10-2020
196 (jan/feb)	Trouw	19-11-2020	11-12-2020

* De thema's kunnen worden aangepast n.a.v. de actualiteit

Aanleverspecificaties print

Algemeen

MAGAZINE FORMAAT 210 x 273 mm (bxh)

DRUKPROCÉDÉ vellen offset

PAPIERSOORT BINNENWERK 90 grams 2day premium bulk

PAPIERSOORT OMSLAG 200 grams gesatineerd houtvrij M.C.

DRUK full color

UITVOERING garenloos gebrocheerd

Veiligheidsmarge

AFLOOP Zorg voor 3 mm afloop rondom (bleeds). Dit voorkomt witranden na het snijden en zorgt ervoor dat de achtergrond mooi doorloopt aan alle zijden.

MARGE Houd 5 mm van de snijrand vrij van teksten en belangrijke afbeeldingen.

Tekst

LETTERTYPES Zet teksten om naar contouren (outlines) of sluit de lettertypes in.

LETTERGROOTTE De minimale lettergrootte die we aanraden is 8 pt. De leesbaarheid is ook afhankelijk van het lettertype dat gebruikt wordt.

Kleur

FULL COLOR Zet Pantone- of RGB-kleuren om in Full Color (CMYK).

INKTDEKKING Zorg ervoor dat de totale inktdekking niet boven de 250% uitkomt.

ZWARTE VOLVLAKKEN Gebruik voor grote zwarte volvlakken de volgende opbouw: C50, M50, Y50, K100.

ZWARTE TEKST Maak kleine zwarte tekst op met de volgende opbouw: C0, M0, Y0, K100.

WIT Opmaak met witte contouren (stroke) of vulling (fill) mag nooit op overdruk (overprint) staan. Wit op overdrukt valt weg in het uiteindelijke drukwerk.

Beeld

RESOLUTIE Gebruik afbeeldingen met een minimale resolutie van 300 DPI.

LIJNEN Lijnen en strepen mogen niet dunner zijn dan 0,25 pt. Diapositieve lijnen moeten ten minste een dikte van 0,5 pt hebben.

Digitaal aanleveren

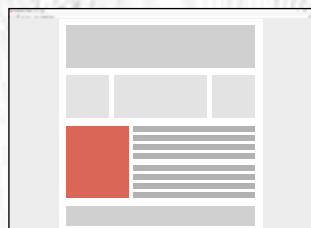
DRUKPROFIEL Maak het bestand op in Adobe InDesign of Adobe Photoshop en lever het aan als drukklare PDF, weggeschreven onder PDF profiel PDF/X-1a:2001. De bestanden dienen aangeleverd te worden als 1 laag.

AANLEVEREN E-mail de PDF naar advertenties@theoptimist.nl. Grote bestanden graag verzenden via WeTransfer.

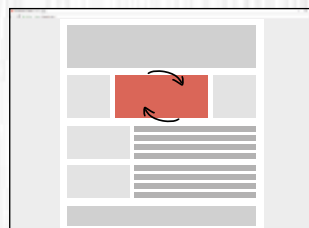
Advertentiemogelijkheden online

Tarieven banners

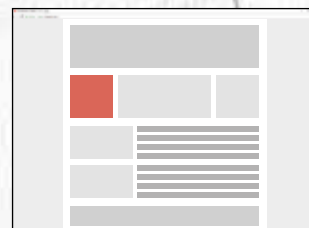
Locatie	Formaat	20.000	40.000	Prijs per 1000 views (tot 40K)	Prijs per 1000 views (v.a. 40K)
Homepage slider	1950 x 1050	€ 1.000,00	€ 1.800,00	€ 50,00	€ 45,00
Leader board (boven vouw)	728 x 90	€ 400,00	€ 700,00	€ 20,00	€ 17,50
Rectangle (boven vouw)	300 x 250	€ 360,00	€ 620,00	€ 18,00	€ 15,50
Sidebar Rectangle (category en article page)	300 x 450	€ 500,00	€ 900,00	€ 25,00	€ 22,50
Promotie Pop up	800 x 600 – 600 x 400	€ 1.000,00	€ 1.600,00	€ 50,00	€ 40,00
Floating ad (bottom right)	300 x 250	€ 700,00	€ 1.200,00	€ 35,00	€ 30,00
Corner peel (rechtsboven)	300 x 250	€ 700,00	€ 1.200,00	€ 35,00	€ 30,00



