

**Nederlandse
versie**



— GRAZIA —

MEDIKIT 2026



WELKOM

Toen ik in november 2015 als hoofdredacteur bij Grazia begon, had ik niet kunnen vermoeden welke avonturen ik allemaal zou beleven. Aan het hoofd staan van zo'n sterk merk in Nederland betekent hard werken en vooral ook veel plezier maken.

Die twee dingen gaan hand in hand bij Grazia.

Grazia is al 17 jaar een vaste waarde binnen de Nederlandse modemagazines. Het is altijd *on point* met de laatste fashion- en beautytrends, hot entertainmentnieuws, oogstrelende fotoshoots en spraakmakende interviews met BN'ers. Momenteel werken we 360 graden en over meerdere kanalen. Met print, online, social media en events bereiken we meer dan 1,5 miljoen vrouwen in de doelgroep 25-45 jaar.

Daar ben ik trots op, want het merk blijft maar groeien. Ook besteden we meer dan ooit aandacht aan onderwerpen die zo belangrijk zijn onder onze lezers: female empowerment, authenticiteit, zelfliefde, gender, perfecte imperfecties en body positivity. Bij Grazia hoort iedereen erbij.

De redactie werkt met een enthousiast team aan het creëren van content, waarin onze unieke sandwichformule van fashion, beauty en entertainmentnieuws tot zijn recht komt. We weten als eerste de trends van de catwalk en de straat te vertalen naar de kledingkast. De aantoonbare drive van Grazia richting de winkelvloer van de mode- en beautyretailers bewijst keer op keer zijn effect. Grazia is altijd op zoek naar interactie, zowel met haar lezeressen als met haar adverteerders. Met onze events – denk aan Grazia's Hotel Take-over, of onze beauty masterclasses – brengen we merken en onze volgers samen.

Annelies

CIJFERS

PRINT

Frequentie **8x per jaar**

TARIEF

I/I advertentiepagina: **€6000**

I/I advertorialpagina: **€6500**

TOTALE BEREIK

3.078.197





Dit is
GRAZIA

We zijn een internationaal merk, succesvol in meer dan 20 landen. We zijn crossmediaal: online, in print en tijdens events aanwezig. Een voorloper op de trends en daarom een sterke influencer op het gebied van mode, beauty en lifestyle. We bieden een unieke mix van mode, beauty, psyche, health, maar ook entertainmentnieuws, opinie, reallife-verhalen en actualiteit. We onderhouden sterke banden met bekende Nederlanders en influencers en we zijn altijd op plekken die er toe doen. Grazia is een nieuws-maker, supporter van female empowerment, perfecte imperfecties en *all sizes*. Bij Grazia hoort iedereen erbij!



VOOR WIE?

De Grazia-vrouw is een ambitieuze, jonge vrouw (25-45 jaar) met smaak. Ze wil niet alleen geïnformeerd worden over het laatste mode-, beauty- en entertainmentnieuws, maar wil ook weten wat er speelt in de rest van de wereld. Guilty pleasures en wereldproblemen kunnen naast elkaar bestaan.

Ze is:

EEN MILLENNIAL
WERKEND
ALTIJD ONLINE

De Grazia-vrouw is geïnteresseerd in modetrends, beauty, een gezonde levensstijl, koken en eten, vakantie en reizen. Ze gaat vaak naar de kapper, koopt regelmatig schoenen, veel beautyproducten en houdt van winkelen, zowel on- als offline.





PIJLERS GRAZIA

De achterliggende boodschap die Grazia in al deze pijlers terug laat komen zijn female empowerment, diversity en body positivity.

F A S H I O N

Inspirerende high-end modereportages en shoppings met de best buys of the season

B E A U T Y

Updates over de nieuwste trends, praktische tips en de beauty essentials

L I F E S T Y L E

Woon-, reis en foodrubrieken inspireren lezers what to do, what to eat en where to go

O P I N I E

De redactie en vrouwen uit de doelgroep geven hun mening over maatschappelijke thema's, trends en actuele ontwikkelingen

E N T E R T A I N M E N T

Altijd up-to-date nieuws uit binnen- en buitenland, met een originele invalshoek

GRAZIA.NL

Grazia online is een entertainmentnieuwsite met de focus op bekende Nederlanders, Hollywood, mode- en beautytrends. De redactie post elke dag 22 berichten, verspreid tussen 6 uur 's ochtends en 23 uur 's avonds. Het team creëert unieke content voor zowel print als online en is daarmee een van de grootste leidende nieuwsmakers op het gebied van entertainment-, fashion-, beauty- en lifestylenieuws. Je leest het 't eerst op grazia.nl!

DE BEST LOPENDE RUBRIEKEN OP GRAZIA.NL ZIJN: **SHOWBIZZ**

LEEFTIJDSGROEPEN:

18-24 (6.1%)
25-34 (26.1 %)
35-44 (21.4%)
45- 4 (20.8%)
55-64 (11.73%)
65+ (13.9%)

HERKOMST:

84.61 % van de bezoekers komt uit Nederland.
23% uit Zuid-Holland, 17% uit noord Holland en
14% uit Noord Brabant.

