

70<sup>E</sup> JAARGANG  
NUMMER 1  
MAART 2017

npn

DÉ ORGANISATIE VAN LOKALE NIEUWS MEDIA

# uitnodiging NNP-dag 2017



N E D E R L A N D S E N I E U W S B L A D P E R S



## NNP-dag bij Aviodrome in Lelystad

# Lokaal weer helemaal op de hoogte

De spreker van de dag Thijs Slegers, chef perszaken van voetbalclub PSV, die het belang van lokale en regionale nieuwsmedia onderstreept, een workshop 'denken in termen van kansen en niet van problemen' van de mensen achter de organisatie Omdenken en een algemene ledenvergadering. Het programma van de NNP-dag op donderdag 20 april 2017 is weer goed gevuld. Het jaarlijks terugkerend evenement speelt zich deze keer af bij de leukste vliegbestemming van Nederland: Nationaal luchtvaart-themapark Aviodrome in Lelystad.

Branchevereniging Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP), dé organisatie van lokale nieuwsmedia, nodigt haar leden, relaties en sponsors van harte uit voor een inspirerende en gezellige netwerkbijeenkomst.

Het museumpark Aviodrome is vanaf 10 uur geopend en de deelnemers aan de NNP-dag mogen voorafgaand aan het evenement een bezoek brengen aan het park. Vanaf 13.30 uur worden zij verwacht in de Friendship Foyer, waar zij hartelijk worden ontvangen met koffie of thee en wat lekkers. Dit is tevens de locatie waar de NNP-mediabeurs staat opgesteld.

Het plenaire gedeelte begint om 14.30 uur en rond de klok van 17.15 uur begint de borrel en wordt het buffet geopend. Voorafgaand aan de dag zijn de NNP-leden van harte uitgenodigd voor de Algemene Ledenvergadering (ALV). Voor

het bijwonen van deze vergadering ontvangen zij ieder nog een persoonlijke uitnodiging, waarmee ze zich kunnen aanmelden via een antwoordkaart of via [nnpnl@nnp.nl](mailto:nnpnl@nnp.nl)

Alle deelnemers van de NNP-dag ontvangen een digitale kaart voor toegang tot Aviodrome. Het is belangrijk om te weten dat deze kaart strikt persoonlijk is en dat deze vooraf dient te worden geprint. Er zijn voldoende parkeerplaatsen en parkeren is gratis. Let op: het parkeerkaartje bij vertrek laten activeren aan de kassa en laat nooit waardevolle spullen in de auto achter. Luchtvaart themapark Aviodrome is gelegen aan de Pelikaanweg 50 in Lelystad (Luchthaven).

Een goed gevuld programma en de prachtige locatie Aviodrome zullen zorgen voor een geslaagde NNP-dag, waarna de deelnemers lokaal op de hoogte zijn.

## Programma NNP-dag

10.00 uur	Deuren Aviodrome open. Vrij toegankelijk voor deelnemers NNP-dag.
12.00-13.30 uur	Algemene ledenvergadering (hiervoor krijgen NNP-leden persoonlijk een uitnodiging).
v.a. 13.30 uur	Ontvangst genodigden NNP-dag in Friendship Foyer. Hier staat ook de mediabeurs opgesteld.
14.30 uur	Start NNP-dag in Uiverzaal onder leiding van dagvoorzitter Henk van Zanten. <ul style="list-style-type: none"><li>• Uitreiking NNP-prijzen.</li><li>• Toespraak Thijs Slegers, chef perszaken PSV.</li><li>• Interactief, inspirerend en humoristische clinic van Omdenken.</li></ul>
17.15 uur	Borrel en buffet in Friendship Foyer.
20.00 uur	Afsluiting NNP-dag.



In dit nummer:

PAGINA 3  
"Aviodrome, de leukste vliegbestemming van Nederland"



PAGINA 5  
Interview Thijs Slegers, gastspreker tijdens de NNP-dag



PAGINA 11  
Nieuw NNP-lid: ruim vijftig jaar Actief Media



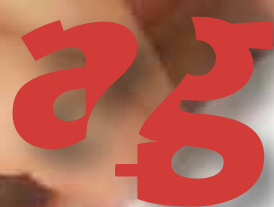
PAGINA 13  
10 vragen aan... Frank van der Sman







# PROFACTYS



[artikelgemist.nl](http://artikelgemist.nl)

Profactys BV | Randstad 21-30 | 1314BM Almere | T 036 549 5555  
E [info@profactys.nl](mailto:info@profactys.nl) | W [www.profactys.nl](http://www.profactys.nl) en [www.artikelgemist.nl](http://www.artikelgemist.nl)



# Colofon

NNP Nieuws is een uitgave van de NNP, de Nederlandse Nieuwsblad Pers, de organisatie van lokale nieuwsmedia. NNP Nieuws verschijnt drie 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 en eindredactie**  
Herman van Aalst  
Van Aalst Media

**Redactie**  
Herman van Aalst  
Mats Gies - Mats Gies Media  
Jan van der Hoeven  
Roy Keller  
Ans van Sligtenhorst

**Vormgeving & DTP**  
Rob van den Beuken

**Fotografie**  
PSV Eindhoven  
Archief Actief Media  
Telstar Uitgeverij  
Aviodrome

**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  
Erhard Soeterbroek  
Henk van Zanten

## Vestigingsmanager Serena van Kammen:

# “De leukste vliegbestemming van Nederland: Aviodrome”

Aan boord stappen van een echte Boeing 747, leren morsecode seinen in de radio-kamer, plaatsnemen in een vluchtsimulator of verstand staan tijdens één van de vele evenementen die in Aviodrome worden georganiseerd. “Onze bezoekers, van jong tot oud, willen deze avonturen meemaken. Het is aan ons om hierin steeds een fijne balans te vinden”, aldus Serena van Kammen, vestigingsmanager van luchtvaart-themapark Aviodrome in Lelystad.

Door: Herman van Aalst

Aviodrome vertelt het verhaal van de Nederlandse luchtvaart. Vanaf de eerste vlucht van vliegtuigbouwer Anthony Fokker, in een zelfgemaakte exemplaar, waarvan de vleugels met draad vast zaten, tot aan de moderne lucht- en ruimtevaart, waarin buitenaardse snelheden worden behaald. “Aviodrome is het luchtvaart-avontuur voor de hele familie. Je hoeft niet alleen een vliegtuigliefhebber te zijn om hier een boeiende dag vol met plezier te beleven. Daarom vinden wij het belangrijk om constant in beweging te zijn en ieder jaar nieuwe dingen te laten zien. Los van de evenementen die we vast in het weekend of in vakantie organiseren”, zegt Serena.



Deze zomer opent Aviodrome een tijdelijke expositie in het kader van een eeuw Marine Luchtvaartdienst. Serena: “Als wij gaan tellen binnen onze collectie, van meer dan 100 vliegtuigen, dan zien we dat heel veel vliegtuigen onderdeel waren van deze dienst. Dat is voor ons een unieke kans om daar iets mee te doen. De jaarlijks terugkerende evenementen zijn zeer de moeite waard, neem bijvoorbeeld de Luchtvaartbeurs op 2 april. Het is echt een evenement voor de verzamelaar; met lezingen, een kunstexpositie en talrijke verzamelobjecten.” In het weekend aansluitend op de NNP-dag op donderdag 20 april, vindt een evenement plaats dat voor het eerst op het museumterrein wordt gehouden.



“de vliegtuigmonteur in jezelf naar boven halen”

“Brute kracht, Planes & Cars. Dit wordt het stoerste weekend ooit. Heel veel auto's en vliegtuigen hebben qua motoren dezelfde achtergrond. In deze twee dagen vol testosteron kun je de mooiste auto's spotten, machtige machines aan het werk zien en de vliegtuigmonteur in jezelf naar boven

potentiële bezoekers van Aviodrome zitten. We weten uit onderzoek dat de reisbereidheid voor een bezoek aan Aviodrome ongeveer 60 kilometer is. Ook wil ik de regio laten zien waar we mee bezig zijn. Ofschoon blijkt dat de bezoeker ons park hooglijk waardeert, heeft hij vaak tevoren nog niet half het idee hoe leuk Aviodrome eigenlijk is. Daar ligt voor ons een uitdaging! Daarin spelen lokale nieuwsmedia een belangrijke rol.”