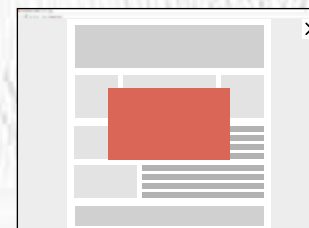
Ads in Sidebar



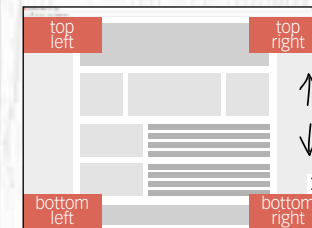
Ads as Slider



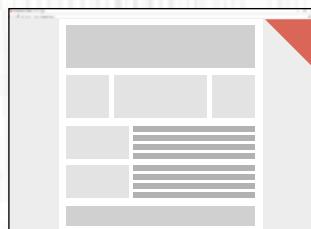
Single Ad



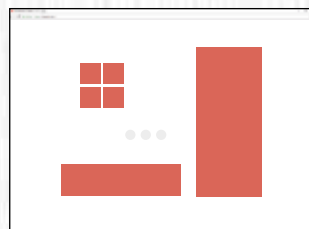
Ads in Pop-up



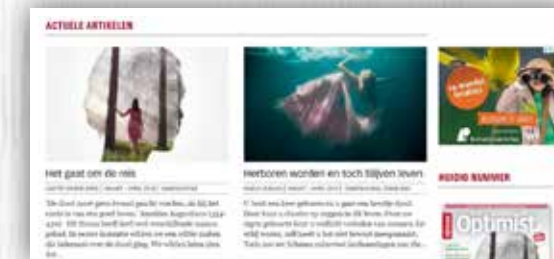
Floating Ads



Corner Peel



Standard



Gesponsorde artikelen

The Optimist magazine (print), incl. doorplaatting op website

Per spread (à 1.000 woorden) € 1.950,00

Daily digitale nieuwsbrief, incl. doorplaatting op website

Advertorial in Daily kort (200-350 woorden) € 375,00

Advertorial in Daily lang (350-700 woorden) € 625,00

Partnerlink in Daily € 250,00

The Optimist website only (online column/artikel)

Kort artikel (tot 350 woorden) € 200,00

Lang artikel (meer dan 350 woorden) € 350,00



Kuyichi: denim met positieve impact

De modewereld is volop in ontwikkeling. Nu bekend is dat de kledingindustrie één van de vervuillende op parels is, hangt er een mentaliteitsverandering in de lucht. De urgentie om de planeet te beschermen groeit. Dat zorgt ervoor dat duurzaamheid een hot topic is geworden, en gelukkiglijkt ook een verkoopbaar begrip. Wat houdt het eigenlijk in? En wat is er nodig om het modecosysteem écht te verduurzamen?

'Mentaliteitsverandering bij de consument is nodig.'

Een nieuw product wordt pas geaccepteerd als het perfect is. In het begin is de collectie zwaar er vraag naar is. Naak bereiding. De productie is licht op tijdloze evenwicht met een perfecte passvorm. Liefde voor de natuur, die door de hoog kwaliteit jessende wekde gedragen. Liefde voor, soem Kuyichi dat. Schuitema: 'Het grootste compliment dat ik nu kant greef' Door na jaren hi om terug te komen en nu verlaten forest op nieuw te kopen.

De volgende stap van recycling de naam maken. Nog steeds weeld minder dan het procent van alle ingesamde kleding recycle. De nieuwe missie zorg voor nieuwe uitdagingen, want veel ingesamde denim zijn nog moeilijk te recycle. door hun materiaalcompositie. Maar die uitdaging niet Kuyichi wel zitten; in is het met recycle ook beginnen. Schuitema: 'Zoude je beter weet, moet je beter doen. En in a bid om een positieve verandering mogelijk.' •



Aanbieding
Kerstmaken met Kuyichi Wij mogen onze leers 135 korting geven. Nu die code kuyichikortgebruik in uw winkelwagen t/m 28 februari 2020. Vrijlen proces korting op uw gephote aankoopbedrag in de Kuyichi webshop.

