

70^E JAARGANG
NUMMER 2
DECEMBER 2018

np

DÉ ORGANISATIE VAN LOKALE NIEUWS MEDIA

nieuws

NEDERLANDSE NIEUWSBLAD PERS



NNP-dag 2019

Spoorwegmuseum in Utrecht



De eerste stoomlocomotief genaamd De Arend, suizen langs levensgrote treinen en locomotieven of het oversteken van de historische Maliebaan. Het Spoorwegmuseum in Utrecht is dit jaar het decor voor de NNP-dag op woensdag 3 april 2019. Aanmelden kan via nnpnl@nnp.nl

Linda Blijenburg, Marketing en Sales:

“Niet product, maar klant centraal stellen”

Linda Blijenburg is commercieel manager bij Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan en zet zich sinds kort in bij de commissie Marketing en Sales van de NNP. “Het snel veranderende medialandschap kun je klakkeloos accepteren, maar je kunt ook anticiperen.”



In een eerder gesprek met Johan van de Kolk van Brugmedia in Kampen, mede commissielid Marketing en Sales, gaf Linda te kennen weinig te zien in het alleen uitwisselen van successen. Linda: “Uitwisseling van ideeën is prima, maar tegelijkertijd moeten we investeren in de ontwikkeling van onze commerciële

mensen. De wereld om ons heen verandert en wij moeten met de verandering mee. Dat vind ik de rol van de NNP. Johan daagde me uit om met deze gedachte zitting te nemen in de commissie.” De commissie bestaat momenteel uit Johan van de Kolk van Brugmedia, Henk van Zanten

Lees verder op pagina 3

Nieuw initiatief:

NNP on Tour

Het bestuur van de NNP heeft besloten van start te gaan met een nieuw project: ‘NNP on Tour’. De eerste editie met een workshop online-nieuws is op woensdag 6 februari 2019 op Landgoed Willibrordus in Heiloo, verzorgd door Uitkijkpost Media.

NNP On Tour houdt in dat de NNP het komende jaar op verschillende plekken in het land voor haar leden en potentiële leden een aantal bijeenkomsten en workshops houdt, waarbij actuele ontwikkelingen in de nieuwsbladsector aan de orde komen.

Bij de aftrap in Heiloo worden de NNP-leden en potentiële leden voor een boeiende bijeenkomst ont-

haald door de directeurs Janneke Mars en Rob Mars en commercieel manager Marcel Keet. Uitkijkpost Media, dat volgend jaar 85 jaar bestaat, timmert met drie nieuwswebsites digitaal hard aan de weg. Tijdens de workshop zal worden ingegaan op de verkoop van banners en advertorials voor de websites. Ook krijg je antwoord op de vraag: hoe overtuig je redacteurs en verkopers om een online gedachten-gang aan te nemen? Prima onderwerpen voor de eerste NNP on Tour.

De tweede NNP on tour is in samenwerking met Papierenkarton.nl, waarbij een rondleiding in een papierfabriek op het programma staat. Meer informatie volgt via de nieuwsbrief van de NNP. ■

In dit nummer:

PAGINA 3

Nieuw lid NNP Mathijs
Zwijnenberg van
HuisaanHuisReklamix



PAGINA 5

Verspreiden:
hoofdpijndossier



PAGINA 9

Het Mediacentrum



PAGINA 9

NNP Jaaroverzicht 2018





Profactys wenst u
prettige feestdagen en
een succesvol 2019!

Adres: Randstad 21-30
1314 BM Almere
Telefoon: 036 549 55 55
E-mail: info@profactys.nl
Website: www.profactys.nl

Colofon

NNP Nieuws is een uitgave van de NNP, de Nederlandse Nieuwsblad Pers, de organisatie van lokale nieuwsmedia. NNP Nieuws verschijnt twee keer per jaar in controlled circulation voor allen die bij de NNP zijn betrokken, gemeentelijke afdelingen communicatie, de politiek en relaties in de reclamewereld.

Coördinatie, eindredactie en vormgeving
Van Aalst Media

Redactie
Herman van Aalst
Roy Keller
Ans van Sligtenhorst

Vormgeving & DTP
Rob van den Beuken

Fotografie
Linda Blijenburg
Daniël van Iwaarden
Rodi Media
NNP-bestuur
Spoorwegmuseum Utrecht
Ab van der Veer
Mathijs Zwijnenberg

Redactiesecretariaat en advertentie-exploitatie
Bureau NNP
Hogebrinkerweg 10
3871 KN Hoevelaken
tel. 033 448 16 50
fax 033 448 16 52
e-mail: nnpnl@nnp.nl
website: www.nnp.nl

Druk
Rodi Media
Diemen
issn: 1570-4769

Algemeen bestuur NNP
Roy Keller (voorzitter)
René bakelaar (penningmeester)
Rick den Besten
Johan van der Kolk
René de Lange
Henk van Zanten

Twee NNP-leden kennen elkaar via het onderwijs

Jonge hond en zijn praktijkgerichte begeleider



Ab van der Veer

Ab van der Veer is directeur van Eilanden-Nieuws, uitgegeven op Goeree-Overflakkee. Daniël van Iwaarden is uitgever bij Trainews en directeur van Verspreiden.com. Ze zijn beiden lid van de NNP en hebben elkaar leren kennen toen de een bij de ander als leerling in de klas kwam.

Want Ab doceert economische vakken aan verschillende onderwijsinstellingen en heeft daarnaast ook een eigen financieel adviesbureau. Ab: “Ik geef met name commercieel economische vakken als sales, marktonderzoek en marketingcal-

culatie. Zo ook op het Hoornbeek College in Goes waar ik Daniël voor het eerst tegenkwam. Ik ontdekte al snel dat het een zeer ondernemende student was.”

Een van de mogelijke onderdelen in het lesprogramma op school was deelname aan de mini-onderneming, waarbij studenten zelf een onderneming opstarten. “Ik vertelde in mijn lessen vaker over EilandenNieuws, over wat zich daar afspeelde en tegen welke uitdagingen wij aan liepen. Een daarvan was het moeilijk kunnen vinden van goede stagiairs. De leerlingen hadden bedacht om een stagekrant uit te gaan geven, waarmee ze vraag en aanbod bij elkaar konden brengen. Dat Daniël directeur van mini-onderneming werd verbaasde mij niet.” Daniël: “Ik kon uitermate genieten van de lessen van Ab. Hij betreft de praktijk in zijn lessen en hij kan het zeer enthousiast overbrengen. Ik heb genoten en dat heeft de ondernemer in mij verder aangewakkerd.”

Ab: “Met het uitgeven van een eigen krant waren de ondernemers in de mini-onderneming behoorlijk ambitieus: verspreiden in een oplage van 160.000 stuks met een kostenplaatje van 12.000 tot 13.000 euro om alles te drukken. Het geld moest wel terugverdiend worden en het liefst met een beetje marge. Daar zijn ze heel goed in geslaagd en ze gooide ook landelijk hoge ogen en werden uiteindelijk tweede in de landelijke finale. Al met al een beste prestatie.”

Samen met mede mini-ondernemer Huibert Goedegebure heeft Daniël het idee verder uitgewerkt en is begonnen als uitgever van Trainews en verzorgt daarnaast voor bedrijven en instellingen de verspreiding van huis-aan-huiskranten of geadres-

seerd drukwerk via Verspreiden.com. Ab: “Daniël weet wat hij wil, kan zich goed uiten en heeft oog voor de markt en bijpassende verdienmodellen. Met net zijn diploma op zak begeleidde hij als kersverse ondernemer al andere studenten bij hun mini-onderneming. En niet veel later nam hij een eigen groente- en fruitwinkel over en inmiddels is hij actief in de politiek.” Daniël: “Dat laatste komt omdat Ab ooit in de les zei: jongens en meisjes, als er ooit zoiets op je pad komt, neem déél aan dat bestuur of stáp in die werkgroep. Daarmee laat je je gezicht zien. Doen! Je kunt er altijd iets van leren. En dat heb ik onthouden.”

EilandenNieuws is sinds jaar en dag lid en actief betrokken bij de NNP. Ook hier komen Ab en Daniël elkaar regelmatig tegen. Daniël: “Wij zijn nog niet zo lang lid, maar de vereniging heeft zijn nut inmiddels bewezen. Hier spreek ik andere uitgevers en kan ik mijn kennis en visie verder ontwikkelen, dat geeft me als ondernemer vooral veel energie. Dat is waar ik het allemaal voor doe”, besluit Daniël.



Daniël van Iwaarden

Vervolg van pagina 1

van West Media en Linda Blijenburg. De plek van Arjan van den Bosch van Regiobode is vacant. Linda: “Bij onze laatste bijeenkomst ging het over de nieuwe sales en hadden we met ruim vijfendertig deelnemers een fijne opkomst. Een aantal van hen gaf aan al klantgericht te werken, maar ging dan nog altijd uit van hun eigen producten. Het is juist belangrijk om de doelstellingen van de klant centraal stellen.” Bij de bijeenkomst merkte Linda ook dat deelnemers vooral zoekende zijn. “Hoe moeten ze omgaan met de snel veranderende markt als de verschuiving van print naar online en de toename in gebruik van sociale media. Wat betekent dat voor ons? Hoe gaan we om met de fusies van gemeenten en de daaropvolgende daling van inkomsten door het wegvallen van gemeentepagina's in huis-aan-huiskranten. Ik merk dat uitgevers nog teveel financieel vastzitten in gedrukte media als kranten.”