Aviodrome biedt veel mogelijkheden, ook voor het organiseren van zakelijke evenementen. “We hebben unieke locaties als het vrachtruim van de Boeing 747 of de replica van het Schipholgebouw, waarbij je jezelf in de jaren 30 van de vorige eeuw waant. Van vergaderingen vanaf tien personen tot grote bedrijfsborrels tot wel 1.500 man. Het is allemaal mogelijk.” Serena vervolgt: “Luchtvaart heeft niet mijn achtergrond, maar ik vind het een mateloos boeiende wereld. Vooral de complexiteit van luchtvaart maakt het zo mooi. Antwoorden op vragen als: hoe komt mijn koffer in het vliegtuig? Hoe werkt een luchtverkeersstoren? Hoe worden vliegtuigen op een luchthaven naar binnen begeleid? Ik heb dat ook altijd heel interessant gevon-

den. Aviodrome is een heel dynamisch bedrijf en ook voor medewerkers is het erg interessant om daar werkzaam te zijn. Geen dag is hetzelfde.”

“De attracties die bezoekers zeker gezien moeten hebben? Dat zijn er eigenlijk teveel om op te noemen. Maar de Boeing 747 is wel heel bijzonder. Om daar in rond te lopen of om in het vrachtruim te komen waar je normaal gesproken niet in mag. Of je gaat naast de wielen staan om te kijken hoe groot ze zijn of ervaart hoe imposant een vliegtuigmotor is.

“Ervaren hoe imposant een vliegtuigmotor is”

Ik zou ik zeker adviseren om met een rondleiding mee te gaan want er wordt ook heel veel duidelijk. Onze gepassioneerde en bijna alleswetende vrijwilligers vertellen je graag nog meer boeiende verhalen die je niet op de bordjes kunt vinden. Ook de nieuwe 4D film Skymania is ook echt een aanrader. Maar kijk uit, want voor je het weet is de dag voorbij. Eén ding is zeker: de tijd vliegt bij Aviodrome”, besluit Serena gevat.

halen. PK in het kwadraat”, stelt Serena de bezoeker in het vooruitzicht.

“Juist de lokale nieuwsmedia zijn erg belangrijk voor ons”

Om de activiteiten van Aviodrome regionaal op de kaart te zetten, onderstreept Serena het belang van samenwerken met lokale nieuwsmedia. “Ik werk nu ruim een jaar bij Aviodrome en ik merkte in het begin dat de samenwerking nog in de kinderschoenen stond. Maar juist de lokale nieuwsmedia zijn erg belangrijk voor ons, zeker omdat in de regio veel bezoekers en





# Huis-aan-huisbladen blijven populair

**Huis-aan-huisbladen stonden plots in de belangstelling toen de Persgroep aankondigde tweederde van de 120 journalisten bij zijn titels te ontslaan. Eerder, in 2016, kondigde TMG al aan dat het afstoten van zijn bladen een reële optie was. Uitgevers lijken uitgekeken op deze titels, maar zijn de lezers dat ook?**

Door Piet Bakker

Vrijwel elk Nederlands gezin krijgt een of meer huis-aan-huisbladen op de mat. Ze worden nog steeds goed gelezen: bijna 90% van de Nederlanders leest weleens een huis-aan-huisblad, ruim 60% zelfs elke week. Maar het gaat niet om 'gemiddelde' Nederlanders, want het publiek is ouder dan gemiddeld en woont vooral in niet-stedelijke gebieden, terwijl het hoogste bereik in de laagste welstandsgroepen zit. Voor de lezers is het medium de belangrijkste bron voor nieuws over hun gemeente.

## Zes uitgevers, 336 titels

In 2014 deed het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) voor het eerst onderzoek naar de verspreiding en het leesgedrag van huis-aan-huisbladen. In 2016 werd dat onderzoek herhaald, waardoor er nu voor het eerst vergelijkbare cijfers zijn. Er werden ruim 30.000 mensen ondervraagd.

'Bijna vergelijkbaar', want in het nieuwe onderzoek participeerden meer uitgevers. Concentra Media Nederland, Holland Media-combinatie (TMG), De Persgroep Nederland, BDU Media, NDC Mediagroep deden ook in 2014 mee, Boom uitgevers Nieuwsmedia laat in het nieuwe onderzoek voor het eerst haar titels onderzoeken. Hiermee zijn nog steeds niet alle uitgevers van huis-aan-huisbladen in het onderzoek opgenomen. De titels van 336 huis-aan-huisbladen van deze uitgevers zitten in het onderzoek (303 in vorige editie), maar veel vragen gaan over huis-aan-huisbladen in het algemeen.

## Bereik

Bijna 90% van de ondervraagden zegt 'weleens' een huis-aan-huisblad te lezen, dat zou dan om bijna 12 miljoen Nederlanders van 13 jaar of ouder gaan, 81% (10,9 miljoen mensen) heeft het afgelopen jaar één van de 336 titels van de deelnemende uitgevers gezien. Het gemiddelde bereik van een nummer is 62%, wat op ruim 8,3 miljoen mensen neerkomt. Omdat vrijwel alle huis-aan-huisbladen wekelijks verschijnen, is dit de indicatie voor het weekbereik van de onderzochte titels. Het ligt voor de hand dat ook niet-opgenomen titels gemiddeld zo'n bereik halen. Het totale bereik is dus licht gedaald, het bereik van de onderzochte titels is daarentegen licht gestegen, maar er zijn ook 10% meer titels onderzocht. Uit het onderzoek blijkt ook dat zelfs mensen met een nee/nee-sticker op de brievenbus nog redelijk vaak een huis-aan-huisblad onder ogen krijgen, 9% van hen wordt toch bereikt.

Jongeren lezen beduidend minder vaak een huis-aan-huisblad dan ouderen. Bij de jongste groep is dat gemiddeld iets meer dan 30%, bij de oudste groepen ligt dat boven de 70%. Vergeleken met twee jaar geleden zijn de twee oudste categorieën zelf iets meer het huis-aan-huisblad gaan lezen. De vergelijking met jongeren is niet te maken omdat in 2014 voor die categorie een andere indeling is gebruikt. Met het stijgen van de leeftijd stijgt ook het aantal keren dat het huis-aan-huisblad wordt ingekeken. De

jongeren tot 35 lezen in 40% van de gevallen maar één van de zes laatste exemplaren. De 65-plussers lezen vrijwel alle nummers van het huis-aan-huisblad. Ook lezen ouderen meestal het hele blad, jongeren zien vaak maar een deel van de krant.

## Welstand en plaats

Alle welstandsklassen lezen huis-aan-huisbladen, het bereik in de drie hoogste welstandsklassen ligt net onder de 60%, in de twee laagste wordt bijna 70% bereikt. Huis-aan-huisbladen worden relatief vaak gelezen in het noorden van het land, waar het bereik ruim 70% is. In de drie grote steden waar veel nee/nee-stickers zijn, ligt het bereik op 51%. In stedelijke gebieden is het bereik lager (57%) dan in landelijke gebieden (69%).

## Bron van nieuws

Huis-aan-huisbladen zijn voor veel mensen een bron voor lokaal nieuws. Van de ondervraagden is 59% geïnteresseerd in lokaal nieuws (52% in 2014). Gemeentelijk nieuws en aankondigingen (37%) en lokale activiteiten en evenementen (36%) zijn de populairste categorieën. De helft is ook geïnteresseerd in regionaal nieuws (57% in 2014).

Vooraf bij gemeentelijk nieuws, lokale evenementen en nieuws over lokale cultuur spelen huis-aan-huisbladen een belangrijke rol.