VERKEER NAAR GRAZIA.NL KOMT VANUIT:

Organisch Social: 35% | Organisch Search: 34%
Direct: 21%

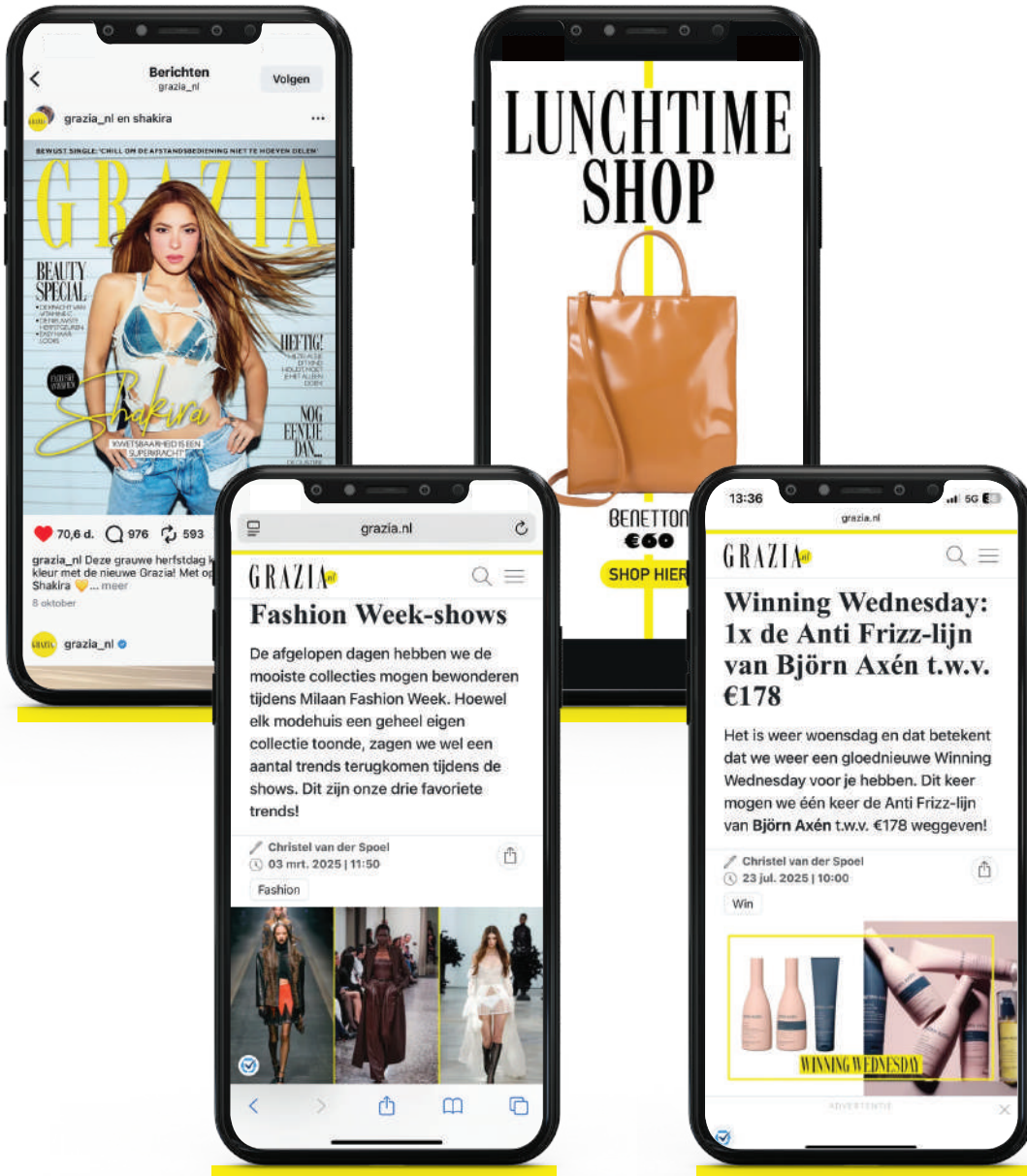
(Bron: Google Analytics)



SOCIAL MEDIA

Op social media trekken we de thema's van online door, door dagelijks rubrieken te brengen die zorgen voor betrokkenheid en meer bezoekers. Naast deze thema's is Grazia ook vaak aanwezig bij grote evenementen en rode lopers. Hier produceren we als Grazia eigen reels in samenwerking met verschillende merken.

Op Instagram Stories en Facebook worden artikelen doorgeplaatst van grazia.nl. Op Instagram Stories feliciteren we regelmatig een personality met zijn/haar verjaardag, selecteren we een product voor de Lunchtime Shopbreak, leggen we BN'ers dilemma's voor en plannen we wekelijks een unboxing video. Deze rubrieken worden door onze followers heel hoog gewaardeerd en zorgen voor meer engagement. Daarnaast hebben we een grote followerbase opgebouwd van bekende Nederlanders en influencers.



EVENTS

Grazia is innovatief op het gebied van events met commerciële partijen.

We zijn gespecialiseerd in branded content proposities waarbij creativiteit, originaliteit en resultaat speerpunten zijn. Succesvolle voorbeelden zijn de Grazia Masterclass en de Grazia In-store events. Timing en invulling van de events is in overleg.

MASTERCLASSES

Lezeressen van Grazia maken tijdens diverse masterclasses – die zowel online als in real life kunnen plaatsvinden – kennis met de laatste trends op het gebied van o.a. beauty en fashion. Voor merken het ultieme moment om Grazia lezers fan te maken van jouw merk. Tijdens het event zorgen we voor een complete merkbeleving. Het mediapakket is inclusief een oproep voor het event in print en online plus een evenementverslag in print en online. Tijdens het event zorgen we ook voor zichtbaarheid op social media om het event 360 graden te coveren.

HOTEL TAKE-OVER

Grazia-lezeressen, influencers en vrienden van het merk worden uitgenodigd voor een sleepover, met entertaining programma. Van masterclasses op het gebied van beauty tot prijzenbingo en een spectaculair optreden.

IN-STORE EVENT

Met succes organiseerde Grazia het afgelopen jaar meerdere events met een geweldige opkomst. Van dj en catering tot visagie en fotografie, Grazia creëert in samenwerking met een merk een event dat geheel past bij de doelgroep en doelstelling van het merk.



BEAUTY

masterclasses

Tijdens een Masterclass worden bezoekers ondergedompeld in de Grazia-wereld van beauty, fashion, lifestyle en heel veel gezelligheid. Een perfecte gelegenheid om jouw merk of product in de spotlights te zetten. Een Masterclass kan om één merk draaien, maar ook om verschillende brands bij elkaar. Er kan ruimte zijn voor 20 bezoekers, maar ook voor 400 Grazia fans.