De veranderingen in het medialandschap zijn drastisch. “In print zaten

ooit zeer winstgevende pijlers als de markt van auto's, makelaars, 'kleintjes', en vacatures. Die ben je allemaal kwijt aan online media. Deze veranderingen kun je klakkeloos accepteren, maar je kunt ook anticiperen en als organisatie je bestaansrecht proberen te behouden. Overigens bestrijd ik altijd ten eerste dat print niet meer van deze tijd is. Je moet alleen op een andere manier met je markt omgaan. De inkomsten uit alleen de krant zijn niet meer voldoende”, aldus Linda.

Dat bedrijven een behoefte aan communiceren hebben zal volgens Linda altijd blijven. “Alleen is de vraag waar en hoe doe je dat? Klanten zien door de bomen het bos niet meer en in dat stukje kun je ze ondersteunen. Ik vind het geheim van effectieve marketing en sales om niet alleen naar je klanten, maar ook goed naar de media-adviseurs te luisteren, die dagelijks voor ons in het veld werkzaam zijn. Dat zijn onze ogen en oren”, besluit Linda.

Nieuw lid NNP Mathijs Zwijnenberg van HuisaanHuisReklamix

“Het wiel opnieuw uitvinden is onnodig”

Nadat aspirantlid Mathijs Zwijnenberg van drukkerij De Kroon de laatste uitgeversdag in Kampen had bijgewoond, werd zijn keus om lid te worden van de NNP bevestigd. “Je spreekt met gelijkgestemden en voelt je gesteerd in je ondernemersvisie.”

Drukkerij De Kroon in Olst is opgericht in 1937. “Mijn opa is ermee begonnen en ik ben de derde generatie. Sinds 1952 geven wij ook een huis-aan-huiskrant uit met als titel HuisaanHuis.” In het nabijgelegen Wijhe zit drukkerij Schippers, die vierendertig jaar geleden begon met Reklamix, eveneens een huis-aan-huiskrant. Mathijs: “Sinds vier jaar hebben wij een fijne en intensieve samenwerking en brengen we sa-

men HuisaanHuisReklamix uit. De krant heeft een oplage van 11.000 stuks en de edities bestaan uit 16 tot 20 pagina's. Met een eigen uitgave maak je een eigen product en sta je met je voeten in de klei: je hebt meer gevoel met het gebied. Dat maakt voor mij uitgeven leuk.”

Zijn compagnon heeft aangegeven het vanaf 1 januari 2019 rustiger aan te willen gaan en zij trekt zich om die reden terug als uitgever van de krant. “Dit was voor mij het moment om volledig mijn eigen koers te gaan varen en het lidmaatschap van de NNP aan te vragen. Ik zie daar namelijk veel voordelen in.” Heel toe-vallig raakte Mathijs bij Hoekstra Krantendruk in Emmeloord aan de praat met Johan van de Kolk van

Brugmedia en bestuurslid bij de NNP. “We dronken samen een kopje koffie en hij vertelde uitgebreid over de voordelen van de vereniging, maar gaf me ook mee dat succes ook te maken heeft met wederkerigheid: je zult zelf namelijk ook input moeten leveren aan de vereniging. Die gedachte sprak mij zeer aan.”

Na zijn deelname aan de NNP-uitgeversdag wist Mathijs het zeker. “Je komt in contact met gelijkgestemden, je deelt oplossingen en de gesprekken sterkt je in je ondernemersvisie. Je hoort dat anderen het soms ook even niet weten. Dat is fijn om te horen. Met een lidmaatschap van de NNP hoef je als kleinere uitgeverij niet telkens het wiel opnieuw uit te vinden.”



Mathijs Zwijnenberg



Headlines

Vriendschap

ToLocal is trots zich al lang vriend te mogen noemen van de NNP. Het belangrijkste waarop een goede vriendschap gebouwd is, is vertrouwen en onvoorwaardelijkheid. Als het je goed gaat zeg je niet op! Voor ons betekent dat, naast dat wij zorgen dat uitgevers meer geld verdienen in print en online, ze ook geholpen met concreet advies. Een moderne uitgeverij verdient tenslotte vandaag de dag minimaal 20% van zijn rendement uit digitale omzet. Wil jij dit ook en heb je hulp nodig bij online strategie, sales aanpak online en/of redactioneel advies? Wij helpen onze vrienden van de NNP graag, vriendschap die verder gaat dan een hoge gemiddelde opbrengst.

[Lees meer](#)

Nieuws

ToLocal netwerk is AVG proof!



Sinds 25 mei 2018 is de Algemeen Verordening Gegevensbescherming (AVG) van toepassing. Deze wet stelt strengere eisen aan het gebruik van persoonlijke data.

Om aan de AVG voor advertising te voldoen, heeft ToLocal in samenwerking met Faktor.io een overkoepelend contract gesloten. Hierdoor is deze service voor aangesloten uitgevers gratis en zijn zij AVG proof voor zowel lokale als nationale sales.

[Lees meer](#)

Eerste Facebook advertising campagne via ToLocal live!



Begin november heeft het ROC van Amsterdam ToLocal ingeschakeld voor de promotie van de Open Dag. Voor deze campagne werd Facebook advertising ingezet en werd het bericht overgebracht aan de 'juiste match' uit de fanbase van

onder andere WeesperNieuws. Door middel van Facebook advertising helpt ToLocal publishers om het maximale te realiseren via Facebook en daarmee directe omzet voor de publisher te genereren.

[Lees meer](#)

Uitbreiding samenwerking Holland Casino



Holland Casino Nijmegen en Valkenburg, hebben naast Eindhoven en Enschede, het netwerk van ToLocal ingeschakeld voor

diverse crossmediale advertentiecampaagnes. Het doel van deze campagnes is om het bezoek onder 35-65 jarigen te verhogen. Gedurende 2019 zullen tevens diverse crossmediale 'thema' campagnes worden ingezet, welke door middel van persberichten en/of een agenda zullen worden ondersteund.

[Lees meer](#)

ToLocal speelt in op trend online video advertisement



Door de terugval van de kijktijd van TV heeft online video advertisement een boost gekregen. Via ToLocal is het nu tevens mogelijk om 'in het hart' van een artikel een InPageVideo te

laten openen; welke horizontaal, verticaal of rechthoekig op alle apparaten kan worden getoond. Het formaat is bewezen effectief en wordt steeds populairder binnen het netwerk van ToLocal.

[Lees meer](#)

ToLocal in beeld



Laatste nieuws

- 06/11 ToLocal sluit online campagne voor Bovag succesvol af
- 24/10 LokaalNieuwsnet gaat samen met Gilsing een echt lokale marktplaats bouwen (sjanbbeltjes)
- 08/10 De Inpage video is door ToLocal bij meer dan 125 websites uitgerold
- 13/09 ToLocal aanwezig op DMEXCO voor nieuwste ontwikkelingen in de advertising markt
- 03/09 BDUMedia succesvol aangesloten bij ToLocal



Ondernemend nieuws

- 19/11 Vernieuwde look en feel van LokaalNieuwsnet slaat aan!
- 07/11 Holland Casino Eindhoven en Enschede zet ToLocal in voor de 'Goldrush' campagne
- 17/10 LokaalNieuwsnet sluit Drukkerij van Barneveld aan!
- 04/10 ROC van Amsterdam zet Facebook advertising via ToLocal in voor promotie van de Open Dag.
- 11/09 ToLocal voegt extra print titels toe aan ProMille netwerk



JouwToLocal

- 21/11 Hoi Bente, bedankt voor de print advertenties!
- 06/11 Hoi Judith, we willen ons graag aansluiten bij ToLocal. Kan je ons helpen?
- 25/10 Hoi Yvette, bedankt voor je hulp met het implementeren van de bannertags.
- 09/10 Beste Frank-Paul, kan je me meer informatie over Lokaal Nieuwsnet mailen?
- 28/09 Hoi Judith, dank je wel voor het online banneradvies!

Deze week

Vorige week

Archief



Poll

Voldoet uw website aan de regeling van de AVG?

☐ Ja

☐ Nee

[Bekijk resultaten](#)

Er is 589 keer gestemd.

Weer



ToLocal

Radarweg 29 B – 12
1043 NX Amsterdam
020 760 49 47
info@tolocal.nl
www.tolocal.nl

Lokaal Nieuwsnet

Pastoor van Winkelstraat 57a
5374 BH Schaijk
0486 46 36 68
info@lokaalnieuwsnet.nl
www.lokaalnieuwsnet.nl

Verspreiden: hoofdpijndossier

Boven uitgeversland hangt een donkere wolk. Zeker is dat er een pittige bui gaat vallen, maar hoe zwaar deze zal zijn en wanneer hij naar beneden komt, is nog niet zeker. Wat is er aan de hand?