De meeste ondervraagden (85%) bekijken een huis-aan-huisblad alleen op papier. Zo'n 15% van de gebruikers leest het blad ook digitaal - maar vrijwel allemaal

(14%) naast het papieren gebruik. Het percentage digitale gebruikers was in 2014 nog 10%. Mensen met een nee/nee-sticker hebben aanzienlijk vaker de neiging online aan het huis-aan-huisblad te gaan (34%) dan mensen zonder zo'n sticker (13%). Ook jongeren raadplegen vaker het huis-aan-huisblad digitaal.

Bron: J•Lab Hogeschool Utrecht - Stand van de Nieuwsmedia



## 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](http://www.janssenpers.nl)



Gastspreker tijdens de NNP-dag

# Transparantie is hét communicatiemiddel voor iedere organisatie die in de spotlights staat”

**Thijs Slegers (40) is chef perszaken van voetbalclub PSV in Eindhoven en kent als voormalig sportjournalist de fijne kneepjes van het journalistieke vak. Hij werkte bij Voetbal International, De Telegraaf en schreef de spraakmakende autobiografie Geen Genade over ex-voetballer Andy van der Meijde en De Waarheid, een onthullende biografie over voormalig PSV-er Luc Nillis.**

Door: Herman van Aalst

Thijs: “Voetbalclub PSV staat, net als andere grote organisaties zoals een politieke partij of een internationaal opererend elektronicaconcern als Philips, 24 uur per dag in de spotlights. Bij ons werken meer dan 200 mensen en zij moeten zich daar continue van bewust zijn en er naar handelen. Dit betekent onder andere dat we een goede verstandhouding willen opbouwen met onze lokale en regionale omgeving en nieuws met hen willen delen. Dat zijn we overigens niet verplicht. Kijk maar naar grote voetbalclubs in Groot-Brittannië, die alle nieuwsberichten alleen via hun eigen mediakanalen als TV of internet verspreiden. Zelf geloof ik in het betrekken van lokale en regionale media bij het verspreiden van aansprekend nieuws.”

“Daar heb ik de lokale en regionale media hard voor nodig”

Sportief en ook zakelijk gezien gaat het goed met PSV. “Op dit moment hebben wij 400 bedrijven aan ons weten te binden, waarmee we een totaalbedrag van 28 miljoen euro ophalen. Als je ziet dat aan het begin van dit voetbalseizoen het er 100 bedrijven minder waren, dan vind ik deze ontwikkeling nieuwswaardig. Dan bel ik graag met een journalist van het Eindhovens Dagblad om hem of haar deze primeur te gunnen. Wij brengen als sportorganisatie veel nieuws en dat mag vanuit verschillende invalshoeken worden belicht. Daar heb ik de lokale en regionale media hard voor nodig”, zegt Thijs.

PSV organiseert regelmatig speciale sportevenementen voor haar jeugdige fans. “Het zoontje van een journalist werd per brief uitgenodigd om mee te doen aan het Phoxy straatvoetbaltoernooi. De verslaggever leek het vervolgens leuk om daar een reportage van

te maken. Uiteraard verleende ik hieraan mijn medewerking. Graag zelfs! Het zoontje vertelde het verhaal, waarvan wij hoopten dat het klopt met onze gestelde doelen”, vertelt Thijs enthousiast.

“Het staat op plek één, twee en drie”

“Bij ons draait alles om voetbal. Het staat op plek één, twee en drie. Dat is voor ons het allerbelangrijkste, maar eigenlijk net zo belangrijk vind ik dat wij als voetbalclub ook een maatschappelijke functie hebben.” Medisch sportgezondheidscentrum TopSupport in Geldrop is partner van PSV. Hier kunnen sporters en sportverenigingen op alle niveaus van recreatief tot topsport terecht. “Zij ondersteunen mensen die lekker willen bewegen of een gezonde levensstijl er op na willen houden. Eén van de initiatieven waarbij zij helpen is om sporters die kanker hebben gehad of daarvan proberen te genezen, hun persoonlijke doel te realiseren: een afstand van de Eindhovens marathon lopen. En dan maakt het niet uit of het om de hele, halve of een zelfgekozen afstand is. Met alle plezier breng ik deze organisatie in contact met de journalisten van de lokale omroep Studio040. De verslaggever heeft vervolgens een leuk item en TopSupport krijgt aandacht op een mooi podium”, zegt Thijs.

“Daar kunnen wij veel van leren”

“Het is essentieel om alle berichten en verhalen over PSV te volgen. We monitoren veel om te kijken welke invalshoek een journalist heeft gekozen. Daar kunnen wij veel van leren. Tot nu toe hebben we een hele goede band met de lokale en regionale nieuwsmedia



en ik vind dat we verplicht zijn om daaraan eisen aan te stellen. Wij gaan als organisatie voor kwaliteit en dan willen we graag dat wat is opgeschreven ook feitelijk juist is. En mocht een medium niet over een juiste foto beschikken, geef maar een belletje, dan stellen we deze graag en gratis ter beschikking”, besluit Thijs enthousiast. ■

**Over Thijs Slegers**  
Thijs Slegers reisde als voetbaljournalist onder andere voor Nederlands voetbaltijdschrift Voetbal International zeventien jaar de wereld rond en werd in de zomer van 2015 door PSV aangetrokken als communicatiespecialist. Hij adviseert de Raad van Commissarissen, de directie, de technische staf en de spelers van PSV in hun dagelijkse media-uitingen. Hij schreef boeken als Geen Genade, de spraakmakende autobiografie van Andy van der Meijde en De Waarheid, de onthullende biografie van voormalig topvoetballer Luc Nilis.




**WIN € 2.500,- BOODSCHAPPEN**
**JA, IK BEN ERBIJ**


Nieuws

112

Sport

Ondernemend

Column

Ingezonden

Kerken

Agenda

Q

Q

## Headlines

### ToLocal uitgegroeid tot het netwerk voor lokale media!



2016 is voor ToLocal een bijzonder jaar geweest, we zijn heel hard gegroeid. Het netwerk is uitgebreid met lokale onafhankelijke nieuwsmedia in print. We zijn nu daadwerkelijk in staat om de lokale cross mediale positie aan klanten aan te bieden.

[Lees meer](#)

## Nieuws

### Lokaal Nieuwsnet breidt snel uit



In 2016 zijn er 12 uitgevers nieuw aangesloten bij Lokaal Nieuwsnet. Wij zijn hier heel trots op. Niet alleen een website met content is van belang, maar ook de visie hoe zorg je voor lokale binding, en hoe zorg je dat je daadwerkelijk geld verdient, is een duidelijke toevoeging op bestaande aanbieders.

[Lees meer](#)

### WORKSHOP ONLINE VOOR SALESMANAGERS GROOT SUCCES!



Na de verschillende online trainingen voor media adviseurs, die allen zeer goed bezocht werden, was het donderdag 22 september de beurt aan de salesmanagers.

In deze volgeboekte workshop werd aan de deelnemers op een laagdrempelige manier uitleg gegeven over de wereld van online.

[Lees meer](#)

### Online sales trainingen bij Achterhoek-nieuws, zorgen voor online omzet



In samenwerking met Gerhard Weevers, hebben we voor zijn team een serie van lokale salestrainingen opgezet, waarbij we ook direct op de lokale situatie konden inspelen. In 2017 zullen we hier een vervolg aangeven.

Lokaal online kan echt een succes zijn.

[Lees meer](#)

### Eerste campagne Holland Casino Eindhoven succesvol afgesloten!



Holland Casino Eindhoven heeft het netwerk van ToLocal ingeschakeld voor diverse cross-mediale advertentiecampaagnes. De campagnes hadden als doel het bezoek onder 35-65 jarigen te verhogen. Samen werkten we aan verschillende thema campagnes met daarin advertenties, advertorials, agenda's en een puzzelpagina.