Interesse in een Masterclass?

We maken graag een passend voorstel voor je.
Prijs vanaf € 10.000

REPORT



MASTERCLASS COLLISTAR X GRAZIA

Het was een Grazia X Collistar *take-over* afgelopen november bij Neni Amsterdam. Verdeeld over twee groepen kwamen veertig Grazia-lezeressen naar de hoofdstad voor een beauty masterclass gegeven door een Beauty Expert van Collistar en Team Grazia. Tijdens de masterclass lag de focus op de nOr-lijn van Collistar, een Not Ordinary Treatment. Deze nieuwe hybride-lijn van het merk die 100% huidverzorging ademt en voor 100% als make-up aanvoelt. De lijn werd ontwikkeld om ieders unieke schoonheid te vieren. En dat werd ook flink gedaan tijdens de masterclass. Niet alleen kregen de deelnemers tijdens deze dag tips & tricks mee waardoor ze hun huidige make-up een frisse *touch-up* kunnen geven, ze genoten ook nog eens van heerlijke hapjes zoals babka's, cheese-cake en falafel met zuurdesembrood en labneh. Aan het eind van de dag gingen de Grazia-lezeressen naar huis met een mooie goodiebag gevuld met Collistars nOr-lijn. Het was een fantastische dag, *don't miss the next edition!*



FOTOGRAFIE THE CLICK COMPANY

CASES

ADVERTORIAL



Pandora blijft vernieuwen. Met de goednieuwe Talisman-collectie slaat het sieradenmerk wederom een nieuwe weg in en brengen ze een ode aan antieke munten en moderne identiteit.

Met de Talisman-collectie wordt een nieuwe richting in het universum van Pandora ingeluid. De collectie is geïnspireerd op antieke munten en geeft tijdloze symbolen een moderne touch. Zelf noemt het merk deze collectie het begin van een nieuw designverhaal. Centraal hierbij staat storytelling, structuren en de schoonheid van imperfectie. Het resultaat zijn sieraden met een diepe betekenis die je raken en uitnodigen om je identiteit te ontdekken.

TWAALF ONTWERPEN
De basis van de collectie bestaat uit twaalf ontwerpen, gegraveerd met Latijnse inscripties zoals *amor vincit omnia* (liefde overwint alles) of *per aspera ad astra* (via uitdagingen naar de sterren). In combinatie met krachtige symbolen - zoals harten, munten en sterren - vertelt elk sieraad uit de Talisman-collectie een eigen verhaal.

COMBINEREN
De veelzijdige collectie bestaat uit sterling zilver, 14K verguld en sieraden in bicolor-design. Zo is er voor ieder wat wils! Ook kun je de items makkelijk combi-

TIP: Zoals we gewend zijn van Pandora kun je de Talisman-sieraden ook weer combineren met andere collecties. Met jouw Pandora-ME sieraden bijvoorbeeld.



'In de Talisman-collectie vind je ook een ketting in sterling zilver en 14K verguld. Hang er een munt aan, of draag 'm los: het kan belden.'

'Kies je favoriete munt uit de Talisman-collectie en hang 'm aan je een sterling zilver of 14K vergulde armband.'

'Met filigrane pijlen voor hoop, veerkracht en groei.'

'Zilver en goud kun je prima combineren!'

De Pandora Talisman-collectie komt dit najaar uit.

67
GRIZIA

GRIZIA & TE BEAKE

TK MAXX GIFT GUIDE

De winter is het perfecte moment om je favoriete mensen te verwennen. Met de TK Maxx Gift Guide heb je de perfecte cadeau-idee voor iedereen op je lijst.

SOFT TOUCH
Deze zachte, warme dekens zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte sokken zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

ADVERTORIAL

RUN LIKE A LEGEND

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

BEAUTY

Tried & TESTED

Deze cosmetische producten zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

GRIZIA & GOLF

SPRING & SUMMER

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

PAK JE KANS

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

GRIZIA LOVES CHANEL

3. Het goede
Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

GRIZIA LOVES GUCCINI

RED ALERT

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

KIES JE FAVORIET

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

PUT ON YOUR PARTY SHOES

Deze sportieve, zachte sneakers zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

WARM & COZY
Deze warme, zachte handschoenen zijn perfect voor de koude winter. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en zijn beschikbaar in verschillende kleuren.

BRANDED CONTENT

PRINT

Er zijn veel mogelijkheden voor branded content op maat. Zo kunnen we vanuit de redactie advertorials creëren in de look en tone-of-voice van Grazia en plaatsen in het juiste Umfeld in het magazine. De redactie bruist van de ideeën en brainstormt graag mee over de mogelijkheden. Dit geldt voor zowel print als digitaal. Voor print kunnen we het volgende inzetten:

- Branded content artikel
- Lezersaanbieding of giveaway
- Product placement in passende rubriek
- Branded abonnee-brief
- Speciale coveractie

ONLINE

Maar ook voor online zijn er veel mogelijkheden zoals een online sponsored story waarbij de redactie een mooi artikel schrijft passend bij het merk/product. Dit artikel jagen we vervolgens aan op meerdere kanalen zoals Facebook, Instagram, TikTok en via de Grazia nieuwsbrief. Maar ook kunnen we online meedenken over bijvoorbeeld een social only campagne of giveaway.

GRAZIA UPDATE



Van Mascha tot Monica, alle grote influencers zweren bij de beautyproducten van Clay And Glow. Maar wie is het gezicht achter dit beauty-imperium? Maak kennis met Julia Veer (25), die het bedrijf runt met haar vriend Randy Felz (32).

4

NEW BEAUTY BABE IN THE BIZZ!