Door Simon Hofland

Dick Ranzijn jr. (Rodi Media) en Richard de Vos (De Drukwerkverspreiders en Mediaverspreiders) schetsen een sombere situatie die dreigt te ontstaan als de Wet Minimum Loon (WML) wordt ingevoerd. Belangenvereniging van folderverspreiders (Spotta/Axender) MailDB presenteerde 23 januari jongstleden een nieuwe normering. Alle verspreiders zouden aan die normering moeten gaan voldoen. De uitgevers en verspreiders van huis-aan-huisbladen waren na de

presentatie echter van mening dat deze normering teveel op het folderwerk was gericht en voelden zich onvoldoende vertegenwoordigd. Zij namen daarop een advocaat in de arm en gingen aan het werk om een juiste normering te realiseren.

De aangekondigde ingangsdatum van de wet, 1 januari 2018, is inmiddels gepasseerd, in afwachting van een nieuwe, voor uitgevers juiste normering. Hiervoor moet de FNV toestemming verlenen. Als deze herziene normering niet wordt geaccepteerd, dreigt er voor

uitgevers een onhoudbare, lees: onbetaalbare toestand te ontstaan. De WML schrijft voor dat een bezorger een salaris dient te ontvangen dat past bij zijn of haar leeftijd, gebaseerd op het minimumloon dat voor hem of haar geldt. Tot op heden is het zo, dat een bezorg(st)er, ongeacht de leeftijd, een vastgesteld bedrag voor een wijk krijgt. Een stuksloon. Dat bedrag is gebaseerd op de normering van die wijk. Afhankelijk van de tijd die het kost om een wijk te lopen, krijgt de bezorger een stuksvergoeding. Leef-tijd speelt geen rol, wat betekent dat een gepensioneerde net zoveel krijgt als een scholier.

Met de invoering van de WML wordt dat dus anders. Een dertienjarige bijvoorbeeld gaat het minimumloon voor 15 jaar en ouder verdienen, een bedrag van 2,74 euro per uur. Maar een bezorger van 22 jaar of ouder gaat 9,11 euro per uur ontvangen. De uitgevers krijgen zo een enorme stijging van de bezorgkosten voor de kiezen. Daar komen de sterk gestegen (en de ook komend jaar weer toenemende) papierprijzen en dalende advertentie-inkomsten nog eens bovenop.

Dick Ranzijn: “De kritische en exacte normering van een wijk is daarom voor uitgevers hoogst noodzakelijk. Letterlijk met de stopwatch in de hand worden momenteel per

woning en per wijk metingen verricht om de normering zo gunstig mogelijk te krijgen voor de verspreiders en dus de uitgevers. Zo weten we hoe lang het exact duurt om de kranten in de tas te stoppen en vervolgens via de vastgestelde route de kranten of folders in de brievenbussen te steken. Degene die alle tijd neemt voor een wijk is langer bezig dan de bezorger die zo snel mogelijk klaar wil zijn. De vergoeding is de berekening van de genormeerde loopduur maal het minimum uurloon waar de bezorger recht op heeft. Echter, de FNV kijkt over onze schouders mee en zal er alles aan doen om het voor bezorgers zo aantrekkelijk mogelijk te maken.”

Richard de Vos: “Voor uitgevers worden jonge bezorgers dus extra aantrekkelijk. Maar eenvoudig zal het niet zijn om deze groep aan het lopen te krijgen. Ook andere werkgevers, zoals supermarkten, vinden deze groep zeer interessant. En daar kunnen ze ook nog eens meer uren werken, zonder last te hebben van slechte weersomstandigheden. We zitten dus met zijn allen in dezelfde vijver te vissen. Maar de vijver raakt in snel tempo leeg. Ouderen daarentegen kijken veel minder naar het bedrag dat een wijk opbrengt. Ze vinden het vaak leuk om weer iets zinnigs te doen, er even uit te zijn en voor hen is het sociale aspect dikwijls heel belangrijk. Gezellig



Dick Ranzijn, Technisch Directeur Rodi Rotatiedruk

een praatje maken onderweg, hier en daar een kopje thee of koffie drinken, dat soort zaken zijn voor veel ouderen veel belangrijker dan een hoger bezorgloon. Het worden echter wel dure bezorgers.”

Wekelijks zijn in Nederland naar schatting van Richard de Vos zo’n vijftigduizend bezorgers actief. “De grote vraag is: op welke normering komen we uit? Hoe aantrekkelijk is het straks nog om uitgever te zijn?”

Over Richard de Vos

Richard de Vos is sinds 1 januari 2003 directeur en eigenaar van Media Verspreiders BV en Drukwerkverspreiders BV. Hij is gespecialiseerd in het verspreiden van huis-aan-huiskranten en folders.

Richard ervaart een groot verschil tussen het melden van bezorgklachten. “Een ontvanger van een huis-aan-krant weet vaak wanneer deze door de brievenbus valt en meldt zich sneller als deze niet is ontvangen. Bij een incidentele folder van bijvoorbeeld de slager of fietsenhandelaar om de hoek trekt de ontvanger minder snel aan de bel met een bezorgklacht. Het verspreiden van een huis-aan-huiskrant is moeilijker en bewerklijker, maar zorgt voor een hogere bezorgkwaliteit. Dus iedere folder die met een huis-aan-huiskrant is bezorgd heeft dezelfde attentiewaarde en geniet dito bezorgkwaliteit.”

Activiteiten NNP in 2019

De NNP organiseert ook komend jaar weer volop interessante activiteiten

woensdag 16 januari van 15.00 tot 16.30 uur
Bijeenkomst “Hoe ziet medialandschap 2019 eruit?” speciaal voor NNP-uitgevers/directies

woensdag 16 januari vanaf 16.30 uur
Nieuwjaarsbijeenkomst

donderdag 24 januari van 19.00 tot 23.00 uur
Bijeenkomst ‘Slimste Journalist ‘ door Stimuleringsfonds voor de Journalistiek

woensdag 6 februari 12.30 tot 16.15 uur
‘NNP on Tour’ Uitkijkpostmedia Heiloo

woensdag 3 april
NNP-dag 2019 Spoorwegmuseum in Utrecht

donderdag 7 november
NNP-uitgeversdag

Activiteiten NNP in 2019?
Hou e-mail in de gaten
of kijk op nnp.nl

Spoorwegmuseum Utrecht

Het Spoorwegmuseum is een echte beleving. Dat merk je al bij binnenkomst. Zodra je de drempel van het historische Maliebaanstation overstapt ga je letterlijk anderhalve eeuw terug in de tijd. Naar de tijd dat reizen met de trein alleen was voorbehouden aan de allerrijksten en waar dampende stoomlocomotieven nog de dienst uitmaakten op het spoor. Al deze antieke treinen zijn te zien bij het Spoorwegmuseum in hartje Utrecht.

Maar het Spoorwegmuseum is meer dan treinen kijken. Het museum vertelt op een verrassende en innovatieve manier de verhalen van het Nederlandse spoor. Neem bijvoorbeeld de ‘Grote Ontdekking’. Hier ga je met een mijnliftje letterlijk terug in de tijd. Op je koptelefoon hoor je het verhaal van de uitvinding van de stoommachine, wat uiteindelijk geleid heeft tot de eerste stoomtrein.

De tocht eindigt bij station d’Eenhonderd Roe waar in 1839 de eerste trein in Nederland vertrok voor een trip naar Haarlem. Deze eerste stoomlocomotief, de Arend, is hier te zien. Of neem ‘Stalen Monsters’. In een karretje suis je door het donker langs levensgrote treinen en locomotieven. De acteurs van het museum nemen je in het theater mee naar het eind van de 19e eeuw, toen de Orient Express voor het eerst grensoverschrijdende reizen maakte. De Vuurproef vertelt hoe de komst van de trein de wereld heeft veranderd. Voor je het weet raas je in volle vaart met de trein door de tijd. Een spectaculaire attractie die je niet snel verwacht in een museum. Naast alle treinen en attracties zijn er door het

jaar heen verschillende evenementen in het Spoorwegmuseum. In de kerstvakantie brengen tijdens Winter Station ontelbare lampjes, kerstbomen en een antieke carroussel het hele museum in een romantische wintersfeer. Als hoogtepunt kan er geschaatst worden rondom een echte locomotief. Wij zorgen voor de schaatsen. Iedere dag is er een wisselend programma met live muziek en kinderactiviteiten. Het perfecte familie-uitje voor de kerstvakantie! Koop nu je dalurenkaarten voor maar € 7,50 op www.winterstation.nl

Het Spoorwegmuseum
www.spoorwegmuseum.nl
Entree: € 17,50 (>4 jaar).
Museumkaart gratis.
Winter Station 22 december 2018 t/m 6 januari 2019
www.winterstation.nl

Adres:
Maliebaanstation, 3581 XW Utrecht.
T: 030-2306206
E: info@spoorwegmuseum.nl



HET MEDIACENTRUM



Totaalpakket voor uitgevers

Het Mediacentrum is opgericht in 2015, maar bestaat als onderdeel van Telstar Uitgeverij al sinds de jaren '90. Naast de eigen productie, werden er altijd al kranten gemaakt voor derden.

Begonnen met het maken van magazines en zeven kranten, is Het Mediacentrum uitgegroeid tot het bedrijf wat het nu is. Wekelijks worden er 40 nieuwsbladen en verschillende magazines gemaakt voor verschillende uitgevers en inmiddels zijn er 15 vormgevers werkzaam en drie Pubble experts. Begin 2014 ging de samenwerking met Pubble van start. Mede hierdoor kon Het Mediacentrum uitgroeien tot een waardevolle strategische partner voor uitgevers met als doel een sterkere concurrentiepositie in de toekomst.