[Lees meer](#)

## ToLocal in beeld



## Laatste nieuws

- 28/02 Lokaal Nieuwsnet sluit Mooi Rooi aan
- 16/02 De Plista widget is door ToLocal bij meer dan 100 websites uitgerold.
- 09/01 ING zet ToLocal in voor steunactie campagne lokale stichtingen
- 01/12 16 uitgevers, meer dan 120 sites aangesloten bij Lokaal Nieuwsnet
- 30/11 Ying Media succesvol aangesloten
- 07/10 ToLocal sluit campagne voor de Vriendenloterij succesvol af!



## Ondernemend nieuws

- 01/02 De Tilburgse Koerier stapt in bij LNN
- 13/01 Mobiel wordt uitgerold over het netwerk van ToLocal
- 02/01 Holland Casino Eindhoven zet ToLocal in voor zowel online als print campagnes
- 01/12 ToLocal verzorgt meer dan 60 advertorials per maand
- 24/11 ToLocal helpt bij integratie DFP voor Het Kontakt



## JouwToLocal

- 28/02 Hoi Bente, dank je voor de advertorials!
- 08/02 Hoi Yvette, ik ben blij met je online advies.
- 21/01 Hoi Mick, we zullen snel de lijst met advertorials sturen.
- 06/01 Beste Frank-Paul, ik wil graag jullie nieuwe Publisher Manager worden.
- 28/12 Een fijne jaarwisseling en veel succes voor 2017!

Deze week  
Vorige week  
Archief



## Poll

**Heeft u online tarieven op uw website staan?**

- ☐ 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





# Denken in termen van kansen en niet van problemen

**Wat is het verschil tussen ja-maar-denken en ja-en-denken? Wat is het verschil tussen het denken in termen van bedreigingen of kansen? Daar zou de organisatie van Omdenken een intrigerende presentatie over kunnen geven. En dat gaan ze doen tijdens een workshop op donderdag 20 april tijdens de NNP-dag bij Aviodrome in Lelystad.**

Omdenken gaat er vanuit, dat in de meeste organisaties de bereidheid om op een ja-en-manier te denken, meer dan aanwezig is. Alleen is er volgens hen nog wel een verschil tussen kennen en kunnen.

*“Dat noemen we vastdenken”*

Overall waar gewerkt en geleefd wordt, ervaren mensen problemen. De dingen gaan niet zoals ze verwacht hadden, mensen om hen heen doen moeilijk, ze waren net zo lekker bezig en ‘dan vliegt er een probleem in’. Mensen schieten daardoor al snel in de ‘ja-maar stand’ en zijn geneigd te kijken naar wat er niet goed is en wat er anders moet. Het gevolg is irritatie en

stilstand. Wie op een ja-maar-manier in het leven staat, denkt in termen van bedreigingen en beren-op-de-weg. Dat noemen we vastdenken. Er is ook een andere manier van denken: de ja-en-houding. Wie op die manier in het leven staat denkt in termen van kansen en mogelijkheden. Ja-en mensen zien de beren én de weg. Hoe kun je van je probleem een nieuwe mogelijkheid maken? Dat noemen we omdenken.

De trainers maken op humoristische wijze en in een wervelend tempo onweerlegbaar duidelijk dat

ja-en denken en omdenken nog knap lastig is. Op de één of andere manier kleuren we toch het liefst binnen de lijntjes.

*“De ultieme mix van theater, cabaret en voordracht”*

Het programma wordt uitgevoerd in een theateropstelling en bestaat voor een groot deel uit het zelf oefenen met casussen. De Omdenclinic kent daarom vanaf het begin een hoge mate van interactie.

De trainers en acteurs van Omdenken verzorgen dagelijks programma’s over Omdenken bij organisaties door het hele land. Hun incompany shows, workshops, clinics en lezingen zijn interactief, inspirerend en humoristisch.

Ze maken op onontkoombare wijze het verschil tussen deze twee manieren van kijken duidelijk en denken en laten zien wat omdenken te bieden heeft: innovatie, creativiteit en inspiratie. Het is de ultieme mix van theater, cabaret en voordracht. voor meer informatie: [www.omdenken.nl](http://www.omdenken.nl)

## Plannen politieke partijen met de journalistiek

**Hoe denken de Nederlandse partijen over de journalistiek? We maakten een analyse van de partijprogramma’s. Van de PvdA mag er 100 miljoen extra naar de publieke omroep, de VVD wil juist bezuinigen. De Vrijzinnige Partij pleit voor een NL Checkt-bureau, dat zorgt voor naleving van de Journalistieke Code.**

Aan de Tweede Kamerverkiezingen op 15 maart doen 28 partijen mee. In zeventien partijprogramma’s zijn passages te vinden over media en journalistiek. Met uitzondering van DENK gaat elke partij in op de inrichting van de publieke omroep. Behalve het budget en de kerntaken van de omroep, komt ook de vraag ‘wel of geen reclame’ aan de orde, de online toegankelijkheid van de programma’s. Ook bespreken veel partijen de vraag wie er programma’s mogen maken: alleen omroepverenigingen, of ook andere producenten?

De meeste partijen gaan tot op zekere hoogte in op het belang van journalistiek voor de democratie. Veel aandacht is er voor het behoud van regionale en lokale media. Enkele partijen stellen daarnaast praktische voorwaarden rondom het werk van journalisten: aanpassing van de Wet Openbaarheid Bestuur (Partij voor de Dieren), het instellen van een journalistieke eed (DENK).

Elf partijen besteden in hun verkiezingsprogramma geen aandacht aan journalistiek of media, of hebben überhaupt geen programma (GeenPeil, Niet Stemmers).

### Partijprogramma’s grootste partijen

VVD, PVV, CDA, D66 en GroenLinks zijn volgens de Peilingwijzer de vijf grootste partijen. In het partijprogramma van de PVV gaat het niet over journalistiek of media. We bespreken daarom ook de zesde grootste partij: de Partij van de Arbeid. De volgorde is bepaald

door de mate waarin het partijprogramma aandacht besteedt aan dit onderwerp.

### D66: Omroep minder ouderwets

Onafhankelijke, hoogwaardige en kritische journalistiek op landelijk, regionaal en lokaal niveau. Daar pleit D66 voor in het partijprogramma, waarin uitgebreid wordt ingegaan op de rol van media en het belang van journalistiek voor de democratie.

De publieke omroep behoudt als kerntaken nieuws, informatie, cultuur en educatie. De omroep moet minder ‘ouderwets’ worden en meer pluriform: ook producenten die niet bij een traditionele omroepvereniging horen, mogen programma’s maken. Bezuinigingen op de publieke omroep worden gehalveerd. De bezuiniging op regionale omroepen gaat met 5 miljoen omlaag. Regionale omroepen moeten bovendien zendtijd krijgen op landelijke netten.

### PvdA: 100 miljoen extra naar omroep

Over de taak van journalisten wordt in het partijprogramma van de PvdA weinig gezegd, behalve dat zowel nationaal als internationaal journalisten beschermd moeten worden in hun vrije nieuwsgaring. De publieke omroep mag wat betreft de PvdA ook amusement brengen. Wel moet de onderschei-

dende, publieke kwaliteit van de programma’s toetsbaar zijn. PvdA wil een fonds voor nieuw talent en onconventionele programma’s. Er moet 100 miljoen euro extra naar de publieke omroep, waaronder ook de regionale en lokale omroepen. De PvdA pleit verder voor media-educatie.

### VVD: Omroepbudget omlaag

De VVD reduceert de kerntaken van de publieke omroep tot nieuws en educatie. Het omroepbudget gaat omlaag, de kosten per programma moeten inzichtelijk worden. De publieke omroep moet daarnaast een ombudsman aanstellen. Ook de VVD stelt voor dat regionaal en lokaal nieuws aandacht krijgt via de landelijke publieke omroep.

Het belang van journalistiek voor de democratie wordt kort aangestipt. Meer aandacht is er voor de manier waarop mensen media tegenwoordig consumeren. De inhoud van de publieke omroep moet online overal toegankelijk zijn, ook in het buitenland.