JULIA VAN CLAY AND GLOW

VERTIELENS HOE JULIE ZIJN BEGONNEN MET CLAY AND GLOW? "Ik was actief met mijn eigen bedrijf, maar ik wilde beginnen met iets anders. Toen ik een keer een beautyproduct zag, was ik meteen enthousiast. Ik heb het zelf gebruikt en ik heb het aan mijn vrienden laten zien. Ze waren ook enthousiast. Toen heb ik besloten om het te lanceren. Het is nu een succes. We hebben al veel klanten en we zijn op zoek naar nieuwe producten." HOE HEBBEN JULIE HET AANGERAKT? "We hebben een team van experts gevonden die ons helpen bij het ontwikkelen van nieuwe producten. We hebben ook een marketingplan opgesteld om ons merk bekend te maken. Het is nu een succes. We hebben al veel klanten en we zijn op zoek naar nieuwe producten."

met niets, want we hadden geen beautybudget. Een grote productie konden we ons niet veroorloven, want die wil dat je mensen bereikt. Daarom heb ik een klein budget genomen. Het is nu een succes. We hebben al veel klanten en we zijn op zoek naar nieuwe producten."

volgende dag lukte het ons dan toch weer om te denken: het kon goed, we weten wat we willen en we hebben nog maar één stap nodig om te spelen. We hebben ook een team van experts gevonden die ons helpen bij het ontwikkelen van nieuwe producten. We hebben ook een marketingplan opgesteld om ons merk bekend te maken. Het is nu een succes. We hebben al veel klanten en we zijn op zoek naar nieuwe producten."

IN MEDELS HEEFT CLAY AND GLOW EEN COMPLETE BEAUTYLINE. "Kijk, we hebben nu tien producten die allemaal een ander huidprobleem aanpakken. Een vitamine C serum dat je huid laat stralen en tekens van veroudering tegengaat, een antioxidant voor hydratatie, een ogentime tegen flip-floppers en dehydratatie, een moisturizer. We zijn al anderhalf jaar bezig met het ontwikkelen van een anti-aging serum met retinol, en die komt in september beschikbaar op de markt. Zo hebben we Clay And Glow steeds meer reproducties en in te spelen op wat mensen met verschillende huidproblemen nodig hebben. Het is echt mijn doel om mensen te helpen."

HOE BELANGRIJK IS DE FEEDBACK VANUIT JULIE KLANTEN? "Het belangrijkste is dat we horen wat mensen denken van onze producten. Het is nu een succes. We hebben al veel klanten en we zijn op zoek naar nieuwe producten."

Wat krijg je terug van je klanten? "Er zijn veel mensen die me laten weten dat hun huid zo is verbeterd sinds ze onze producten gebruiken. Daar heb ik het allemaal voor! Mensen vinden het fijn dat we aan verschillende mensen gebeld heb. Clay And Glow is namelijk vegan en cruelty-free. We merken dat mensen die deze twee dingen belangrijk vinden, ook onze producten gebruiken. Zo hebben we Clay And Glow steeds meer reproducties en in te spelen op wat mensen met verschillende huidproblemen nodig hebben. Het is echt mijn doel om mensen te helpen."

Randy & Julia zijn de oprichters van Clay And Glow.

Maar hoe was Julia in haar journey? Vanaf deze maand neemt ze je mee in haar spannende leven als beauty business woman in haar column op grazia.nl

GRAZIA LOGO BUY-OUT

Grazia behoort tot één van de meest invloedrijke merken van Nederland en is geliefd bij consumenten. Door samen te werken met en gebruik te maken van Grazia, maak je contact met je doelgroep en heb je profijt van het consumentenvertrouwen. Het gebruik van het Grazia-logo, kan alleen met onze toestemming en volgens de onderstaande voorwaarden:

LOGO BUY-OUT

3 maanden, website (NL), €2.000,- ex BTW

VOORWAARDEN

GEBRUIK LOGO

- Afkoop van een logo kan alleen i.c.m. een branded content samenwerking
 - Vanuit het logo kan er doorwezen worden naar de (branded) content samenwerking
 - Het bedrag voor de buy-out is in alle gevallen gelijk, onafhankelijk van de grootte/waarde van de samenwerking
 - Afkoop periode is standaard 3 maanden (en kan eventueel verlengd worden met weer 3 maanden à €2.000)
 - Uitgesloten productgroepen: dieetproducten- en programma's, supplementen, bont, alcohol, medicijnen en medische hulpmiddelen, politieke partijen & gokken
-

THEMA'S

Grazia houdt de focus op fashion, beauty en lifestyle, daarnaast focussen we per editie op een specifiek thema.

Grazia is volledig ingeplugd in haar doelgroep en brengt daarom thema's die de lezers aanspreekt. Ook besteden we meer dan ooit aandacht aan onderwerpen die zo belangrijk zijn onder onze lezers: female empowerment, authenticiteit, zelfliefde, gender, perfecte imperfecties en body positivity. Bij Grazia hoort iedereen erbij.

Redactionele PLANNING

Issue	Verschijningsdatum	Thema	Deadline materiaal
1	21-01-2026	Health	02-01-2026
2	04-03-2026	Mode	11-02-2026
3	22-04-2026	Beauty	01-04-2026
4	17-06-2026	Zomer	27-05-2026
5	02-09-2026	Mode	12-08-2026
6	07-10-2026	Beauty	16-09-2026
7	11-11-2026	Winter	21-10-2026
8	09-12-2026	Party	18-11-2026





CONTACT

BEZOEK / POST

Gotenburgweg 48
9723 TM Groningen

SOCIAL MEDIA

instagram.com/Grazia_NL
facebook.com/Grazia.NL
twitter.com/grazia_NL
TikTok/Grazia_NL

ALGEMEEN

redactie@grazia.nl
grazia.nl
pijpermedia.nl

SALES

sales@pijperdiamedia.nl

Emma Berkhout (emma.berkhout@pijpermedia.nl)

Internationaal
Annelies Pijper (a.j.pijper@pijpermedia.nl)

Grazia is een uitgave van Pijper Publishing BV
Grazia verschijnt in 2026 8 keer regulier
Grazia heeft een minimale omvang van 132 pagina's
Grazia kost in de winkel €7,99

GRAZIA

**English
version**



— GRAZIA —

MEDIAKIT 2026



WELCOME

When I started as editor in chief of Grazia in November 2015, I had no idea what to expect. To be the head of such a strong brand in the Netherlands means working hard but also having a lot of fun. These two things go perfectly together at Grazia.