Het Mediacentrum biedt uitgevers een totaalpakket aan voor alles wat met uitgeven te maken heeft. De focus ligt hierbij op automatisering en de volledige verzorging van DTP werkzaamheden. Ook op andere vlakken wordt ondersteuning geboden, zoals bijvoorbeeld op het gebied van administratie, commercie, redactie en zelfs de bezorging. Alles is bespreekbaar en alles is mogelijk.

De hedendaagse technologische ontwikkelingen bieden uitgevers de mogelijkheid om kranten efficiënter te vervaardigen en toch het lokale karakter van het huis-aan-huisblad te behouden. Dankzij een samenwerking met Het Mediacentrum kan het werk ook sneller worden gedaan, waardoor er meer tijd is voor commerciële projecten. Het Mediacentrum biedt uitgevers een aanzienlijke kostenbesparing en een nieuwe werkwijze met de blik gericht op de toekomst.

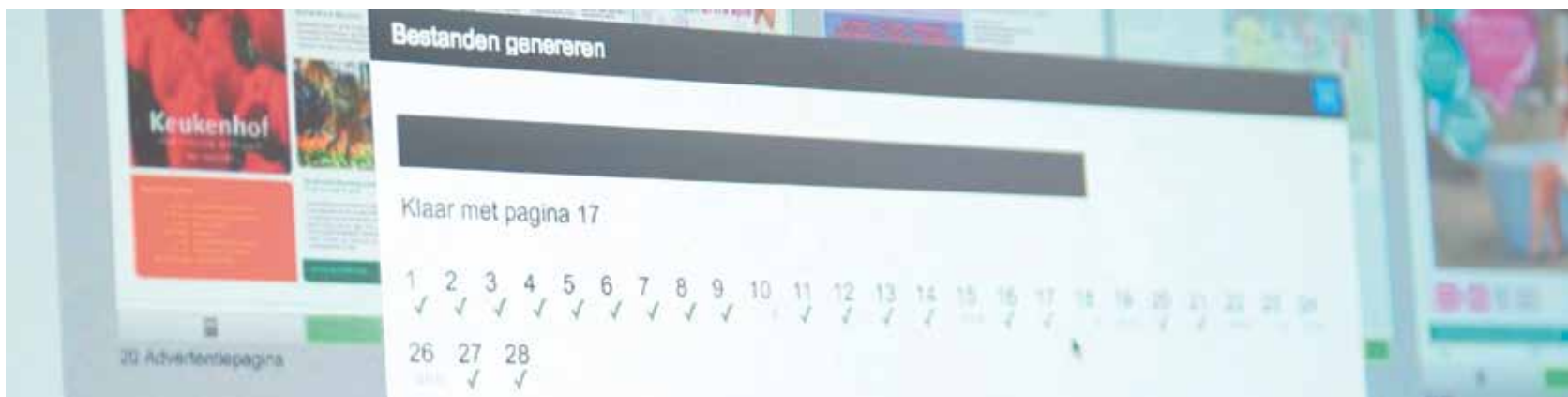
Het Mediacentrum in samenwerking Pubble

In 2014 kwam Het Mediacentrum in contact met Pubble. Gezamenlijk en lerende van andere uitgevers waar Pubble mee samenwerkt, werd Pubble verder doorontwikkeld. Een fijne samenwerking die nog steeds van kracht is, waarbij praktijk en techniek samen komen.

Door de samenwerking met Pubble, kan er veel sneller geproduceerd worden dan voorheen. De opmaak, redactie, verkoop en administratie werken allemaal met Pubble en dus ook met dezelfde gegevens. Eén keer invoeren via één online platform is genoeg en dat scheelt tijd. En tijd kost geld. Een groot voordeel van Pubble, in combinatie met Het Mediacentrum, is dan ook de enorme besparing in de kosten. Pubble maakt uitgeven bovendien veel eenvoudiger. Met Pubble is Het Mediacentrum klaar voor de toekomst!



PUBBLE EXPERT



Door de nauwe samenwerking met Pubble en de opgedane ervaring bij eerder aangesloten uitgevers, kennen de medewerkers van Het Mediacentrum Pubble van binnen en van buiten. Dankzij hun expertise kan Pubble op diverse manieren ingezet en gebruikt worden.

Pubble kan ingericht worden geheel naar de eigen wensen van een uitgeverij. Dit kan met het oog op de verkoop, bijvoorbeeld de manier van boeken zijn, maar ook de prijsstelling. Pubble geeft bovendien een duidelijk inzicht in wie de klanten zijn en wanneer zij advertenties plaatsen. Ook is er een goede koppeling met online, hetgeen bij aangesloten uitgevers extra omzet oplevert. Dit is doorgaans omzet waar weinig tot geen kosten tegenover staan.

Met betrekking tot de redactie beheerst Het Mediacentrum ook meerdere werkwijzen. Zo kan Pubble ingericht worden met vaste templates, maar de uitgevers die de pagina's zelf willen indelen en inrichten, kunnen er tevens goed en snel mee werken. Ook kan een uitgever ervoor kiezen om alleen de artikelen op maat te schrijven en deze later in te plannen.

Dankzij de Pubble expertise bij Het Mediacentrum, kunnen er gerichte trainingen worden gegeven om de implementatie van Pubble soepel te laten verlopen. De medewerkers van een uitgeverij worden zo goed voorbereid. Ook kunnen zij naderhand, indien gewenst, nog altijd voor ondersteuning terecht.

Magazines en ander drukwerk

Wat is er nu leuker dan het maken van een eigen magazine? Dat kan bijvoorbeeld een bedrijfsmagazine zijn, een magazine voor de Oranjevereniging of een magazine ter ere van een speciale gelegenheid, zoals een bruiloft, verjaardag, of pensioen van een goede collega. Dan is het goed om te weten dat Het Mediacentrum ook magazines maakt.

Een magazine, clubblad of een brochure en dat in verschillende modellen, stijlen en papiersoorten. Alles is mogelijk. Met de gewenste ondersteuning en eigen creatieve ideeën en wensen kan een uniek product gemaakt worden. Het ervaren team van Het Mediacentrum adviseert graag over de opties qua materiaal en formaat.

Geen zin in geworstel met ingewikkelde programma's om het magazine samen te stellen? Laat het dan door de ervaren medewerkers van Het Mediacentrum ook ontwerpen. Als het ontwerp klaar is, hoeft er alleen nog maar eigen content te worden toegevoegd. Simpler kan het eigenlijk niet!



SPECIALS VOOR IN DE KRANTEN

Populair bij veel uitgevers zijn de specials met een thema. Thema's die uiteen lopen van zorg en welzijn, tot aan culinair. Bij Het Mediacentrum worden er iedere week meerdere specials gemaakt. Hierdoor liggen er veel (succesvolle) concepten klaar, maar uiteraard kan een eigen ontwerp natuurlijk ook. Alles is mogelijk!

Een special wordt zo ontworpen dat advertenties en redactie in één stijl overgaan. Hiermee is de herkenning van de special in de krant gewaarborgd. Indien gewenst kan men bestanden behorende bij het concept opvragen en gebruiken. Hierna kunnen de verkopers snel aan de slag. Ook de uiteindelijke creatie is vrij eenvoudig, omdat alles al klaar staat voor de vormgeving. Uiteraard geldt dit ook voor een geheel zelf ontworpen special.



GEMEENTEBERICHTEN

Het Mediacentrum werkt ook voor meerdere gemeenten. Voor hen worden de wekelijkse pagina's met gemeenteberichten in de lokale kranten gemaakt met onder meer actueel nieuws, officiële bekendmakingen en informatie over vergaderingen. Ook worden er regelmatig themapagina's gemaakt. Al deze pagina's worden uiteraard opgemaakt geheel in de eigen huisstijl van de gemeente.

Alle gemeenten hebben bij Het Mediacentrum een vast contactpersoon. Hierdoor is er een snelle en korte lijn tussen de gemeenten en Het Mediacentrum. Dit werkt voor beide partijen niet alleen erg prettig, maar is ook nog eens uitermate efficiënt. Actualiteit, helderheid en leesbaarheid zijn erg belangrijk bij het

opmaken van een pagina met gemeenteberichten. Het Mediacentrum is dankzij de jarenlange ervaring dan ook een uiterst betrouwbare partner.

Ook het maken van themapagina's in opdracht van gemeenten is iets wat in goede handen is. Gemeenten kunnen hierin bijvoorbeeld een nieuw bouwproject toelichten of juist plannen voor de renovatie van reeds bestaande wijken. Ook evenementen binnen de gemeente of interessante informatie over bijvoorbeeld een natuurgebied of een gebouw van historische waarde lenen zich goed voor een themapagina. Alle themapagina's worden uiteraard ook in de eigen huisstijl van de betreffende gemeente opgemaakt.



NIEUWSSITES



De medewerkers van Het Mediacentrum hebben al ruim tien jaar ervaring op het gebied van online uitgeven. Met het plaatsen van nieuws op internet wordt het aanbod vergroot en de binding met lezers automatisch sterker. Het Mediacentrum beheert in totaal 34 websites voor verschillende uitgevers.