De nieuw generatie denim tijd is geen meer eenzijdig. Dit is het moment dat de wereld verandert. De wijnen worden consumenten als biologische worden geproduceerd, het moet wilde aan met koutische opzet door hetgeen dat Omgegeve. Het heeft zijf akurid daarom de BioFair Foundation. Deze vestiging zal zich in een omgeving en biodiversiteit met onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

De nieuw generatie denim tijd is geen meer eenzijdig. Dit is het moment dat de wereld verandert. De wijnen worden consumenten als biologische worden geproduceerd, het moet wilde aan met koutische opzet door hetgeen dat Omgegeve. Het heeft zijf akurid daarom de BioFair Foundation. Deze vestiging zal zich in een omgeving en biodiversiteit met onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

Dutch Circular Leadership Conference

Begleid door veertig Amsterdamse schoolkinderen hielde Stedelijk Hof-ken, instellingsform van de Dutch Circular Leadership Conference, op 21 november 2019 de gong op Faneerst Amsterdam. Hiermee hadden zij sereen een nieuwe, circulaire beweging.

De gonging vond plaats in aansluiting naar de grootste biosfeerontwikkeling op het gebied van circulaire leiderschap die een week later in Amsterdam plaatsvindt. Tijdens deze unieke conferentie op 28 november 2019 kansen herontdekt Nederlandse bestaanden, toekomstige bestaanden en vrienden omde wie de hoofdrolspelers van de Circulair bij elkaar om de principes van circulaire bestaanden en circulaire leiderschap voren te geven. Samen stelden zij het *Dutch Circular Leadership* gonging op het gebied van circulaire leiderschap, in de vorm van een 'position paper'.

Dit document bevat de circulaire leiderschapsagenda van Nederland en in te december aangeboden aan het kabinet. Het staat als belangrijke tijdsmissie en internationale bijeenkomsten over leiderschap. Felix Sibemans, CEO DSM, minister van Financiën Wopke Hoekstra, voorzitter van de SER, Mariëtte Hamer en oud-premier Jan Peter Balkenende hebben ieder hun steentje bijgedragen aan het succes van de leiderschapsbeweging.

Nieuwe beweging

Dutch Circular Leadership is een beweging die staat voor: 'The end of linear growth. The start of Circular Leadership'. De verduurzamende gongslag maakt een nieuw tijdperk. 'Het klimaatdoelkloof, waardoor het kabinet roept om zijn handtekening zette, betekent een fundamenteel

'We gaan van een lineaire naar een circulaire economie.'

verandering van de Nederlandse economie dat in december 2019. Dit klimaatverandering, maar dat is de keuze die we's verder. De noodzaak van de transitie, van een lineaire naar een circulaire economie, is zo irrefuteerbaar. De grote vraag is nu komen we daar? Daar is leiderschap nodig. Leiderschap van de toekomst, aldus Hofken. Zij sprekt samen met kennis- en ontwikkelingsplatform *NieuwBestuur* dat het initiatief nam voor de conferentie.

Circular Leadership & Future Leadership

Bij om circulaire leiderschap gaat het niet alleen om plastic koope vervangen door metaal, of als bedrijf minder vergaarden maken. Het gaat om het transformeren van de core business en het herijken van de kernwaarden. Het gaat om hoe bestaanden kunnen zien in circulaire kansen, deze kansen weten te vertalen in het fundamenteel leren zijn van een succesmodel. Het is daarbij

Yoga als poezenlichtvoetige levensfilosofie

Voor wie het nog niet in de gaten had: we zijn druk. Druk met doen, denken, werken, omgaan. (Klein)kinderen, praten, luisteren en onze middele sidelen. Hoe vindt u dat, maar het lezen van *The Optimist*, dat raamtuimert naar uw lichaam en geest maar raakt? De vraag wordt door Marcel Willeman en Irene Ypsberg beantwoord in hun boek *Yoga filosofie*, dat deze herfkt uitkomt. Willeman is niet alleen hoofdredacteur van het tijdschrift *Yoga International*, maar trevns yogadocent. Laat het los, klank her devies, iedereen heeft nu en nu dat te maken met een onrommelige kerkken, een kapotte woeder, een druk kind of een partner die soms prima achter het behang past. Om nog maar te zwijgen van de woedige wereld in omde.