For 17 years, Grazia has been a fixed value within the Dutch fashion magazines sector. Grazia is always on point with the latest trends in fashion and beauty, hot entertainment news, eye-catching fashion shoots and controversial interviews with famous Dutch people. At the moment we are working 360 degrees and with multiple channels. Through print, online, social media and events we are reaching over 1.5 million women in the age of 25 – 45 years. I am very proud of that, because the brand keeps growing. Also, we are giving more focus than ever before towards subjects that are important to our readers such as: female empowerment, authenticity, self love, gender, perfect imperfections and body positivity. At Grazia, everyone fits in.

The editors of Grazia work with an enthusiastic team to create content, in which our unique formula of fashion, beauty and entertainment news come to justice. We are the first to translate the trends from the catwalk and the street to your wardrobe. Grazia's proven drive towards the shops from fashion and beauty retailers proves its effect time after time. Grazia is always looking for interaction, with her readers and advertisers. With our events – such as the Grazia Hotel Take-over or one of our beauty masterclasses – we bring brands and Grazia followers together.

Annelies

FIGURES

PRINT

Frequency **8x per year**

RATE

I/I advertisement **€6000**

I/I advertorial **€6500**

BRAND REACH

3.078.197





This is
GRAZIA

We are an international brand, successful in over 20 countries. We are a multi-channel brand: online, in print and present during events. A precursor on trends and therefore a strong influencer in the field of fashion, beauty and lifestyle. We offer a unique mix of fashion, beauty, psyche, health, but also entertainment news, opinion, real-life stories and current affairs. We maintain strong ties with Dutch celebrities and influencers, and we are always in the places that matter. Grazia is a news-maker, supporter of female empowerment, perfect imperfections and all sizes. At Grazia, everyone fits in!



FOR WHO?

The Grazia-woman is an ambitious, young woman (age 24 – 45 years) with a sense of taste. She not only wants to be informed about the latest fashion, beauty and entertainment news, but also wants to know what is going on in the world. Guilty pleasures and world problems can co-exist.

She is:

**A MILLENNIAL
WORKING
ALWAYS ONLINE**

The Grazia-woman is interested in the latest fashion and beauty trends, maintaining a healthy lifestyle, loves cooking and eating, holidays and traveling. She often goes to the hairdresser; buys a lot of shoes, a lot of beauty products and she likes to shop, on- and offline.





PILLARS OF GRAZIA

Grazia will always focus on female empowerment, diversity and body positivity in the following pillars.

F A S H I O N

Inspiring high-end fashion reports and shoppings with the best buys of the season

B E A U T Y

Updates about the newest trends, practical tips and beauty essentials

L I F E S T Y L E

Editorials about living, traveling and food inspire readers what to do, where to go and what to eat

O P I N I O N

The editors of Grazia and women from the target group of Grazia give their opinion about social themes, trends and recent developments

E N T E R T A I N M E N T

Up to date news from home and abroad, with an original point of view

GRAZIA.NL

Grazia online is an entertainment news website with the focus on Dutch celebrities, Hollywood, fashion and beauty trends. The online editors post 22 articles every day, between 6 A.M. and 11 P.M. The editorial team creates unique content for print and online and is therefore one of the biggest leading newsmakers in the field of entertainment, fashion, beauty and lifestyle news. You read it first on grazia.nl!

THE MOST POPULAR EDITORIALS ON GRAZIA.NL ARE: **SHOWBIZZ**

AGE CATEGORIES:

18-24 (6.1%)
25-34 (26.1 %)
35-44 (21.4%)
45- 4 (20.8%)
55-64 (11.73%)
65+ (13.9%)

ORIGIN:

84.61% comes from the Netherlands
23% comes from Zuid-Holland, 17% from Noord-Holland
and 14% from Noord-Brabant.

THE GRAZIA.NL TRAFFIC COMES FROM:

Organic Social: 35% | Organic Search: 34% | Direct: 21%

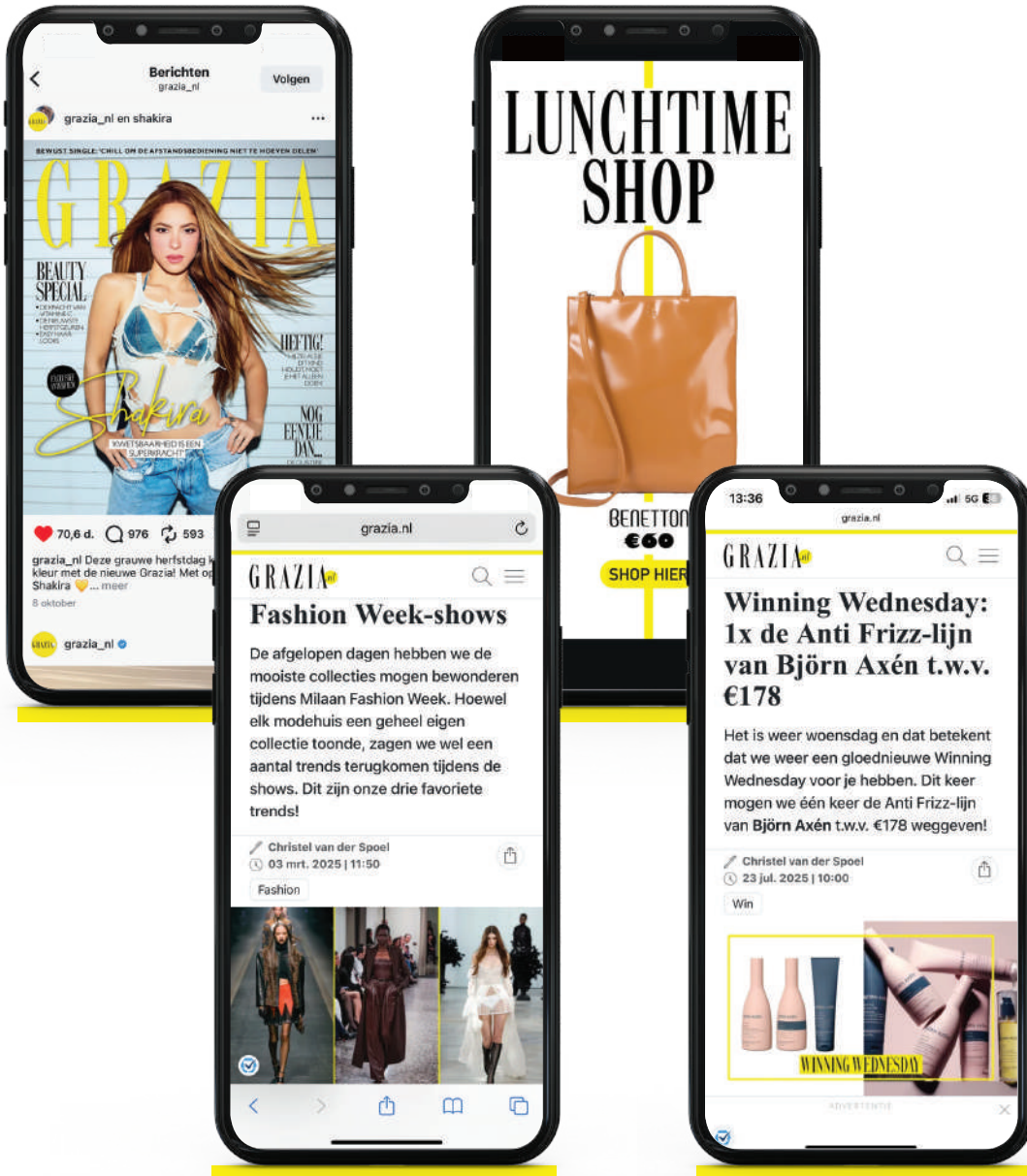
(Source: Google Analytics)



SOCIAL MEDIA

On social media, we extend the themes of our online presence by featuring daily segments that foster engagement and attract more visitors. In addition to these themes, Grazia is frequently present at major events and red carpets, where we produce our own reels in collaboration with various brands.

On Instagram Stories and Facebook, articles from grazia.nl are regularly cross-posted. On Instagram Stories, we often congratulate a personality on their birthday, select a product for the Lunch-time Shopbreak, present dilemmas to celebrities, and schedule a weekly unboxing video. These segments are highly appreciated by our followers and contribute to increased engagement. Additionally, we have built a large follower base consisting of well-known Dutch personalities and influencers



EVENTS

Grazia is innovative in the field of events with commercial parties. We are specialized in branded content propositions where creativity, originality and results are important. Successful examples are the Grazia masterclasses and the Grazia in-store events. Timing and interpretation are in consultation.

MASTERCLASSES

During the different masterclasses – taking place online or on location –, Grazia readers get acquainted with the latest trends within the field of fashion and beauty. For brands this is the ultimate moment to let Grazia readers become a fan of your brand. During the event we will provide a complete brand experience. The media package includes an appeal for the event in print and online and also a report of the event in print and online. During the event we will create visibility on social media to cover the event 360 degrees.

HOTEL TAKE-OVER

Grazia readers, influencers and friends of the brand will be invited for a sleepover with an entertaining program. Which consist of masterclasses in the field of beauty to prize bingo and a spectacular performance.

IN-STORE EVENT

Grazia successfully organized numerous in-store events with a great number of visitors. From DJ to catering to beautician to photography. Grazia will create an event in collaboration with a brand, that entirely fits the target group and the target of the brand.

Meroda x Grazia event



BEAUTY

masterclasses

During a Masterclass, visitors are immersed in the Grazia world of beauty, fashion, lifestyle, and lots of conviviality. It's a perfect opportunity to showcase your brand or product in the spotlight. A Masterclass can focus on a single brand or bring together various brands.

There's room for 20 visitors, but also for 400 Grazia fans.

Interested in a Masterclass?

We would be delighted to create a tailored proposal for you.

Prices start from €10,000

REPORT



MASTERCLASS COLLISTAR X GRAZIA

Het was een Grazia X Collistar *take-over* afgelopen november bij Neni Amsterdam. Verdeeld over twee groepen kwamen veertig Grazia-lezeressen naar de hoofdstad voor een beauty masterclass gegeven door een Beauty Expert van Collistar en Team Grazia. Tijdens de masterclass lag de focus op de nOr-lijn van Collistar, een Not Ordinary Treatment. Deze nieuwe hybride-lijn van het merk die 100% huidverzorging ademt en voor 100% als make-up aanvoelt. De lijn werd ontwikkeld om ieders unieke schoonheid te vieren. En dat werd ook flink gedaan tijdens de masterclass. Niet alleen kregen de deelnemers tijdens deze dag tips & tricks mee waardoor ze hun huidige make-up een frisse *touch-up* kunnen geven, ze genoten ook nog eens van heerlijke hapjes zoals babka's, cheese-cake en falafel met zuurdesembrood en labneh. Aan het eind van de dag gingen de Grazia-lezeressen naar huis met een mooie goodiebag gevuld met Collistars nOr-lijn. Het was een fantastische dag, *don't miss the next edition!*



FOTOGRAFIE THE CLICK COMPANY

CASES

ADVERTORIAL



Pandora blijft vernieuwen. Met de goednieuwe Talisman-collectie slaat het sieradenmerk wederom een nieuwe weg in en brengen ze een ode aan antieke munten en moderne identiteit.