Het online nieuwsportaal biedt vele extra mogelijkheden naast het brengen van nieuws, zoals lezersacties, marktplaats, bedrijvengids, agenda, de gedrukte krant online en natuurlijk de nodige commerciële mogelijkheden. Het Mediacentrum

ondersteunt de gebruikers en deelt de kennis onder de aangesloten uitgevers. Eventuele aanpassingen worden naar wens doorgevoerd.

Door de uitgebreide technische faciliteiten voor aangesloten uitgevers, wordt het voor iedere uitgeverij gemakkelijk om klanten een online/cross mediale campagne aan te bieden. Hier zijn bijbehorende verdienmodellen voor ontwikkeld. Het Mediacentrum biedt dus niet alleen de techniek of het idee, maar een volledig commercieel product. Zo kan er direct worden gestart met het realiseren van online omzet.

Gedreven door creatie én techniek

Naast de werkzaamheden in Pubble, worden door Het Mediacentrum ook nog vele andere diensten geleverd. Behalve de opmaak en productie van kranten kan Het Mediacentrum dus op veel meer vlakken van dienst zijn, bijvoorbeeld bij het opmaken en produceren van drukwerk.

Tevens wordt de rol van reclamebureau vervuld en worden er compleet nieuwe huisstijlen ontwikkeld, inclusief logo. Alles op maat en uiteraard volledig naar de wensen van de klant. Hiermee kan de herkenbaarheid van een bedrijf versterkt worden en dat is belangrijk in de huidige markt. De concurrentie is tegenwoordig immers groot.

Het Mediacentrum in cijfers

Productiecijfers 2017

Aantal pagina's:	60.311
Aantal advertentiepagina's:	40.841
Aantal redactiepagina's:	19.470
Aantal advertenties:	147.425

Gemiddeld maakt Het Mediacentrum 2.835 advertentie & 1088 pagina's in de week!



GEMEENTEBERICHTEN



SPECIALS

WEBSITES



HETMEDIACENTRUM

Boezemweg 21 • 2641 KG Pijnacker • (015) 361 54 99 • info@hetmediacentrum.nl • www.hetmediacentrum.nl

Uitkijkpost Media wenst iedereen een succesvol 2019

Maker van de h.a.h. bladen: *Uitkijkpost* **DE UITGEESTER**

Drukwerk Online Video producties Bedrijfsfilms Boek producties

Uitkijkpost
media bv

Poststraatweg 464 Heiloo | T 072 5330175 | www.uitkijkpost.nl

EENDRACHTBODE
DE THOOLSE COURANT

Al bijna 75 jaar hét nieuwsblad van Tholen

We wensen iedereen
een gezond 2019!

www.eendrachtbode.nl

Team Eilanden-Nieuws wenst u
goede kerstdagen en een
gezond en succesvol 2019.



Wij maken ook magazines

EILANDEN-NIEUWS
De krant van Goeree-Overflakkee

Ook in het nieuwe jaar bereik je meer met **Kontakt Mediapartners!**



Weten hoe?
kontaktmediapartners.nl

kontakt
media
partners

! nnp

Bestuur en bureau
van de NNP wensen
u een goed jaar toe!

2019

BrugMedia ontzorgt ook in 2019

BrugMedia is gespecialiseerd in het opmaken van krantproducten. Niet alleen voor onze eigen edities, maar ook voor derden. Wij maken diverse periodieke kranten op, wekelijks of tweewekelijks, maar ook vele diverse jaarlijkse (feest)kranten. Wilt u ook 'ontzorgd' worden in de opmaak van uw krantproduct en een nog betere krant op de mat leggen bij uw lezers? Neem dan vrijblijvend contact met ons op om de mogelijkheden te bespreken of kijk op www.brugmedia.nl.

Uitgever Vormgeving Online Marketing & Communicatie Drukwerk

Uw 'One stop communicatie shop'

powered by
bco
reclamebureau.nl

Wij wensen
u een klant-
vriendelijk
2019

BRUG
MEDIA

Constructieweg 41-1
8263 BC Kampen
(038) 333 10 27
info@brugmedia.nl

Duurzaamheidsambitie overal zichtbaar bij Rodi

De duurzaamheidsambitie is bij Rodi Media overal zichtbaar. "We nemen nu al veel maatregelen om straks een CO2 neutraal bedrijf te zijn. Verantwoordelijkheid nemen bestaat uit keuzes maken en inspelen op wensen vanuit de markt, maatschappij en de keten", aldus Dick Ranzijn, technisch directeur bij Rodi.

Be innovative, be green, print waterless is een credo van Ranzijn. "Vooral in Diemen, waar de rotatiedrukkerij gehuisvest is, worden eisen gesteld om de duurzaamheidsambitie intensief na te streven. Investeren in duurzaamheid wordt vaak gezien als kostenverhogend. Echter, dat kan juist leiden tot het tegenovergestelde. Wij werken met niet-scha-

delijke stoffen tijdens de productie. Wij passen de best beschikbare technieken toe bij het bestrijden van luchtmissie. Hierdoor ontstaat een gezonder werkklimaat."

Voorloper

Product-technisch is de drukkerij een voorloper op het gebied van milieubetrokkenheid. "We geven

regelmatig rondleidingen om gemeenten, bedrijfsleven en particulieren te laten zien hoe schoon en milieuvriendelijk wij werken. Zo hebben we een chemieloze plaatproductie, kunnen we door nieuwe technieken de kranten sneller op kleur brengen (minder papierafval, dat overigens gerecycled wordt) en natuurlijk maken we gebruik van groene stroom. Ook zijn we 14001 gecertificeerd. En voor de productie van onze kranten en magazine gebruiken we FSC gecertificeerd papier. Verder zijn we in een ontwikkelingsfase met betrekking tot

mineraal en olievrije inktten. Als dit tot een succes leidt, werken we straks volledig chemieloos."

Het kwalitatief hoogwaardige drukproces in combinatie met gestelde milieueisen leidt tot onderscheidende producten die in Diemen van de persen rollen. "Zes dagen per week worden er rond de vijf tot zes miljoen kranten gedrukt; 29 eigen huis-aan-huisbladen en tientallen kranten van externe uitgeverijen.

Denk daarbij aan het Financieel Dagblad (FD) en het Nederlands Dagblad (ND). Ook veel reclame- en mediabureaus kiezen voor onze drukkerij", besluit Ranzijn.

Investerings uitgeverij

Naast de duurzame maatregelen in de rotatiedrukkerij staan ook de ontwikkelingen bij de uitgeverij niet stil. Eric Kooij, commercieel directeur Rodi Media: "Zo werken we straks met nieuwe software en is Rodi Media helemaal klaar voor de toekomst. De extra mogelijkheden voor print en online sluiten ook goed aan op de behoeften van klanten en lezers. Nieuwe producten en diensten creëren, dat is de ultieme uitdaging voor ons. Door de nieuwe software krijgen onze medewerkers handvatten om een hogere kwaliteit te leveren. Dit is precies de stap die we nodig hebben om nog meer groeien als uitgeverij."



10 vragen aan... Pius Schilder

1. Wie bent u?

Mijn naam is Pius Schilder en ik werk 49 jaar in Volendam bij Drukkerij Nivo, 80 jaar geleden opgericht door mijn vader. Hij begon hier een krant: Nieuw Volendam, in de volksmond Nivo genoemd. Het is een abonneekrant en pakweg negentig procent van de Volendammers leest het. Ook in Edam hebben we 850 abonnees. De oplage is 8.200 kranten. Ik ben een geboren en getogen Volendammer en het werk in de drukkerij is me met de paplepel ingegoten. Ik maak al 30 jaar foto's van allerlei gebeurtenissen en evenementen in het dorpen maak er verslagen van.

2. Vertel eens wat verrassends over uzelf

Mijn hobby is wandelen. Volgend jaar hoop ik voor de twintigste maal de Vierdaagse van Nijmegen uit te lopen. Dan heb ik de 50 en 40 km allebei tien keer uitgelopen. Verder tennis en fiets ik graag. 's Nachts kunnen ze me wakker maken voor een lekker visje, gebakken of gestoofd.

3. Wat maakt uw bedrijf zo bijzonder?

Wij hebben een laagdrempelig en dienstverlenend bedrijf, een begrip in Volendam. In de loop van de jaren is ons bedrijf enorm gemoderniseerd en gedigitaliseerd. Het geheim van ons succes? Wij zijn een krant voor en door de mensen. We hebben altijd een goede samenwerking gehad met de verenigingen, kerk, gemeente en politieke partijen.

4. Welk redactioneel verhaal of commerciële activiteit zal u altijd blijven?

Ik word geregeld aangesproken om ergens een artikel over te schrijven. Bijvoorbeeld als in een straat de verlichting al lange tijd niet in orde is. Ze hebben dan al meerdere keren de gemeente gebeld om er wat aan te doen, maar tevergeefs. Een artikel in onze krant doet dan wonderen. Toen de kerk gerestaureerd moest worden hebben we een serie artikelen geschreven over de actie 'Twee miljoen samen doen'. Inwoners en het bedrijfsleven werden gemobiliseerd om de kerk te redden. Dat is gelukt. Na de Nieuwjaarsbrand in Volendam hebben we een maand lang kranten uitgegeven met een rouwrand om de pagina's. De berichtgeving was speciaal gericht op de hulpverlening. Daarvoor hebben we tijdens een expositie in het Persmuseum in Amsterdam een eervolle vermelding en oorkonde gehad.