### GroenLinks: Wettelijke bronbescherming voor journalisten

De kerntaken van de publieke omroep zijn volgens GroenLinks nieuws, informatie, cultuur en educatie. Maar sport en amusement mogen ook, om een breder publiek te bereiken. Programma’s moeten op internet gratis en zonder reclame beschikbaar zijn. Ook onafhankelijke producenten kunnen programma’s maken. Wat betreft de positie van journalisten is GroenLinks het meest praktisch:

journalisten moeten wettelijke bronbescherming krijgen, inclusief verschoningsrecht. Aftappen van journalisten mag alleen met rechterlijke toestemming. Media-educatie staat ook op het lijstje van GroenLinks.

### CDA: Controlerende functie

‘Pluriforme media in een sterke democratie’ is de kern van de zeer korte passage over journalistiek in het partijprogramma van het CDA. Het belang van journalistiek wordt benadrukt, evenals het behoud van de publieke omroep en regionale omroepen. Media hebben naast een controlerende functie een informatieve rol.

### Ook opvallend

Er zijn twee kleinere partijen die in hun programma relatief veel aandacht hebben voor journalistiek: de Vrijzinnige Partij en de ChristenUnie.

### Vrijzinnige Partij

De Vrijzinnige Partij heeft veel aandacht voor de rol van journalistiek

in de democratie. Goed geïnformeerde burgers en vrije uitwisseling van ideeën zijn essentieel. Waarheidsgetrouwe en eerlijke berichtgeving zijn daarom noodzakelijk. De Vrijzinnige Partij is van mening dat checks and balances op naleving van de Journalistieke Code ontbreken en pleit daarom voor een NL Checkt-bureau: een actieve rol voor de Raad van Journalistiek, naast klachtenbehandeling.

### ChristenUnie

De ChristenUnie gaat vooral in op de publieke omroep. Ledenomroepen zijn voor de ChristenUnie de kern daarvan, en levensbeschouwing een belangrijke pijler. De omroep geeft ruimte aan diversiteit. Gratis toegang tot de inhoud is vereist. Het lokale media-aanbod moet op peil worden gehouden.

Over het belang van journalistiek wordt alleen gezegd dat journalisten een controlerende functie hebben ten opzichte van de overheid.

Bron: Jolanda van de Beld  
Stimuleringsfonds voor de Journalistiek









## Pubble mee tijdens de NNP-dag!

*Leer in de praktijk werken met Pubble*

Ook dit jaar is Pubble weer present tijdens de jaarlijkse NNP-dag op 20 april in het Aviodrome in Lelystad. Dit keer staan we niet alleen op de mediabeurs, maar organiseren we ook een exclusieve Pubble-seminar.

Als onderdeel van het seminar maken we een unieke NNP-dag krant. Dit gebeurt in samenwerking met Rodi Rotatiedruk. Zij zorgen ervoor dat de gedrukte kant nog aan het eind van de dag in het Aviodrome bezorgd wordt. Behalve dat het leuk is om de krant te maken, krijg je ook de mogelijkheid om in de praktijk kennis te maken met Pubble..

**Seminar**  
Bekend met Pubble of niet, ieder-

een mag meedoen! We trappen de NNP-dag om 11.00 uur af met een uitleg van de redactiemodule in de Plesmanzaal van het Aviodrome. Tijdens deze seminar van een uur leer je alle kneepjes van het Pubble-vak. Daarna krijg je je eigen account in Pubble en gaan we de krant met elkaar produceren. Natuurlijk is er de gehele dag ondersteuning aanwezig.

**Inschrijven**  
Meld nu alvast je redacteurs en/of fotografen aan om mee te werken aan de krant en ervaring op te doen met Pubble. Wij zorgen voor laptops voor de redacteurs en fotografen. Om aan te melden stuur je een e-mail met naam en e-mailadres van de redacteur/fotograaf naar [lianne@pubble.nl](mailto:lianne@pubble.nl). Zorg dat je er bij bent op 20 april!



## Online uitgeven steeds makkelijker

*Artikelen en banners in een klik online*

**Pubble is ingericht op cross-mediaal werken en zet content in een handomdraai om in een onlinebericht. Het dagelijks onderhouden van een nieuwssite is daardoor véél sneller en makkelijker dan je denkt.**

Met de basiswebsite maak je al gebruik van de nieuws- en agendastream, inclusief doorkoppeling naar social media en reactiemogelijkheid via Facebook, en een uitgebreide bannermodule. Met de beschikbare extra modules verrijk je de website en genereer je meer (terugkerende) bezoekers.

Met een druk op de knop plaats je nieuwsberichten door naar de website of andersom. Niet alleen artikelen plaats je zo online, ook

je advertenties staan in een handomdraai op je website.

**In één klik online**  
Het aantal modules en verdiepingen groeit gestaag. Nieuw is de module 'In één klik online'. Geef tijdens het inboeken van een krantadvertentie aan dat deze direct als banner online mag verschijnen. De advertentie wordt dan volledig automatisch online geplaatst onder een nieuwsbericht.

Pubble verzorgt inmiddels al meer dan 250 nieuwswebsites. Elke uitgever ervaart hetzelfde gemak, maar wel met een eigen unieke uitstraling. Meer informatie over alle beschikbare modules? Neem contact op via [info@pubble.nl](mailto:info@pubble.nl) of 0294-410054.

## Digitaal planbord voor redacteurs

*De krant samenstellen wordt nog eenvoudiger*

**Vanaf nu heeft Pubble een nieuw hulpmiddel voor de redactie om de planning van onderwerpen bij te houden. Tevens kan er met redacteurs en fotografen op onderwerpniveau worden gechat.**

Het digitale planbord geeft een up-to-date overzicht van welke ideeën en suggesties er zijn, welke artikelen in uitvoering zijn en wat er al gereed is. Dus weg met al die losse mailtjes en briefjes, Pubble

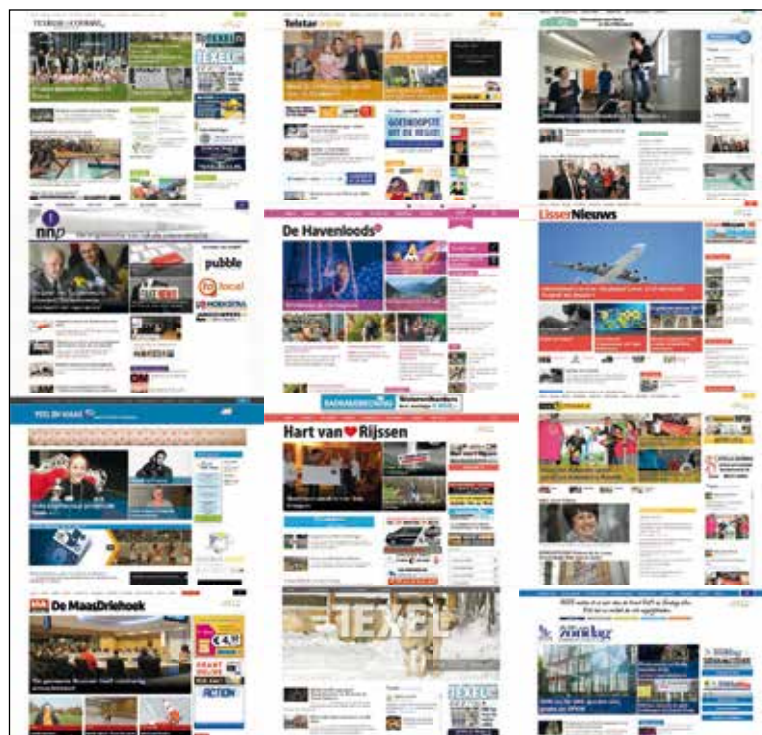
houdt het allemaal voor je bij.

Het planbord kan ook gebruikt worden om taken uit te zetten naar collega-redacteurs of correspondenten. Zo kun je precies zien hoeveel taken er per redacteur uit staan.