Met de Talisman-collectie wordt een nieuwe richting in het universum van Pandora ingeluid. De collectie is geïnspireerd op antieke munten en geeft tijdloze symbolen een moderne touch. Zelf noemt het merk deze collectie het begin van een nieuw designverhaal. Centraal hierbij staat *storytelling*, structuren en de schoonheid van imperfectie. Het resultaat zijn sieraden met een diepe betekenis die je raken en uitnodigen om je identiteit te ontdekken.

TWAALF ONTWERPEN
De basis van de collectie bestaat uit twaalf ontwerpen, gegraveerd met Latijnse inscripties zoals *amor vincit omnia* (liefde overwint alles) of *per aspera ad astra* (via uitdagingen naar de sterren). In combinatie met krachtige symbolen - zoals harten, munten en sterren - vertelt elk sieraad uit de Talisman-collectie een eigen verhaal.

COMBINEREN
De veelzijdige collectie bestaat uit sterling zilver, 14K verguld en sieraden in bicolor-design. Zo is er voor ieder wat wils! Ook kun je de items makkelijk combi-

TIP: Zoals we gewend zijn van Pandora kun je de Talisman-sieraden ook weer combineren met andere collecties. Met jouw Pandora-ME sieraden bijvoorbeeld.

'In de Talisman-collectie vind je ook een ketting in sterling zilver en 14K verguld. Hang er een munt aan, of draag 'm los: het kan belden!'

'Kies je favoriete munt uit de Talisman-collectie en hang 'm aan je een sterling zilver of 14K vergulde armband.'



'Zilver en goud kun je prima combineren!'

'Met filigrane pijlen voor hoop, veerkracht en groei.'

De Pandora Talisman-collectie komt dit najaar uit.

GRIZIA & TE BEAKE

TK MAXX GIFT GUIDE

De winter is het perfecte moment om je garderobe te vernieuwen. Maar hoe doe je dat? TK Maxx heeft de perfecte oplossingen. Of je nu op zoek bent naar een warme winterjas, een stijlvolle wintertrui of een praktische winterjas, TK Maxx heeft het allemaal. Bovendien zijn er ook nog een aantal leuke accessoires, zoals handschoenen en sjaals, die je nodig hebt om de winter te overleven. Kom snel naar TK Maxx en ontdek de perfecte winterkleding voor jou.

ADVERTORIAL

RUN LIKE A LEGEND

Ben je een fan van de legendarische Nike Air Max? Dan heb je vast wel gezien hoe deze sneakers eruit zien. Nu heb je de kans om ze te dragen. Nike heeft namelijk een speciale editie van de Air Max gemaakt, die geïnspireerd is op de legendarische Nike Air Max. Deze sneakers zijn niet alleen stijlvol, maar ook zeer comfortabel. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en hebben een zachte zool. Dus loop erop als een legende. Ga naar Nike en ontdek de perfecte Air Max voor jou.

BEAUTY

Tried & TESTED

De winter is het perfecte moment om je huid te verzorgen. Maar hoe doe je dat? We hebben een aantal beauty producten getest, die je helpen om je huid gezond en mooi te houden. Of je nu op zoek bent naar een hydraterende crème, een anti-aging serum of een make-up remover, we hebben het allemaal. Kom snel naar de winkel en ontdek de perfecte beauty producten voor jou.

GRIZIA & GOLF

SPINNING STORIES

De winter is het perfecte moment om je garderobe te vernieuwen. Maar hoe doe je dat? Grizia heeft de perfecte oplossingen. Of je nu op zoek bent naar een warme winterjas, een stijlvolle wintertrui of een praktische winterjas, Grizia heeft het allemaal. Bovendien zijn er ook nog een aantal leuke accessoires, zoals handschoenen en sjaals, die je nodig hebt om de winter te overleven. Kom snel naar Grizia en ontdek de perfecte winterkleding voor jou.

PAK JE KANS

Wilt u een kans winnen op een prachtige prijs? Dan moet u eerst een kans nemen. Pak je kans en win een prachtige prijs. Het is eenvoudig. Je hoeft alleen maar een klein beetje geluk te hebben. Dus pak je kans en win een prachtige prijs. Het is eenvoudig. Je hoeft alleen maar een klein beetje geluk te hebben. Dus pak je kans en win een prachtige prijs.

GRIZIA LOVES CHANEL

Chanel is een wereldwijd bekend merk. Het is een merk dat staat voor kwaliteit, elegantie en stijl. Grizia heeft een speciale editie van Chanel gemaakt, die geïnspireerd is op de legendarische Chanel. Deze producten zijn niet alleen stijlvol, maar ook zeer comfortabel. Ze zijn gemaakt van hoogwaardig materiaal en hebben een zachte zool. Dus loop erop als een legende. Ga naar Chanel en ontdek de perfecte Chanel voor jou.

GRIZIA LOVES GUCCINI

RED ALERT

De winter is het perfecte moment om je garderobe te vernieuwen. Maar hoe doe je dat? Grizia heeft de perfecte oplossingen. Of je nu op zoek bent naar een warme winterjas, een stijlvolle wintertrui of een praktische winterjas, Grizia heeft het allemaal. Bovendien zijn er ook nog een aantal leuke accessoires, zoals handschoenen en sjaals, die je nodig hebt om de winter te overleven. Kom snel naar Grizia en ontdek de perfecte winterkleding voor jou.

KIES JE FAVORIET

De winter is het perfecte moment om je garderobe te vernieuwen. Maar hoe doe je dat? Kies je favoriet. Of je nu op zoek bent naar een warme winterjas, een stijlvolle wintertrui of een praktische winterjas, we hebben het allemaal. Bovendien zijn er ook nog een aantal leuke accessoires, zoals handschoenen en sjaals, die je nodig hebt om de winter te overleven. Kom snel naar de winkel en ontdek de perfecte winterkleding voor jou.