5. Wanneer bent u lid geworden van de NNP? Wat waren de overwegingen?

Mijn vader is met de oprichting van de Nivo meteen lid geworden van de NNP. Hij werd nog postuum gehuldigd vanwege zijn 50-jarig lidmaatschap, nu 30 jaar geleden. Een medaille werd door een bestuurslid van de NNP overhandigd. Als je (juridische) problemen hebt dan kun je altijd bij een vakorganisatie als de NNP terecht. Bij deze belangenvereniging zit kennis en ervaring.

6. Voor welke uitdagingen staat uw bedrijf?

Zelf ben ik nu 63 en ga het stokje langzaamaan overdragen. In de toekomst zal onze krant op internet vernieuwingen gaan doorvoeren. Verder is de Kabelkrant op z'n retour. De jonge garde gaat het op een deels nieuwe manier voortzetten. Volgens mij blijft de 'papieren krant' gewoon bestaan, maar met de nieuwe mediavormen zal er gewerkt moeten worden om bij te blijven en vernieuwend te zijn. Maar hoe dat eruit zal komen te zien, dat is een vraag die denk ik bij alle uitgevers leeft.

7. Hoe kijkt u naar het lokale, regionale landelijke en zelfs mondiale medialandschap?

De media is steeds in beweging. Jongeren hebben andere interesses als ouderen en zijn veel bezig met social media. De jeugd leest veel minder dan 50-plussers, ze spelen liever met hun smartphone of tablet. Ons bedrijf gaat mee in de nieuwste ontwikkelingen, maar de papieren krant blijft de basis. Om de lezers te interesseren moet er geïnvesteerd worden in kwaliteit: boeiende verhalen, achtergrondinformatie bij het nieuws en lezenswaardige artikelen. Je moet niet denken dat je als krant het nieuws sneller brengt dan mediakanalen als sociale media. Dat gaat niet lukken. We moeten samen een goede krant maken, die de mensen graag lezen. Dan worden onze adverteerders ook geprikkeld.

8. Kip of het ei? Hoe ziet u de verhoudingen tussen commerciële activiteiten en redactionele artikelen? Waarom?

Met alleen een papieren krant red je het tegenwoordig niet meer. Er zullen extra activiteiten ontwikkeld moeten worden. Wij zijn een abonneekrant en werken met een verhouding van zeventig procent nieuwsartikelen en dertig procent advertenties. Succesvol is onze rubriek 'Bedrijven in Beeld', waarin de bedrijven zich in een advertorial kunnen presenteren in de krant. Verder dienen we de adverteerders méér te bieden, zoals plaatsing op de website van de Nivo, Kabelkrant en social media.

9. Stel: u krijgt ruimte op een tegeltje, wat zou u daarop willen schrijven?

Leven en laten leven.

10. Aan welk NNP-lid zou u dit stokje willen overdragen?

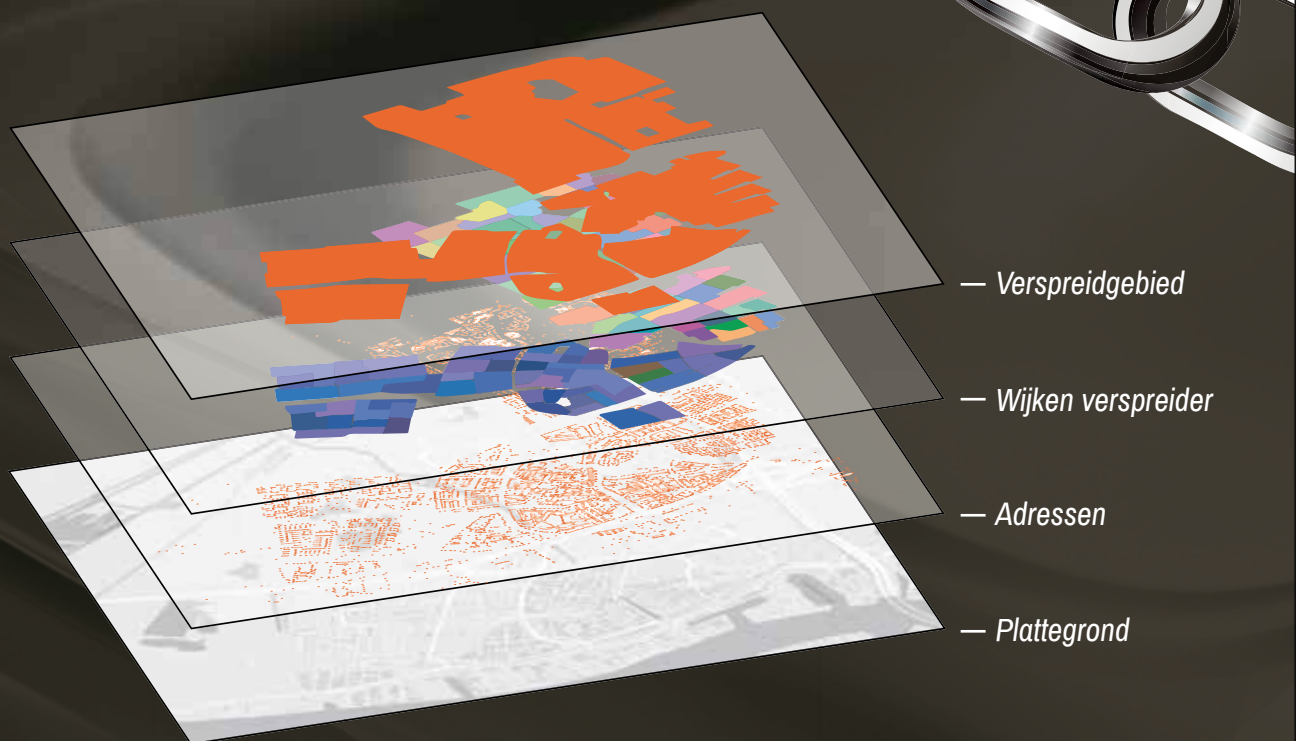
Deze vraag laat ik graag aan de redactie van het NNP-blad.

SPREAD-it

Krijg grip op uw verspreidgebied en verbind de keten.

Bepaal op basis van BAG uw verspreidgebied en de te verspreiden aantallen.

Verbeter uw kwaliteit door meer inzicht in de keten en maak selfservice met uw partners mogelijk.



- | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------|---------------------------|
| ■ Klachtenmanagement | ■ Abonnementenadministratie | ■ Offerte- / ordermodule | ■ Drukopdracht | ■ Stukloonnorm |
| ■ Dashboard / rapportages | ■ Bezorgersadministratie | ■ Facturering | ■ Transport | ■ Bezorgersportaal / -app |



Kennis van de uitgeversmarkt ■ Deskundige en ervaren medewerkers ■ Voor grote en kleine uitgevers

Wilhelm Röntgenstraat 8a
8013 NE Zwolle
+31 (0)38 467 15 80
www.spread-it.nl

Inkomsten vanuit redactie hard nodig

Betaalde WeesperNieuws Extra is een baanbrekende mega-operatie

■ ABONNEMENTEN

In Weesp is onlangs een ontwikkeling in gang gezet die baanbrekend en misschien zelfs een revolutie is in de uitgeverwereld. Het lokale nieuwsblad WeesperNieuws, een gratis wekelijkse uitgave van Enter Media, wordt uitgedoosd en de meest interessante artikelen plus extra artikelen worden achter een betaalmuur gezet met als naam WeesperNieuws Extra. Deze mega-operatie, die in het hele land door uitgevers nauwlettend zal worden gevolgd, is mogelijk dankzij Pubble.

“Ons doel is om de onafhankelijke lokale journalistiek in Weesp te kunnen behouden en te versterken. En daar zijn ook de inkomsten van abonnees hard bij nodig,” aldus Jan Piersma, directeur van uitgever Enter Media.

Voor Piersma - en dit geldt in feite voor alle uitgevers van gratis lokale kranten - is het zo helder als een pas gezeemd raam: het oude verdienmodel, waarbij adverteerders zorgen voor de inkomsten, staat hevig onder druk. Om allerlei bekende redenen (minder winkeliers en dus minder lokale adverteerders en de opmars van nieuwe media zijn twee belangrijke) komen er minder adverteerders en daar komen de stijgende papierprijzen en de hogere prijs voor de bezorgers nog eens bij als pijnpunten.

Afwachten is geen optie, er moest iets gebeuren

Afwachten is geen optie, er moest iets gebeuren en Enter Media zoekt dat voor WeesperNieuws Extra als online-abonnementenkrant. Want, zo luidt het uitgangspunt: de redactie levert waardevolle content en het is absoluut niet vreemd om daar geld voor te vragen. De bakker bakt immers ook geen brood om dat gratis uit te delen. Hoofdredacteur André Verheul laat weten: “Dit is een nieuwe manier om journalistieke producties te presenteren, waarmee we de lezer meer bieden én hen voor exclusief nieuws laten betalen.”

