



Advertisement specifications branded content article EW Magazine

A branded content article is a (commercial) textual advertisement that can be similar to an editorial page, therefore there are some guidelines for the format of the article.

For a branded content article, the editors of EW use the designation "ADVERTENTIE" at the top of the page. This is due to the fact that the editors want to maintain a strict dividing line between editorial content and commercial content.

Guidelines branded content article

- Top of page: 'ADVERTENTIE'
- Font: must be different from EW Font
- Design/Color use: may not refer to house style/layout EW
- Use of headings, subheads, text intros, streamers, pull quotes, captions and frames must be in a different design than EW
- No mention of article writer's name
- The article must contain a clear logo
- No reference to/mention of 'Elsevier' or 'EW' in text or campaign codes
- No page number mention
- The branded content article must be submitted in advance to the editor for approval

Technical specifications

Typesetting:	180 x 241 mm
Trim size (excl. overfill):	202 x 267 mm
Cut-off:	+5 mm bleed on all sides
Printing process:	offset
Paper cover:	80 grs LHH gesat. MC
Paper inside:	57 grs MFC
Finish:	stapled paperbound

Production

For an additional cost, we can also format and write the branded content article to perfectly fit EW's target audience. We would then be happy to receive the items to be supplied below:

1/1 page

Number of words in total:	approx 300
of which Title	approx 10
of which Intro	approx 35
of which pull-quote	approx 10
Number of visuals:	1 or 2

2/1 page

Number of words (total):	appr. 500-550
of which Title	appr. 10
of which Intro	appr. 50-60
of which pull-quote	appr. 10-20
Number of visuals:	2 or 4

Resolution of images: minimal 300dpi

If possible, we would like to receive multiple images so that images can be selected here.

Submission

You can submit your advertising material to our Traffic department before deadline. Please include in the subject line the name of the client, the campaign and the title.

E: traffic@roularta.nl

Examples

See next pages.

Examples

ADVERTENTIE

Phoenix Fund weer op nummer één

Het Hof Hoorneman Phoenix Fund voert opnieuw de ranglijst aan in de Top-100 beleggingsfondsen uit Elsevier Weekblad. Het fonds is succesvol omdat fondsbeheerder Najib Nakad echt werk maakt van een marktsegment dat de meeste beleggers leek verkiend.

Het Hof Hoorneman Phoenix Fund maakt de laatste vijf jaar veel indruk met een gemiddeld rendement van 16 procent en vooral ook met een tamelijk stabiel koersverloop zonder grote fluctuaties. Achter de indrukwekkende prestaties gaat een onderscheidende strategie schuil. Een groot verschil met veel andere fondsen is dat beheerder Najib Nakad – tevens statutair directeur bij Hof Hoorneman Bankiers – niet in aandelen of solide obligaties belegt, maar in leningen van bedrijven die in praktische verkeer of zelfs al failliet zijn. 'Veel andere beleggers moeten of willen hun portefeuille in dit soort obligaties verkopen', vertelt Nakad. 'Hierdoor krijgen wij de mogelijkheid om leningen tegen enorme kortingen te kopen. In het verleden hebben we bijvoorbeeld obligaties gekocht van een failliete bank voor ongeveer een dubbeltje per euro. Bij de afbetaling van het faillissement bleek dat er voldoende overblijft om de lening vrijwel volledig af te lossen. Bovendien weet ik de kansrijke ook nog eens uitgewerkt, zodat het rendement op deze investering oploep tot bijna 1.000 procent.'

RISICO BEPERKEN EN INBREUKEN DOEN
De leningen smelt het Hof Hoorneman Phoenix Fund belegt, waarmee zich door een neerwaarts risico dat veel kleiner is dan het potentiële rendement. 'Een faillissement is de curator of heel conservatief bij het beschaffen van het bedrag dat de gezamenlijke schuldeisers toegewezen krijgen', legt Nakad uit. 'In eerste instantie worden alle claims meegenemd, maar in de praktijk valt altijd een deel daarvan weg. Een gevolg is dat de koek onder minder partijen verdeeld hoeft te worden. Dit werkt in ons voordeel. In andere gevallen beleggen we in obligaties die zijn uitgegeven door technische noodlijdende bedrijven. Een voorbeeld is een discussie over de lening van uitgeverij De Persgroep. Het Hof Hoorneman Bankiers start gesprekken over een verkoop gebied vrijvallend een koninkrijksmaatschappij, maar op toegenomen wijze de beleggingsinstelling uit de discussie wordt gedrukt en waarin informatie staat over de geprojecteerde rendementen. U kunt dit boekje aanvragen via de site: www.hofhoorneman.nl.