**Chatfunctie**  
Ook nieuw is de chatfunctie op onderwerpniveau. Wil je een collega vragen even mee te lezen, een fotograaf de opdracht geven

een foto te maken of heb je nog wat meer informatie nodig? Vraag het nu via de chatfunctie! Gebruik het @-teken om een collega mee te laten lezen. Wanneer je geen collega 'tagt' kun je de functie ook gebruiken als een notitieblok voor jezelf.

Klik op 'redactie' in het hoofdmenu om alle mogelijkheden te ontdekken, of neem contact op met de helpdesk voor meer uitleg: 0294-410054.



## Verhoog je Pubble-kennis

**Om onze gebruikers optimaal te laten profiteren van de voordelen van het werken met Pubble hebben wij een speciaal trainingsprogramma ontwikkeld.**

Zo'n training is een goed moment om met elkaar te kijken hoeveel voordeel u kunt halen uit nieuwe

functionaliteiten. Vooraf worden de inhoud en het doel van de training bepaald.

Heeft u vragen over de planning en de kosten voor een kennistraining van Pubble, neem dan contact op met onze helpdesk. We komen graag bij u langs!

## Totaalpakket

**Pubble biedt uitgevers de mogelijkheid om efficiënter hun kranten, magazines, websites en andere producten te maken. Het Mediacentrum bundelt de kracht van Pubble en de gebruiker.**

Dit initiatief van Telstar Uitgeverij biedt uitgevers een totaalpakket voor alles wat met uitgeven te maken heeft. Het concept bestaat grofweg uit ondersteuning op commercieel en redactioneel vlak, volledige verzorging van DTP, administratie & facturatie. Vooral in combinatie met Pubble is Het Mediacentrum interessant voor zowel kleine als grote uitgevers. Meer weten? [www.hetmediacentrum.nl](http://www.hetmediacentrum.nl).



### Zo werkt het...

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! Kijk op [pubble.nl](http://pubble.nl) of maak een afspraak met ons op telefoonnummer 0294-410054. We laten u graag zien hoe het werkt.





# Onderzoeksjournalistiek in de regio is een 'traditie om hoog te houden'

**Onderzoeksjournalistiek is tijdrovend en dus kostbaar, maar twee adjunct-hoofdredacteurs en een chef van drie regionale kranten willen er toch ruimte voor blijven maken. Ook al is er soms een 'polderoplossing' voor nodig, omdat verslaggeving voorop staat.**

Een kleine gemeente met de problematiek van een grote stad: "Het chique Noordwijk is een goudmijn voor projectontwikkelaars en de lokale politiek werkt er of aan mee, of kan er niets tegen doen." Zo begint een serie onthullende artikelen die het Leidsch Dagblad in december publiceerde, resultaat van maandenlang onderzoek door freelance journalist Peter Olsthoorn. Zes dagen achter elkaar was er dagelijks een artikel in de krant te lezen, en online longreads die het onderwerp verder uitdiepten.

Is zo'n uitgebreide onderzoeksproductie bij een regionale krant een uitzondering, en hoe denken hoofdredacteurs over onderzoeksjournalistiek in de regio?

## Polderoplossing

Hugo Schneider was als adjunct-hoofdredacteur van Holland Media Combinatie (HMC), waartoe het Leidsch Dagblad behoort, betrokken bij de publicatie over Noordwijk. Hij vertelt dat ook ei-

gen journalisten van de centrale nieuwsredactie af en toe worden vrijgemaakt voor een onderzoek. Maar het is lastig voor regionale kranten, zegt Schneider: "Ik zou onze journalisten wel wat vaker willen inzetten voor grote verhalen, maar dat gaat ten koste van de lokale of regionale verslaggeving. En dat is nu eenmaal de functie die we hebben." Toch heeft HMC het plan om een driekoppige onderzoeksredactie te starten.

Bij het Dagblad van het Noorden is, vanwege bezuinigingen, een constructie bedacht om met weinig mensen toch onderzoeksjournalistiek te bedrijven. De onderzoeksredactie bestaat uit drie journalisten die rouleren. Ze doen afwisselend vier weken onderzoek en twee weken verslaggeving. Er zijn dus altijd twee onderzoeksjournalisten aan het werk. "Een polderoplossing", zegt chef Jantina Russchen, maar ze is er blij mee.

De Limburger heeft een onderzoeksredactie waar zes journalis-

ten fulltime werken. "We hebben een traditie van onderzoeksjournalistiek die we hoog willen houden", zegt adjunct-hoofdredacteur Bjorn Oostra.

## Bestaansrecht

Maar het gaat niet alleen om een traditie. Bestaansrecht, ertoe blijven doen, de waakhond zijn in een democratie: dat zijn voor Schneider, Russchen en Oostra de belangrijkste redenen voor het behoud van onderzoeksjournalistiek in hun krant. Nieuws is tegenwoordig overal te vinden en vaak zelfs gratis. Een dagblad moet zich onderscheiden, duiding en verdieping toevoegen met het grondig uitzoeken van zaken. De 'kaalslag' van de journalistiek is bovendien bij regionale kranten groter dan bij landelijke kranten, vinden ze.

Alle drie zijn ze er ook van overtuigd dat de lezers van hun kranten behoefte hebben aan diepgravende onderzoeksjournalistiek. Oostra: "Weinig lezers zeggen dat natuurlijk op die manier, maar we krijgen positieve reacties op de verhalen die we maken."

Van tips moeten de regionale onderzoeksredacties het niet altijd

hebben. Klokkenluiders stappen liever naar landelijke media, want dat levert meer aandacht op, zegt Schneider. "Dat is een beetje de tragiek van de regionale dagbladen."

Maar regionale media hebben ook een voordeel: de journalisten zitten dicht op de gebeurtenissen in de regio en lopen zo sneller aan tegen een onderwerp dat het verdient uitgezocht te worden. De constructie bij het Dagblad van het Noorden van afwisselend verslaggeving en onderzoek doen, is om die reden ook nuttig, vindt Jantina Russchen. Daarnaast werken onderzoeksjournalisten regelmatig samen met regioverslaggevers. Die hebben immers de contacten. "Onthullende dingen horen vereist een vertrouwensrelatie met bronnen", zegt Russchen. De kennis en het netwerk van de regioverslaggever worden zo gecombineerd met de tijd en de competenties van een onderzoeksjournalist.

## Tegel

Regionale onderzoeksjournalistiek had de afgelopen jaren regelmatig flinke impact, ook op nationale schaal. De corruptiezaak rond oud-wethouder Jos van Rey, de

reconstructie van 'Project X' en de rellen in Haren, het gebruik van kankerverwekkende verf door Defensie, dopinggebruik in de internationale atletiek: allemaal aan het licht gebracht door regionale kranten.

De serie artikelen over Noordwijk van Peter Olsthoorn is door Hugo Schneider ingestuurd voor de Tegel en Schneider staat open voor meer samenwerking met freelancers. Olsthoorn is blij met de steun die hij kreeg van Schneider en de hoofdredactie van HMC. Een bron uit zijn verhaal probeerde publicatie te voorkomen door te dreigen met een rechtszaak. In zijn een-tje zou hij daar moeilijk tegenop hebben gekund, nu verleende het overkoepelende concern boven HMC (TMG) hem juridische steun. Hij pleit voor meer samenwerking: tussen kranten en freelancers – het liefst in een vroeg stadium van het onderzoek – en tussen freelancers onderling. "Door nieuwe verbanden te smeden kunnen we sterker staan in de onderzoeksjournalistiek."

*Bron: Jolanda van de Beld - Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*

## Nieuwe kansen creëren

Samen met de grafimediabranche en uitgeverijen nieuwe kansen ontdekken! GOC weet wat er speelt in de markt en weet de verbinding te leggen tussen verschillende partijen. Door nieuwe opleidingen te creëren en vaktechnische verdiepingen aan te bieden, helpen we mensen en organisaties hun toekomst vorm te geven en ambities waar te maken. Ook voor maatwerkvragen gaan we graag het gesprek met je aan.