Meer en beter, dat is dus de uitdaging waarvoor de redactie zich geplaatst weet. De drager van alle berichten is en blijft WeesperNieuws, dat immers een niet meer weg te denken ‘merk’ is in de lokale gemeenschap. Want, zegt Verheul: “WeesperNieuws is veel meer dan elke week een papieren krant. Het zijn alle nieuwsberichten, achtergrondartikelen, interviews en serviceberichten die we maken. En die brengen we via verschillende kanalen naar buiten, waaronder krant, tv en internet.”

En vanaf nu dus met het nieuwe kanaal WeesperNieuws Extra. “WeesperNieuws Extra is een extra en advertentievrije website waarop onze redactie alle grotere journalistieke producties aanbiedt”, licht Verheul toe. “Denk niet alleen aan artikelen waarin we dieper ingaan op het lokale én regionale nieuws, maar ook aan interviews en andere boeiende verhalen. Het zijn verhalen die je niet in onze gratis huis-aan-huis-krant kunt lezen of daar slechts op hoofdlijnen in terugvindt.”

Meertrapsraket

De redactie hanteert daarom sinds kort een meertrapsraket bij de beoordeling van berichten. De (korte) actuele berichten lees je dagelijks op WeesperNieuws.nl (gratis website) en WeesperNieuws TV (kabelkrant). In de gratis huis-aan-huis-krant wordt elke week een selectie van de belangrijkste onderwerpen gemaakt die op hoofdlijnen worden vermeld. “De achtergrondartikelen en langere interviews zal je dus niet meer, of in elk geval een stuk korter, in de gratis huis-aan-huis-krant terugvinden. Wil je meer de diepte in, dan kun je terecht op WeesperNieuws Extra. Al die mooie Extra-artikelen kun je alleen lezen als je een abonnement hebt. Daar vragen we 5,50 euro per maand voor. Daarvoor krijg je toegang tot alle artikelen van het WeesperNieuws, plus alle regionale artikelen van de andere nieuwsbladen van Enter Media”, aldus Verheul.

Voor de lezers absoluut geen issue, maar voor de mega-operatie van groot belang is dat ‘alles werkt’ en daar komt Pubble in beeld. WeesperNieuws was de allereerste krant die is gemaakt met dit online-automatiseringssysteem dat uitgeven een stuk eenvoudi-

ger en efficiënter maakt, en het was vanaf acquit duidelijk dat de hele operatie zonder een innige samenwerking niet mogelijk zou worden.

Voor Pubble is het, zegt Joris de Bruijn, al langer helder dat er behoefte is aan nieuwe verdienmodellen in de uitgeverwereld. Daarvoor zijn de afgelopen periode een aantal functionaliteiten ontwikkeld die voor WeesperNieuws Extra prima bruikbaar zijn. Hij licht toe: “Tientallen uitgevers maken inmiddels gebruik van Pubble en daardoor hebben wij een goed inzicht in wat er leeft onder uitgevers. Sterker, als een uitgever een wens heeft dan ontwikkelen wij een tool om die wens in te vullen, dus wij helpen ze zelfs met nieuwe verdienmodellen. Pubble heeft daarvoor een groot aantal uitgeeftools ontwikkeld die normaal gesproken vrijwel onbetaalbaar zijn om zelf te ontwikkelen, waardoor ze nu beschikbaar komen voor alle aangesloten uitgevers.

Lage drempel

Op deze manier heeft Pubble bijvoorbeeld met Mediabureau Langveld en de Rooy, uitgever van onder andere de abonnementskrant Texelse Courant, een module ontwikkeld die het eenvoudig maakt om een abonnement te betalen. “Die staat nu ook ter beschikking van WeesperNieuws

Extra”, zegt De Bruijn. “Eigenlijk is alles om deze operatie mogelijk te maken al in Pubble beschikbaar. Alleen gaat het erom wat een uitgever wil gebruiken en daarvoor hebben wij een aantal aanpassingen gedaan.”

De Bruijn heeft een voorbeeld: “We hebben er heel hard aan gewerkt om aan iedereen die reeds is geabonneerd op de gratis nieuwsbrief van WeesperNieuws er middels een pop-upbericht op te wijzen dat WeesperNieuws Extra er is, dat je daarvoor moet betalen én, erg belangrijk, dat je je zonder dat je je opnieuw moet laten registreren, kunt abonneren én meteen ook kunt betalen terwijl je nog niet bent ingelogd. Pubble herkent namelijk dat de ontvanger van de nieuwsbrief al in het systeem staat. Wij hebben hiermee de drempel om abonnee te worden extreem laag gemaakt.”

‘Verhalen die je niet in onze huis-aan-huis-krant kunt lezen’

Dit is een belangrijke aanpassing, want het blijkt dat deze groep vaste volgers van WeesperNieuws de meest interessante prospects zijn om abonnee te worden van

WeesperNieuws Extra. En natuurlijk is dit allemaal AVG-proof. Ook belangrijk is dat Pubble achter de schermen nauwkeurig bijhoudt welke artikelen het best worden gelezen. De Bruijn: “Bij de reguliere nieuwsberichten is bijvoorbeeld helder dat ongelukken goed worden gelezen. Maar het is de vraag of dit ook geldt voor abonnees van WeesperNieuws Extra. Misschien zijn het wel achtergrondartikelen, of portretten, of wat dan ook. Pubble analyseert welke artikelen vaak worden gelezen en de redactie kan daar het beleid op afstemmen.”

Qua vormgeving zijn de artikelen op WeesperNieuws Extra bevestigend anders dan de reguliere artikelen en ook dat heeft Pubble mogelijk gemaakt. “Er is in nauw overleg met elkaar ervoor gekozen dat de artikelen een kort chapeau hebben, waardoor je in één of hooguit twee woorden kunt zien wat het onderwerp is. Vervolgens is er een kop, een grote foto, een kort intro en daarna volgt het artikel. Daarin kunnen eventueel streamers en kaders worden verwerkt. Wil de auteur meerdere foto's plaatsen, dan kan dat. Het ziet er allemaal erg mooi uit, ik kan niet anders zeggen. En de artikelen zijn ook goed leesbaar op de smartphone. Dat is eigenlijk een eerste voorwaarde”, zegt De Bruijn.

De komende maanden worden voor alle betrokkenen spannend, zoveel is wel zeker, en indien nodig wordt er bijgestuurd. De Bruijn: “Dit is een soort living lab en dat maakt het allemaal erg interessant. Ik ben heel benieuwd welke wensen er nog zijn, waarbij vaststaat dat we Enter Media optimaal zullen helpen. En daarmee impliciet alle andere uitgevers die gebruikmaken van Pubble.”



WEESPERNIEUWS



NIEUW!
EXTRA
www.weespernieuws.nl/extra

Een 'bijna echte krant'

Laat uw lezers de krant lekker online doorbladeren

ONLINE

Bent u als uitgever ook jaloers op die kranten die een prachtige 'doorbladerbare' krant op de site hebben staan, maar die vanwege de hoge kosten voor u niet lijkt weggelegd? Pubble bedient u hiermee dan op uw wensen want deze mogelijkheid zit nu in het systeem.

Even snel de sportpagina en net zo makkelijk weer terug

Er is weinig fijner dan een krant op je smartphone, tablet, laptop of pc die je fijn kunt doorbladeren. Even snel naar de financiële of sportpagina's en net zo makkelijk weer terug naar de voorpagina of pagina waar je was gebleven. Met gewone pdf's werkt dat niet fijn en al helemaal niet snel en dit beseffen ze terdege bij Pubble.

Pubble maakt het voor u uiterst eenvoudig om online een 'bijna echte krant' (alleen het gevoel en de geur van papier ontbreken) te laten verschijnen van uw krant(en).



Pop-up

Uw lezers worden hiermee optimaal bediend. Wil de lezer een bepaald artikel lezen dan klikt hij dit aan, waarna het verhaal inclusief de foto als een pop-up opent op het scherm waar hij of zij achter zit. Klaar met lezen? Weer even aanklikken en je bent terug in de krant en kun je op

naar het volgende lezenswaardige nieuwsbericht, reportage of interview. En niet onbelangrijk: ook de advertenties zijn te zien op de pagina waarin ze ook in de reguliere krant verschijnen. Pubble heeft voor iedere uitgever deze tool klaar staan. Meer weten? Vraag naar de mogelijkheden bij Pubble.

Extra omzet genereren

Elk bedrijf zijn eigen webpagina via Pubble

COMMERCEEL

Pubble maakt het heel eenvoudig om een bedrijf in het zonnetje te zetten met een exclusieve bedrijvenpagina op de website van de uitgever. Dit genereert geheid extra omzet. Hoe we dat weten? Een aantal uitgevers werkt er reeds met volle tevreedenheid mee.

Iedere commercieel medewerker herkent de vraag: 'Als ik adverteer, krijg ik dan ook redactionele aandacht?' Bij veel uitgevers geeft deze vraag spanning tussen redactie en commercie en vaak is een al dan niet betaalde advertorial de oplossing. Wat is er dan niet mooier om deze vraag altijd bevestigend te kunnen beantwoorden of nog mooier: om hier proactief mee aan de slag te gaan zodat elk bedrijf de mogelijkheid heeft om

op een speciale pagina zijn eigen boodschap in de desbetreffende krant (of kranten) te publiceren.