HH HOF-HOORNEMAN FOND MANAGEMENT

Deze wijziging is een uitgave van Hof Hoorneman Bankiers N.V. Hof Hoorneman Bankiers is statutair gevestigd te Gouda, handelsonderneming 20133838 en is niet onder toezicht van de Nederlandse Bank (DNB) en de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Beleggen brengt risico's met zich mee. U kunt uw belegging verliezen. De waarde van uw belegging kan fluctueren. Het verlies van de investering kan de waarde van uw belegging verlagen.

ADVERTENTIE

Waarom beleggen in themafondsen?

Bij thematisch beleggen wordt geprobeerd de aandelenmarkt die in de toekomst succesvol zullen zijn, te identificeren. Daarbij ligt de focus op de structurele krachten die onze wereld beïnvloeden: megatrends.

Een thematische strategie voeren kan uw beleggingsprofiel en risico's beïnvloeden. Volgens adviesbureau Morningstar is het mogelijk om te beleggen met een rendement boven het marktgemiddelde behalen, wanneer zich concentreert op kansen in delen van de economie waarin verwacht wordt veel groei te worden gerealiseerd. In een periode van lage rentetarieven en hoge waarderingen worden aandelen beleggers op zoek naar alternatieven die rendement te maken. Thematisch beleggen is één van de manieren om te investeren in de toekomst. Thematische beleggen in ondernemingen waarvan wij denken dat dat succes mogelijk is van deze cyclische groeitransitie op de lange termijn. Dit kan betekenen dat u relatief goed presterende aandelen ook het rendement zal behalen. Bovendien biedt een thematische aanpak geen miserie bescherming tegen overmatige marktschommelingen. Bovendien biedt een thematische aanpak geen miserie bescherming tegen overmatige marktschommelingen. Bovendien biedt een thematische aanpak geen miserie bescherming tegen overmatige marktschommelingen.

Wat zijn de risico's van beleggen in themafondsen?
Thematische beleggen in ondernemingen waarvan wij denken dat dat succes mogelijk is van deze cyclische groeitransitie op de lange termijn. Dit kan betekenen dat u relatief goed presterende aandelen ook het rendement zal behalen. Bovendien biedt een thematische aanpak geen miserie bescherming tegen overmatige marktschommelingen. Bovendien biedt een thematische aanpak geen miserie bescherming tegen overmatige marktschommelingen.

Wat is een ETF?
Een ETF (Exchange Traded Fund) bestaat uit een reeks aandelen. Er zijn twee belangrijke verschillen met een regulier beleggingsfonds. Ten eerste wordt een ETF niet beheerd door een fondsbeheerder, maar wordt het beheerd door een organisatie die de aandelen op de markt plaatst. Ten tweede wordt een ETF niet beheerd door een fondsbeheerder, maar wordt het beheerd door een organisatie die de aandelen op de markt plaatst.

PICNET Asset Management
Maak kennis met de belangrijkste themafondsen op www.picnet.nl

Beleggen brengt risico's met zich mee. U kunt uw belegging verliezen. De waarde van uw belegging kan fluctueren. Het verlies van de investering kan de waarde van uw belegging verlagen.

ADVERTENTIE

'DE WERELD VAN WERK ZAL DRASTISCH VERANDEREN'

Functionarissen, looncontracten, diploma's, caso's en loopbaanpaden: vrijwel alles in de wereld van werk staat nu op losse schroeven. Werknemers zullen in de toekomst voorbereid zijn op veranderingen, permanent bijlijnen en van tijd tot tijd periodes van rust nemen. Dat voorspelt Marjolien ten Hooften van Randstad. 'De werkveld van de toekomst zal zijn levenskeuzes weloverwogen maken.'

Dankzij technologische vernieuwing zullen mensen niet alleen steeds ouder worden en langer doorwerken, maar ook steeds vaker te maken krijgen met robots die werk overnemen. Volgens Marjolien ten Hooften (1965), directeur Arbeidsmarkt en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen van HR-dienstverlener Randstad, zal de wereld van werk drastisch veranderen. Zij brengt de trends voor werklozen, organisaties en de maatschappij in kaart.