Ons complete cursusaanbod is te vinden op [www.goc.nl](http://www.goc.nl) met o.a. Crosmedia adviseur, Social selling, Interactive mediadeveloper en korte maatwerktrainingen voor een upgrade naar Adobe CC. Maar ook met cursussen op het gebied van leidinggeven, praktijkopleiden en sales.

**Wil je meer informatie? Wij beantwoorden je vragen graag tijdens de NNP mediabeurs op 20 april in Lelystad. Of neem contact op met onze binnendienst: 0318 53 91 29 of [binnendienst@goc.nl](mailto:binnendienst@goc.nl).**



advies, training & onderzoek  
voor de creatieve sector

+31 (0)318 53 91 11  
[www.goc.nl](http://www.goc.nl)

@GOC\_Veenendaal  
GOC.creatieveindustrie



creëert toekomst





# Ruim vijftig jaar Actief Media

Vanuit het centrum van het Friese dorp Burgum verschijnt al meer dan een halve eeuw huis-aan-huisblad Actief, een uitgave van Actief Media. Wekelijks worden er honderdduizend kranten uitgebracht, verdeeld over drie edities. “Daarmee zijn we de grootste onafhankelijke uitgeverij van Friesland wat huis-aan-huisuitgaven betreft”, aldus directeur Jan Auke Steegstra (47).

Tekst en foto: Mats Gies Media

Huis-aan-huisblad Actief verschijnt van oorsprong in de omgeving van Burgum, binnen de hedendaagse gemeente Tytsjerksteradiel. Ook in de gemeenten Dantumadiel en Kollumerland valt het blad elke woensdag op de mat. Sinds 2004 zijn daar nog eens vijf Friese gemeenten aan toegevoegd, waardoor de oplage gegroeid is tot ongeveer honderdduizend exemplaren.

### “Wij kozen voor een aanvalsstrategie”

Het bedrijf werd in 1940 opgericht door de grootvader van Steegstra. In 1964 werd de allereerste krant gedrukt vanuit dezelfde locatie in het centrum van Burgum. In de beginjaren verscheen het blad in een oplage van ongeveer duizend stuks. De huidige eigenaar nam het bedrijf in 2002 over van zijn vader. Twee jaar later volgde een expansieperiode; het aantal gedrukte

kranten steeg van ongeveer 60.000 stuks naar het niveau van de huidige oplage.

### “Per regio toegespitst”

Dat het mediabedrijf na tientallen jaren nog altijd op eigen benen staat, is op zijn minst opmerkelijk te noemen. “Bijna alle huis-aan-huisbladen zijn opgeslokt door de grote collega’s, maar wij kozen voor een aanvalsstrategie. Want er was en is nog altijd vraag naar onze krant”, aldus Steegstra. Zelf drukken is er niet meer bij. Actief wordt geprint in Emmeloord en verschijnt elke woensdag op tabloidformaat. De krant brengt sport, politiek, cultureel en zakelijk nieuws. De verdeling commerciële en redactionele content is ongeveer 60-40. Wat in de krant niet meegenomen kan worden, verschijnt op internet. Actief is tevens per regio toegespitst. “We merken dat adverteerders graag in een bepaalde regio actief willen zijn”, zo vertelt Steegstra.

Het mediabedrijf heeft twintig mensen in dienst, onder meer op het gebied van sales, redactie en studio. Wel is het personeelsbestand de afgelopen jaren ingekrompen. “We moeten het doen met steeds minder mensen. Dat heeft ook met de digitalisering te maken. Er zijn wel 24 mensen in dienst geweest.” Naast de papieren krant heeft Actief Media tevens een internettak en wordt er aan uiteenlopende projecten gewerkt. Momenteel is het bedrijf ook bezig specials en bijlagen te ontwikkelen.

### “Leuke ideeën en mogelijkheden voor de toekomst”

Hoewel vrijwel elk mediabedrijf te maken heeft met de gevolgen van de digitalisering, blijkt volgens Steegstra de waarde van een huis-aan-huisblad in de regio veel groter en steviger dan het internet. “We draaien elke week 48 tot 56 pagina’s. De adverteerders die dat mogelijk maken, doen dat niet voor



Directrice Shirley Bhagwat en directeur/eigenaar Jan Auke Steegstra in het pand van Actief Media in Burgum.

ons. Zij hebben er effect van. We hebben vaste adverteerders met wie we al jaar en dag zakendoen, maar ook veel nieuwe bedrijven weten ons te vinden.” Sinds vorig jaar is Actief Media weer lid van de NNP. Het bedrijf

was in het verleden al eerder lid en besloot zich onlangs weer bij de vereniging aan te sluiten. “We treffen nu toch meer mede-uitgevers. Daar kunnen weer leuke ideeën en mogelijkheden voor de toekomst uit voortkomen!”

Spread-IT garandeert u **rendementsverbetering** doordat u sneller en efficiënter kunt werken.

We verbeteren uw kwaliteitscontrole, geven meer inzicht in de keten en maken selfservice door uw ketenpartners mogelijk.

# SPREAD-it

- Klachtenmanagement

■ Dashboard / rapportages
- Abonnementenadministratie

■ Bezorgersadministratie
- Offerte- / ordermodule

■ Facturering
- Drukopdracht

■ Bezorgersportaal / -app



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

Hoekerweg 1 8042 PH Zwolle  
+31 (0)38 467 15 80  
www.spread-it.nl



# 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](http://hoekstrakrantendruk.nl)  
**E** [info@hoekstrakrantendruk.nl](mailto:info@hoekstrakrantendruk.nl)





## Ook Vriend van de NNP worden?

# Draag de vereniging een warm hart toe

Als lid van de NNP of als belangstellende is het mogelijk de NNP-vereniging te ondersteunen. Dit kan door een keuze te maken uit een van de vier verschillende voordelige sponsorpakketten onder de noemer van: Vriend van de NNP.

De NNP-leden hebben drie sponsormogelijkheden, te weten: goud, zilver of brons. Bij de eerste twee varianten krijgen de sponsors een plek op de mediabeurs tijdens de jaarlijkse NNP-dag, een banner op de website en een op de nieuwsbrief en tweemaal per jaar respectievelijk een hele en een halve pagina in de NNP-krant. Een gouden vriend van de NNP krijgt eveneens een halve pagina advertorial in de NNP-krant.

De bronzen Vriend van de NNP geniet dezelfde voordelen als de zilveren variant, alleen met het grote verschil dat ze geen stand, maar enkel twee toegangsbewijzen krijgen tot de NNP-beurs.

Niet-leden kunnen ook Vriend van de NNP worden. Hiermee dragen ze de vereniging ook een warm hart toe en in ruil daarvoor krijgen ze tweemaal per jaar een kwart pagina ruimte in de NNP-krant.

Roy Keller, voorzitter van de NNP: “Alle Vrienden van de NNP ondersteunen het belang en ondersteunen de werkzaamheden van de branchevereniging voor uitgevers van lokale nieuwsmedia. Samen zorgen we ervoor dat we met hart en ziel ons blijven inzetten voor een sterke lokale journalistiek met renderende commerciële initiatieven.”

## Sponsorpakketten NNP

**Goud:**  
stand op NNP-beurs, tweemaal per jaar hele pagina NNP-krant, banner website, banner nieuwsbrief en halve pagina advertorial in NNP-krant en website.

**Zilver:**  
stand op NNP-beurs, tweemaal per jaar halve pagina NNP-krant, banner website en banner nieuwsbrief.

**Brons:**  
Toegang voor twee personen NNP-beurs, tweemaal per jaar halve pagina NNP-krant, banner website en banner nieuwsbrief.