Bedrijvenpagina

Dit is waarin de module Bedrijvenpagina van Pubble voorziet. In deze module wordt de door de ondernemer gewenste tekst, plus logo en foto (indien aanwezig) geplaatst en vervolgens wordt deze met één druk op de knop zichtbaar voor iedere bezoeker van de website. Ook de website, het mailadres, het telefoon- en faxnummer en een kaartje met de locatie kunnen worden getoond.

Nieuwsbericht

Alle bedrijvenpagina's staan in de informatiebalk bovenin keurig op categorie gerangschikt onder het kopje 'Bedrijven'. Er zijn echter altijd ondernemers die nog meer exposure willen en

ook hierin voorziet Pubble met de optie om de bedrijvenpagina mee te nemen als nieuwsbericht. Die

"Als ik adverteer, krijg ik dan ook redactioneel aandacht?"

wijkt tussen de nieuwsberichten alleen af in die zin dat eronder staat dat het een gesponsord bericht is.

Wil de ondernemer nog meer aandacht? Bombardeer hem dan tot Bedrijf van de Week en ook dat regelt Pubble in een handomdraai: deze eretitel wordt keurig gemeld in een banner die komt te staan naast de nieuwsberichten.

Mailberichten via de mail rechtstreeks in Pubble

REDACTIE

Ongetwijfeld weet u hoeveel mails er dagelijks of wekelijks binnenkomen bij de redactie. Op elke redactie zijn dat er tientallen. En er is een redelijke kans dat u weleens heeft gedacht: het scheelt een hoop knip-en-plakwerk als die berichten direct zouden zijn gekoppeld aan Pubble zodat ze eenvoudiger kunnen worden bewerkt. Pubble heeft de oplossing, want mails aan uw redactie(s) kunnen nu rechtstreeks worden gelezen én bewerkt.

Deze nieuwe module heeft een paar grote voordelen. Allereerst hoeft niet meer te worden geschoven met content, want deze wordt in zijn geheel door Pubble gelezen. Een bijlage in Word wordt meteen onder aan het be-

richt zichtbaar, zodat deze direct kan worden bewerkt voor de redacties. Foto's en ander relevant beeld worden direct als media herkend en gekoppeld. Naast de tijdswinst en het gemak die dit oplevert, is een derde voordeel dat alle redacteuren in hetzelfde systeem werken. Is een persbericht verwerkt tot bericht in de gewenste media dan is dit meteen te zien door een groen vinkje. Dubbel werk en vragen als 'Is dat al gedaan?' worden zo voorkomen.

Doorgestuurd

Verder kunnen berichten ook in de wacht worden gezet, beantwoord en doorgestuurd naar derden. De meest gebruikte en noodzakelijke functies voor de verwerking van mail zitten in deze nieuwe mailmodule. Want gemak dient de redactie.

Advertentie omzetten naar banner zo geregeld

COMMERCEEL

Van een adverteerder in de krant een banner plaatsen op de website was altijd best tijdrovend. Zonder extra werk plaatst Pubble de gewenste advertentie namelijk door naar de website. Vooral uw commerciële medewerkers zullen er blij mee zijn en uw omzet stijgt erbij.

Even de optie 'online plaatsen' aanvinken en de advertentie die gemaakt is voor de krant, verschijnt vanzelf op de website. Simpel gaat het niet worden.

Het enige dat in deze gevallen nog 'handwerk' is, is het bedrag vermelden waarvoor de advertentie wordt doorgeplaatst en de periode definiëren wanneer de advertentie moet worden geplaatst. Pubble doet de rest.

Ook handig is dat kan worden aangegeven dat de advertentie in andere web-edities dan de krant waarin deze in print verschijnt moet worden gepubliceerd. Het maakt bij deze handige tool niet uit hoe groot de advertentie is. Er geldt: wanneer deze geprint kan worden, dan kan deze ook aan het de website worden toegewezen.

Wilt u twee of meer advertenties op dezelfde plek? Ook dat kan, want dan maakt Pubble er zonder omkijken een carrousel van.

Statische advertentie

Goed te weten: de advertentie gaat mee als statische advertentie op de plek en voor de periode en prijs die die daarvoor in Pubble is aangevinkt. Moet de banner bewegen of zijn er andere eisen, dan kan deze door de DTP alsnog specifiek worden aangemaakt.

Zo werkt Pubble

Snel en flexibel, dat is Pubble. Gemaakt door mensen die dagelijks een krant maken. En dat merk je meteen. Veel mogelijkheden, weinig gedoe. In een handomdraai zet je de krant in elkaar. Kortom, dé contentmanager voor elke uitgever!

We laten u graag zien hoe het werkt.

Kijk op pubble.nl of maak een afspraak met ons via telefoonnummer 0294-410054.



NNP Jaaroverzicht 2018



NNP-nieuwjaarsbijeenkomst waarbij deelnemers proosten en bijpraten.



Derde editie bij Brugmedia in Kampen met onder andere een bezoek aan Museum de Fundatie in Zwolle.



Bijeenkomst "De klant centraal" onder leiding van marketingspecialist Martin de Winter



De smartphone-videotraining door NNP viel in de smaak



HOEKSTRA

KRANTENDRUK | EMMELOORD



De krant

is gewoon leuker!

Uw krantendrukker sinds 1882

ADRES
Werktuigenweg 9
8304 AZ Emmeloord

POSTADRES
Postbus 1029
8300 BA Emmeloord

T +31(0) 527 630 200
W hoekstrakrantendruk.nl
E info@hoekstrakrantendruk.nl

NNP Jaaroverzicht 2018

Een nieuwjaarsbijeenkomst, de NNP-dag, een videotraining en een geslaagde uitgeversdag. Deze en tal van andere activiteiten maakten 2018 een mooi jaar. Hierbij een kort overzicht:

NNP-nieuwjaars-bijeenkomst

Een nuttige bijeenkomst waarbij deelnemers volop de gelegenheid hadden om eens goed bij te praten en samen te proosten op het nieuwe jaar.

NNP-dag

Een mooie en gezellige dag in het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum. Een dag vol met ontmoetingen en activiteiten als de workshop 'Beter fotograferen op je mobiel', de Algemene Ledenvergadering en de mediabeurs. Alle deelnemers brachten ook een bezoek aan het instituut. Het hoogtepunt van dag was de uitreiking van de NNP-prijzen.

NNP-videotraining valt in de smaak

Een smartphone-videotraining door video-consultant Pelpina Trip, waarbij deelnemers uitleg kregen over 'People, Platform, Purpose'. Ook het maken van beelden en de bewerking ervan met bijbehorende programma's kwam aan bod.

NNP-bijeenkomst 'klant centraal'

Een drukbezochte bijeenkomst met als thema 'De klant centraal', onder leiding van marketing-specialist Martin de Winter.

Bijeenkomsten Cijfers op tafel:

Reactie Wim Heijboer van Eendrachtbode, nieuwsblad voor Tholen en Sint Philipsland: "Wat kost een foto? Hoeveel euro moet je neertellen voor een pagina? Dergelijke vragen kwamen aan de orde tijdens deze bijeenkomst. Uitgevers kwamen bij elkaar om van gedachten te wisselen over zaken die met de exploitatie van de krant te maken hebben. Bij Trainews in Yerseke werden we hartelijk ontvangen door uitgever Daniël van Iwaarden. Hij is één van de nieuwe leden en bezoekt graag alle activiteiten om collega's te ontmoeten en meer van het uitgeversvak te leren kennen."

"heel prettig om eens vrij en in vertrouwen te spreken"

Reactie Janneke Mars, directeur bij Uitkijkpost Media in Heiloo: "Ik heb met cijfers niet veel. Maar ik vond het vooral heel prettig om eens vrij en in vertrouwen te spreken met anderen over cijfers. Ook andere vraagstukken kwamen aan bod: hoe werken andere uitgevers? Wat stoten ze af en wat houden ze aan? De NNP geeft mij een plek waar je mensen ontmoet en een klankbord vindt."

Zeer geslaagde NNP-uitgeversdag

De derde NNP-uitgeversdag op donderdag 8 november was weer zeer geslaagd. Gastheren waren Johan van der Kolk en Bauke Hoekstra van Brugmedia in Kampen. De dag begon met een presentatie over Brugmedia, waarna de deelnemers met de bus naar Zwolle trokken voor een mooi bezoek Museum de Fundatie. Terug in Kampen kregen ze een rondleiding door de mooie eeuwenoude Hanzestad aan de IJssel. De rondleiding eindigde bij het schip 'De Summertime', met een tochtje over de IJssel en een diner.



Winnaars NNP-prijzen 2018

Onderscheidende producties in krantendruk

Voor iedere uitgever hebben wij een passend formaat krant



JANSSEN/PERS 
   **ROTATIEDRUK**

Tweede Dwarsweg 81 - 6591 XP Gennep - 0485-490433 - www.janssenpers.nl

HAARSCHERP DRUKWERK



**Milieubewust en
haarscherpe druk**

| Media |

Rotatiedruk |

Verspreiding |

Rodi Rotatiedruk

Visseringweg 40

1112 AT Diemen

Postbus 150

1723 ZK Noord-Scharwoude

+31 20 3980808

rotatiedruk@rodi.nl

www.rodirotatiedruk.nl