Welke vanzelfsprekendheden zullen verdwijnen?
De transitie is nu reeds gaande: de vaste werkdag van 9 tot 5 uur is al verouderd en ook levenslange dienstverbanden zijn niet langer normaal. Maar wat ook zal verdwijnen is de gedachte dat de stap is op. Met alle systemen die daarbij horen, zoals caso's, salarislijsten, functionarissen en de logica die erachter staat dat voor een 45-jarige ouder zijn nieuw zou zijn. Het innerste ritme van loopbaanpad van nu wordt straks veel vaker onderbroken. Carrière zijn dan langere tijdstoppen die enerzijds leunen op de harde zaken die je nodig hebt: geld, tijd, opgediende en reserves voor ziektekosten en pensioen. De andere pijler is de vraag naar productiviteit en weerbaarheid. Wat moet ik doen om mezelf aan te kunnen passen aan voortdurend veranderende eisen en omstandigheden? Als ik dus een tijdje liever een wilschulden in het park, omdat ik dat gewoon wil, of omdat ik bijvoorbeeld een opleiding doe, moet ik dit kunnen organiseren. Ik geloof dat de werkveld van de toekomst zijn levenskeuzes weloverwogen maakt.

Wie zullen bedrijven en organisaties veranderen?
Kantoren worden nu al steeds vaker open ruimten. Dit maakt dat we collega's steeds vaker tegenkomen en sneller informatie uitwisselen. Dat leidt weer tot intensere samenwerking. Dit vormt ik ook het idee de mensen van bedrijven. Steeds meer bedrijven zullen zich afvragen waarom ze niet bijvoorbeeld niet meerdere organisaties in één gebouw samenbrengen. Lang geleden zat een HR-man mij al dat er meer mensen voor Randstad dan bij Randstad werken. Ze wordt de toekomst ook huidige behoeften is voor goede behoeften, sectoren en specialismen zullen aan belang inboeten. De relatie tussen werknemers en werkgever zal een nieuw soort wederkerigheid kennen en zoode veranderd worden. We excelleren in samenwerking in dat soort verbanden, kan de toekomst aan. Dat zal ook goedkopen hebben voor het onderwerp. Zo werkt Randstad nu al samen met praktijkin

anno morgen

ADVERTENTIE

'De vanzelfsprekendheden van nu gaan op de schop'

MARJOLIEN TEN HOOFTE

opstrijder Vago voor het trainen van procesoperatoren in productielinies. Het werkgevers verzoeken het praktijkdeel van de opleiding en bij succesvolle afsluiting krijgen de deelnemers een subsidie-voorschot. Dit soort samenwerking heeft de toekomst.

Worsten looncontracten in de toekomst vaker flexibel?
'De term flexibel bestaat alleen maar omdat de norm een vast contract is, dat ook flexibel is. Nu ligt een vast dienstverband een soort veilige haven, waar je eerst je schepje kunt laten liggen. Op dit moment valt daar al een hoop op te dingen, maar in de toekomst zal je zekerheid als werkloze niet meer afhangen van je contractbreuk. Of we nu al zelfstandige freelance of in vaste dienst werken, we werken allemaal. Waarom zou mijn WW-uitkering dan stopgezet moeten worden als ik langer voor een en hetzelfde bedrijf gewerkt heb? Ik zou willen dat dat geld gestoken wordt in het mogelijk maken van een transitie naar een andere betrekking. Dat zou bijvoorbeeld een reserve kunnen zijn die aan de persoon zelf gebonden is.'

Welke rol speelt duurzaamheid in de toekomst van werk?
'Dat wordt een belangrijker thema. Op het terrein van werk en carrière heeft duurzaamheid betrekking op de vraag of ik mijn status van een functionaris ben om in mijn eigen welzijn en welvaart te voorzien. De rol van werk in ons leven zal minder afhangen van de maatschappelijke status van een functie of positie. Duurzaam werken doe je als je je niet alleen bewust bent van periodes van grote inspiratie, maar ook van periodes van rust, bijlijnen en verlaten krijgen. Nu nog is wat wij doen bepalend voor wie wij zijn: onze identiteit hangt samen van ons werk al. Bovendien doet duurzaamheid onderzoek naar de aantrekkelijkheid van werkgevers. Veel mensen geven daar bij aan. Het kan kosten meer dan vijf jaar en in dat duurzaam? Kennelijk werken we nu in een systeem waarbij het niet erg is om een tijd te stoppen in de loopbaan. Als je al moet vragen of je wilt in je eigen verhaal kunt voorzien, zal je daar veel kritischer in worden.'

anno morgen

Examples

ADVERTENTIE

TIJD IS EEN SIERAAD

Horloges van Zwitserse fabricaats zijn oeverminderend populair, ondanks de kwartzaakterij en de smartwatch. Horlogehuis Oris concentreert zich al jaren op louter mechanische uurwerken. Het weet ingenieuze vindingen en stijlvol design te combineren met betaalbare prijzen.