PUT ON YOUR PARTY SHOES

De winter is het perfecte moment om je garderobe te vernieuwen. Maar hoe doe je dat? Put on your party shoes. Of je nu op zoek bent naar een warme winterjas, een stijlvolle wintertrui of een praktische winterjas, we hebben het allemaal. Bovendien zijn er ook nog een aantal leuke accessoires, zoals handschoenen en sjaals, die je nodig hebt om de winter te overleven. Kom snel naar de winkel en ontdek de perfecte winterkleding voor jou.

P R I N T

- Branded content story
- Special offer or giveaway
- Product placement in a fitting header
 - Branded subscriber newsletter
 - Special cover deal

ONLINE



— 4 —

**NEW BEAUTY
BABE IN
THE BIZZ**

**JULIA VAN
CLAY AND
GLOW**

**VERTEL GENS HOE JULIE
ZIJN BEGONNEN MET
CLAY AND GLOW?**
"Ik was actrice toen ik
jong was maar wilde
beginnen, maar ik wist nog

geen er iets van. Maar
helpen voor mijn baal, denken
er niet echt. En de producers
die ik van de muziek
kreeg aansluiten, vond ik
er weer niet aansluitende."

**WERTKLEIN EN HOE JULIE
ZIJN BEGONNEN MET
CLAY AND GLOW!**

"I was achtereis toen ik
graag iets voor myself wilde
beginnen, maar ik wist nog
niet wat. Randy en ik zijn
wat kleine dingen aan het
doen, maar we hebben ook
bikini's, maar ook een
plan is er niet. Ik had in die tijd
een heel gezellige band en
voel later aan dat. Op een
geveens moment dacht ik
dat moeten we iets doen.
Ik heb een beetje van de
idee van de ik op Instagram had
niet, vooral omdat het

peep en wat zijn. Maar
hebben voor mij had doen
en niet echt. En de producten
die ik van chemisch
kreeg aangevonden, was ik
er weer niet aantrekkelijk
vrijen. Er moesten toch ook
indusproducten zijn die en
was ook een beetje dacht ik
was. Zo constant het idee voor
een soms product: het clay
masker, in een rose poe!

**HOE HEBBEN JULIE
MET AANGEPAKT?**

"We worden meer en meer
samen op mijn studio-om-
kruiser en beginnen steeds

een reactie of alleen maar een 'nee'. In juli 2019 heb ik een foto gemaakt in de PCI Paris XL van ooit staand wie hier. Ik ben het echt gaan visualiseren in een jaar later lag Clay And Glow er inderdaad. Ik was zo trots. Groepsfoto's horen erbij als je begint met ondernemen. We hebben zo veel gedachte, we stappen terug. Maar de

HOE BELANGRIJK IS DE FEEDBACK VANUIT JULIE KLANTEN!
 "Het belangrijkste bij Clay And Glow ontstond vanuit mijn eigen behoefte. Maar op een gegeven moment had ik je eigen problemen wel gevoeld. Daarom zijn we aan onze volgers online gaan vragen."



Meer lezen over Julia
maand neemt ze je mee
beauty business warm



en haar journey? Vanaf deze
ree in haar spannende leven als
in haar columns op graa.nl.

Source: U.S. Census Bureau, Bureau of Economic Analysis, *Real Gross Domestic Product*, 1997-2000.

GRAZIA LOGO BUY-OUT

GRAZIA IS ONE OF THE MOST INFLUENTIAL (INTER)NATIONAL BRANDS AND IS HIGHLY LOVED BY CONSUMERS. BY WORKING WITH GRAZIA AND USING THE LOGO, YOU CAN CONNECT WITH YOUR TARGET GROUP AND BENEFIT FROM THIS CONSUMER TRUST. HOWEVER, THE USE OF THE GRAZIA LOGO IS ONLY POSSIBLE WITH OUR PERMISSION AND ACCORDING TO THE CONDITIONS BELOW.

LOGO BUY-OUT
3 months, website (NL), €2.000 ex VAT

CONDITIONS FOR LOGO USE

- Logo buy-out is only possible in combination with a branded content collaboration.
 - The logo can be used to refer to the (branded) content collaboration.
 - The cost for the buy-out is the same in all cases, regardless of the size/value of the collaboration.
 - The standard buy out period is 3 months and can be extended by another 3 months at €2.000.
 - Excluded product groups are: diet products and programs, supplements, fur, alcohol, medicines and medical devices, political parties & gambling.
-

THEMES

Grazia focusses on fashion, beauty and lifestyle. In addition to that, Grazia will focus on a specific theme every issue. Grazia is fully plugged into her target audience and brings themes that appeal to her readers. Also, we are paying more attention than ever towards subjects that are important to our readers: female empowerment, authenticity, self love, gender, perfect imperfections and body positivity. At Grazia, everyone fits in.

Editorial PLANNING

Issue	In stores	Theme	Deadline material
1	21-01-2026	Health	02-01-2026
2	04-03-2026	The fashion edition	11-02-2026
3	22-04-2026	Beauty	01-04-2026
4	17-06-2026	Summer	27-05-2026
5	02-09-2026	The fashion edition	12-08-2026
6	07-10-2026	Beauty	16-09-2026
7	11-11-2026	Winter	21-10-2026
8	09-12-2026	Party	18-11-2026





CONTACT

VISIT

Gotenburgweg 48
9723 TM Groningen

SOCIAL MEDIA

[instagram.com/Grazia_NL](https://www.instagram.com/Grazia_NL)
[facebook.com/Grazia.NL](https://www.facebook.com/Grazia.NL)
twitter.com/grazia_NL
[TikTok/Grazia_NL](https://www.tiktok.com/Grazia_NL)

GENERAL

redactie@grazia.nl
grazia.nl
pijpermedia.nl

SALES

sales@pijperdiamedia.nl

Emma Berkhout (emma.berkhout@pijpermedia.nl)

Internationaal
Annelies Pijper (a.j.pijper@pijpermedia.nl)

Grazia is a publication of Pijper Publishing B.V.
8 issues will be produced in 2026
Grazia has a minimal size of 132 pages
Grazia costs €7,99 in stores

GRAZIA