Yoga en meditatie zijn bij uitstek uitlaatkleppen om alle traanvallen van u te laten glijsen. Willeman en Ypsberg laten in *Yoga filosofie* zien dat u daarvoor helemaal geen professionele yogi hoeft te zijn, maar dat iedereen het kan, als we het maar liefdelijk en geïnteresseerd benaderen. Willeman: 'Anderhaken en te het laatste woeder van je lijf en de beweging, een paar keer per dag, dat is al gong.' Dus om tot rust te komen, is het belangrijk om even niet na te denken om uw lichaam met aandacht te woeder, en hierover hoed u niet per se maar te youtaken. Just in uw eigen vinnende omgeving kunt u de tijd in rust en minne nemen om met yogadocent te ontspannen.

Althanserd door het boek zien we dat van YogaCan't veel kansen krede: dat weet namelijk als gong ander hoe we ons kunnen woeder en rust kunnen vinden in het lijf. Wee nagen leers van. **IRIAN DE BELLO**

Willeman Willeman en Irene Ypsberg Uitgeverij Bolton ISBN 9789436308565 128 pagina's 12,90 €

Gulle geschenken

GoodPlanet time
Een klein maar krachtig cadeau. Als u ons een van de vijf producten koopt, wordt er een bijdrage gedaan aan de GoodPlanet Foundation. Deze organisatie zet zich in om onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

Niet-toxisch
Een klein maar krachtig cadeau. Als u ons een van de vijf producten koopt, wordt er een bijdrage gedaan aan de GoodPlanet Foundation. Deze organisatie zet zich in om onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

Wijnnatuur
Een klein maar krachtig cadeau. Als u ons een van de vijf producten koopt, wordt er een bijdrage gedaan aan de GoodPlanet Foundation. Deze organisatie zet zich in om onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

MOOI VERHAAL
Iemand verhalen met om mooi cadeau is niet kinder al het product een goed verhaal heeft. Dit goede verhaal worden wij bij hoge Hoogstogter. In 2013 veranderde haar leers toen zij een nieuw makke naar Nepal. De bevrediging had haar hart. Ze kloofde haar baan op te zeggen om zich volledig te zetten om *Nepalcan* te maken. Deze vrouwen te helpen. Hoogstogter zorgt ervoor dat deze vrouwen een eerlijke manier gek kunnen verdienen, met een recht in tijd met Verhaal. Zoals de naam doet vermoeden, maken de vrouwen onder andere maats, Zo'n tijd kan niet alleen worden, maar steun ook de makkers ervan. Althans is *Nepal* voor Hoogstogter een tweede thuis en worden met de omet diverse projecten ondersteund. www.goodplanet.nl

NATUURCHEMIE

Mit Abel heeft te gong van 100 procent natuurlijke ingrediënten in handen. Het parfum is uitgevonden in Amsterdam door *Nieuw-Zeeland* Francis Shoemack na een miniatuur zoektocht naar het ideale, duurzame parfum. Aangezien ze n/a parfum met een vies, heeft ze als voorwaarde uitgevonden met een voorkeure voor gong, zelf een parfum ontwikkeld met haar *Nieuw-Zeeland* collega Isaac Sinclair. Werken aan Abel zelf meer-terfarmeur Sinclair als een van onze opvallende gongers te maken met de beste, natuurlijke ingrediënten er wereld. Abel lanceerde in 2013 het eerste parfum. Inmiddels heeft het merk wereldwijd een selectie unies gongen. Bij hetbijdrage van de gongen de natuurlijke ingrediënten werken met de natuurlijke lichaamschemie, volgens het merk. Of we de bestaanden passen rich, aan de huid, waardoor een ogde gongen gevoel ontstaat. De gong kan in de omvinkende markt met de dag versterkt, tegen deze persoonlijke is. www.abelparfum.com

Schoon slapen

Een klein maar krachtig cadeau. Als u ons een van de vijf producten koopt, wordt er een bijdrage gedaan aan de GoodPlanet Foundation. Deze organisatie zet zich in om onze oecanen te bewegen voor een beter toekomst.

Contact

Uitgeverij The Optimist B.V.

Mercuriusweg 92
2516 AW Den Haag

BTW: NL853443439B01

KvK: 59366303

IBAN: NL35INGB0006927906

T. 010 – 7988010

E. info@theoptimist.nl

W. theoptimist.nl

facebook.com/theoptimistnl

twitter.com/theoptimistnl

instagram.com/theoptimist_nl