Moeder waren er zowel tijdschriften als blogs over horloges. Vroeg mechanisch uurwerk – de horlogemakers – staan in de belangstelling. Dat is opvallend in een tijd waarin technologie ons leven domineert. Maar Rolf Studer (50), ceo van het Zwitserse horlogemerk Oris, kan de populariteit niet verklaaren. De techniek in onze levens is onaflosbaar. Bij een mechanisch horloge hebben we de illusie dat we het begrijpen. Je ziet de tijd verstrijken. Voorsimant zijn gefascineerd door al die tandwielletjes en raderkes. Zijn veelvorige met mechanische functies is gewaardeerd, maar absolute persoonlijk. Zeker voor mannen is dat belangrijk. Een heel horloge getuigt van smaak. Het is, naast de trouwing, het enige sieraad waarmee hij zich kan onderscheiden.

Ten tijde het mechaniek De geschiedenis van Oris begint in 1904, wanneer de horlogemakers Paul Cottin en Georges Christian een fabriek openen in Hölstein. Ze willen betaalbare horloges van hoge kwaliteit produceren. Met succes. Oris, vernoemd naar een natiegereguleerder, behoort in de jaren zeventig tot de tien grootste uurwerkfabrieken. Maar het is kort in Japan wordt de kwartzaakterij uitgevonden en de markt het horloge spotgoedkoop. Veel Zwitserse horlogemakers gaan failliet. Oris breekt toe tot de Swatchgroep die overneemt op quartzhorloges.

1982 is een keerpunt. Onder leiding van Rolf Portman en Ulrich Herzog verlaat Oris de Swatchgroep. Daarbij neemt de directie een gewaagde beslissing: ze stoppen met de

DE ROMANTIEK ZIT HEM IN HET IDEE DAT JE DE TIJD ZIET VERSTRIJKEN

Rolf Studer

quartzhorloges. Studer: 'Tijds een trip naar Japan maakte Ulrich Herzog dat de lokale voor mechanische horloges opnieuw opdookte. Hij voorzag dat andere merken zouden volgen.'

Verwachtingen overtreffen Nog steeds produceert Oris uitstekend mechanische horloges. Een deel van het proces is industrieel, van ander deel is handwerk. Anders dan de meeste horlogemakers is Oris nog steeds zelfstruik. We kunnen directeur onze eigen koers varen. Zo investeren we alleen in functies als deze een toegevoegde waarde hebben. Oris koestert de veler van de grondleggers in 1904 behoudens, kwalitatief hoogwaardige horloges maken volgens het motto: Real watches for real people.'

De collectie van Oris kent vier pijlers: cultuur, autoport, duiken en luchtvaart. I know de uurwerken met prijzen van 1.300 tot 6.000 euro tot de middelklasse behoren, realiseert de ceo zich dat de meeste klanten ervoor moeten sparen. Studer: 'We streven er dan ook naar hun verwachtingen te overtreffen. We zien de waarde van Oris om de ingewikkelde beschaafde functies. In de horloges complicaties genoemd. Zo ontnekkels Oris een gangreserve van tien dagen. Dat is de tijd waarin het horloge blijft lopen zonder dat je 'm hoeft op te winden. Anders dan horloges met een verspreidde gangreserve maakt Oris gebruik van een enkele veertoren. Dat is de cilinder die het uurwerk aandrijft. Hierin zit een veer die uitgezet 1,8 meter lang zou zijn. Oris wilt de waarde van de veertoren dat de veertoren het te groot zou worden. Een knap staats vakmanschap.'

Partner van Movember Foundation Oris steunt de Movember Foundation. Deze organisatie ont zich wereldwijd in om mannelijke gezondheidsproblemen te verminderen. Dat gebeurt op een leuke manier: het doet mannen op een in november hun snor te laten staan. Oris wordt de partner van Movember Foundation. Dit is de organisatie die de menselijke gezondheid verbetert. Oris steunt de Movember Foundation.

ORIS
Swiss Made Watches
Since 1904

ADVERTENTIE

SEATFULNESS

het ultieme zitcomfort van Prominent

Je kunt tegenwoordig geen lifestylemagazine meer openstaan of je wordt ermee geconfronteerd: mindfulness, de wijze om meer balans in je leven te vinden en lichaam en geest in harmonie te brengen. Mindfulness is dan ook de inspiratiebron voor Prominent. En haar antwoord op mindfulness is seatfulness: zitten in het moment.

Mindfulness is bij jin en altemen hartstikke hot en je hoeft geen boedhistische monnik te worden om het zelf te balanceren. Deze mondiale beweging, die al een paar jaar door de wereld raast, kijkt ook in Nederland massa's volgelingen in alle leeftijdscategorieën aan te spreken. Om tot stilte rust te komen, moet je heel goed en heel ontspannen kunnen zitten. En dan kijken er maar weinig stoelen te zijn die aan deze primaire behoefte waarden voldoen. Binnen de Prominent-collectie garanderen echter alle relaxstoelen, relaxbankjes en comfortbanken aan ultieme zitbeleving. Seatfulness, het ultieme zitcomfort van Prominent, zorg dat ook voor een diepere beleving van het 'zomaar zitten'. Bij seatfulness gaat het namelijk om zitten met aandacht. Bewust zitten.

KOM TOT RUST. KOOP EEN GOEDE RELAXSTOEL!

Zitten kunnen we gelukkig allemaal, bewust zitten kun je leren. Een echte Prominent-stoel of -bank helpt je om vermakelijk in dat fysio-therapeut te komen. Prominent kan het weten, want in de nieuwe relaxstoelen en comfortbanken komt de gebouwdde kennis van twintig jaar vakmanschap samen. Om van 'gewoon zitten' een ultieme zitbeleving te maken, helpen de opgedane technische inzichten enorm. De stoelen van Prominent staan bekend om hun innovatieve eigenschappen en hun (motorisch) bewegingsvermogen. De stoelen ondersteunen de gebruiker dan ook optimaal in elke zit- en/of houding. Prominent-stoelen bieden daardoor uit in hun dynamiek, hoogwaardige handnallaten in in het pure metaalwerk. Optimale voorlichting, perfecte afstemming en algemene service complementen het geheel. De laatste gebruikers zijn dan ook vol lof over het merk, de stoel of bank van hun keuze en de valkuilde adviezen en begeleiding voor, tijdens maar ook na de koop. Zij geven Prominent daarvoor een dikke 9 als rapportcijfer. En daar kun je mee trotsom!

TECHNISCH ESTHETISCH EN ERGONOMISCH HUN TLD VERVOERUIT

Technisch gesproken is de Prominent-stoel of bank optimaal, maar nog en jij wilt natuurlijk ook wat. Daarom werkt Prominent samen met gerenommeerde topontwerpers en fysiotherapeuten. De ontwerpers krijgen de vrije opdracht om 'out of the box' een superieer ontwerp te maken waarbij de esthetiek, zoals het design en materiaalgebruik, vooropstaat. Zij denken onder andere na over het formaat, de schuifwiel, het ontspanningsvermogen, de baldering en de haartaltingen. De fysiotherapeuten kijken naar de ergonomische en de afstemming met de behoeften van specifieke soorten van gebruikers uit de praktijk. Samen zorgen ze al twintig jaar voor topproducten. Zo ontstaan stoelen en banken die hun tijd ver vooruit zijn, zowel technisch als esthetisch en op gebied van ergonomische producteigenschappen. Deze drie componenten zijn terug te vinden in een collectie van meer dan 200 modellen in vele honderden uitvoeringen. Etof of leer, sublim op maat, met en zonder USB-oplaadpunt, wat of geen ste-op-hulp, gaan om juist meerdere elektrische motoren en componenten ... de klant heeft het volledig voor het zeggen. Welke keuze

het ook wordt, het wordt zijn een stoel die een bijdrage levert aan het ultieme zitmoment. De stoelen en banken krijgen van Prominent daarom allemaal het predicaat 'seatfulness', omdat ze aan de ultieme consumptiebehoeften voldoen en al predicaat dat ook meer dan waard zijn!

BLEEF ZELF PROMINENT LATEME SEATFULNESS-ERVAREN!

We kunnen het er lang en breed over hebben, maar om erover mee te kunnen praten, kun je een seatfulness-ervaring het best zelf opdoen. Dat kun eenvoudig door een van de 43 Prominent-showrooms te bezoeken. Daar staat de complete collectie Prominent-relaxstoelen, -relaxbankjes en -comfortbanken leiding uitgesteld voor je klaar en kun je vrijblijvend gebruikmaken van persoonlijk en deskundig advies. En dat kan ook bij je thuis, wanneer het je uitkomt. Neem er de tijd voor, want een seatfulness-ervaring begint met de rust van het moment.

Wegdromen in een stoel die helemaal voor jou gemaakt is