**Vriend van NNP:**  
tweemaal per jaar kwart pagina NNP-krant  
Voor meer informatie en prijzen, stuur een mail naar [nnpnl@nnp.nl](mailto:nnpnl@nnp.nl)

## 10 vragen aan... Frank van der Sman

### 1. Wie bent u?

Mijn naam is Frank van der Sman en ik ben 35 jaar oud. Ik ben geboren in Delft en ik woon in Berkel en Rodenrijs, samen met Frederique, onze twee zoons Luuk (2,5 jaar) en Leon (1 maand) en onze hond Cano. 17 jaar geleden ben ik bij het huis-aan-huisblad Telstar, dat inmiddels al 80 jaar bestaat, begonnen als stagiair en heb ik het geluk gehad dat binnen het bedrijf altijd nieuwe uitdagingen op mijn pad kwamen. De bedrijven waar ik momenteel voor werk zijn Telstar Uitgeverij, Hart van Holland en Het Mediacentrum in Pijnacker en Groot Hellevoet Uitgeverij in Hellevoetsluis. Daarnaast hebben we ook nog een bedrijf in de provincie Noord-Brabant, genaamd Talvi Uitgeverij. In totaal hebben we een wekelijkse oplage van ongeveer een half miljoen exemplaren, verdeeld over zeventien edities. Het Mediacentrum is ons productiebedrijf en verzorgt wekelijks de vormgeving en administratie voor onze eigen uitgeverijen, maar ook van collega-uitgevers. In totaal verzorgt Het Mediacentrum wekelijks de vormgeving van ruim 40 kranten.

### 2. Wilt u eens wat verrassends over uzelf vertellen?

Wat wel een verrassend verhaal is, is de wijze waarop ik ben binnengekomen bij Telstar. Ik zocht een stageplek en had een gesprek met de ‘oude baas’ Jan Soeterbroek. Tijdens het gesprek merkte ik dat hij niet stond te springen om een stagiair en toen heb ik hem de groetjes gedaan van mijn moeder. Daar was hij vroeger wel eens mee uit geweest, haha! De rest is geschiedenis.

### 3. Wat maakt uw bedrijf zo bijzonder?

Onze uitgeverijen zijn prachtige bedrijven om voor te werken met veel fijne mensen en een grote mate van vrijheid. Dat spreekt mij enorm aan en het creëert ook een grote betrokkenheid. Als mensen bij ons een rondleiding krijgen in Pijnacker, dan zullen ze de bar denk ik niet snel vergeten. Daar is het op vrijdagmiddag altijd gezellig. Iedereen welkom, dus kom gerust eens langs.

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

Dit zijn eigenlijk alle commerciële activiteiten die ik in mijn beginperiode heb gedaan onder mijn leermeester Ed Zandbergen. Van hem heb ik ontzettend veel geleerd en daarnaast is het een wereldvent die altijd voor iedereen klaarstaat. Ed werkt ook nog bij Telstar en is verantwoordelijk voor de uitgave Telstar/De Eendracht.

### 5. Wanneer bent u lid geworden van de Nederlandse Nieuwsblad Pers en wat waren de overwegingen?

Wanneer wij lid zijn geworden weet ik niet, maar ik vind het wel een goede zaak dat we aan de NNP verbonden zijn. Naast het feit dat je veel kan opsteken van je collega-uitgevers, vind ik met name de bijeenkomsten interessant waarbij sprekers aan bod komen die vertellen over de laatste ontwikkelingen binnen ons vakgebied.

### 6. Voor welke uitdagingen staat uw bedrijf?

Ons doel is om de lokale verbinder te zijn en te blijven. Dit kan in mijn ogen alleen met een hoge leesdichtheid van onze nieuwsbladen en hoge bezoekersaantallen online. Hoe groter het bereik, hoe beter we onze klanten ook kunnen helpen. Dit is belangrijk omdat we de omzet van onze nieuwsbladen op niveau willen houden en de omzet vanuit online willen verhogen. Daarnaast zullen we commercieel meer moeten bieden om de goede klantcontacten die we hebben te behouden. Zo hebben wij onlangs de site [www.delokaleverbinder.nl](http://www.delokaleverbinder.nl) gelanceerd. Hierop is alle informatie over onze (aanvullende) diensten te vinden. Verder hebben we ook een drukwerksite: [www.lokaalensneldrukwerk.nl](http://www.lokaalensneldrukwerk.nl) Het is een behoorlijke uitdaging om met alle bovenstaande zaken succesvol te zijn, maar ik heb er vertrouwen in dat wij dat met elkaar kunnen realiseren. Onze mensen maken al jaren het verschil en ik hoop dat ze dit nog jaren voor ons willen blijven doen.

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

Daar kijk ik niet te complex naar, veranderingen zullen er altijd zijn en daar zullen we ons voordeel mee moeten doen. Ik denk dat de vraag naar lokaal nieuws altijd zal blijven. Aan ons de taak om het nieuws zo goed mogelijk te brengen via de gewenste kanalen. Ook zeker via de krant. Wat is er lekkerder dan op je gemak een krantje lezen? Daar kan ik persoonlijk wel van genieten.

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

Een hoge leesdichtheid is van belang om klanten goed te kunnen helpen en dus ook om commercieel succesvol te kunnen zijn. Daar begint het mee. Hoge leesdichtheid wordt gerealiseerd door kwalitatief goede en unieke content. Daarnaast vind ik dat redacteuren met de tijd mee moeten gaan. Ik ben van mening dat elke redacteur die werkzaam is voor een gratis nieuwsblad ook commercieel mee moet denken. Alle neuzen dezelfde kant op. Gelukkig gaat dit bij ons naar tevredenheid.

### 9. Stel: u krijgt ruimte op een tegeltje, wat zou u daarop willen schrijven? Wees tevreden als het kan, daar word je vrolijk van.

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

Ik wil het stokje graag overdragen aan Adri de Bruijn van Enter Media. Ik vind het knap wat hij, samen met zijn zoon Joris, presteert met Pubble terwijl hij ook nog een eigen uitgeverij runt.





# Deelnemers MediaBeurs NNP-dag



**ToLocal** is de afgelopen 2 jaar hard gegroeid, begonnen als een jonge digitale sales organisatie voor nationale adverteerders, met een netwerk van lokale digitale websites en apps en nu uitgegroeid tot dé lokale specialist voor de nationale markt, voor zowel print als online. Daarnaast is door toevoeging van activiteiten op het gebied van educatie en strategie de oplossing van ToLocal compleet geworden. Het doel van ToLocal is om ervoor te zorgen dat lokale uitgevers naast de huidige inkomsten een goede digitale positie krijgen en daarmee instaat zijn hun inkomsten te laten groeien. Dit nadrukkelijk aangevuld met extra geld aan nationale adverteerders. Door het vormen van één netwerk van lokale websites en kranten is het voor adverteerders mogelijk om snel, simpel en heel gericht te adverteren. ToLocal vormt de toegang tot het netwerk. De adverteerder heeft contact met ToLocal, wij kaderen de lokaliteit en slimme technologie verzorgt de rest. ToLocal is de crossmediadiële specialist met focus op écht lokaal!

[www.tolocal.nl](http://www.tolocal.nl)

**Lokaal Nieuwsnet, snel lokaal nieuws produceren en online omzet creëren**, is een uniek bedrijf dat een innovatieve oplossing voor de lokale nieuwsvoorziening aanbiedt. Wij vinden het essentieel dat iedereen toegang heeft tot lokaal nieuws. Het Lokaal Nieuwsnet-platform zorgt ervoor dat uitgevers van lokale nieuwsvoorzieningen mensen zowel online als offline kunnen informeren over wat er in hun regio speelt. Ons platform biedt uitgevers ook uitgebreide advertentiemogelijkheden. Lokaal Nieuwsnet maakt lokale journalistiek voor iedereen mogelijk en biedt uitgevers een aantrekkelijk verdienmodel aan. Hierdoor is Lokaal Nieuwsnet de beste oplossing voor lokale nieuwsuitgevers.

[www.lokaalnieuwsnet.nl](http://www.lokaalnieuwsnet.nl)

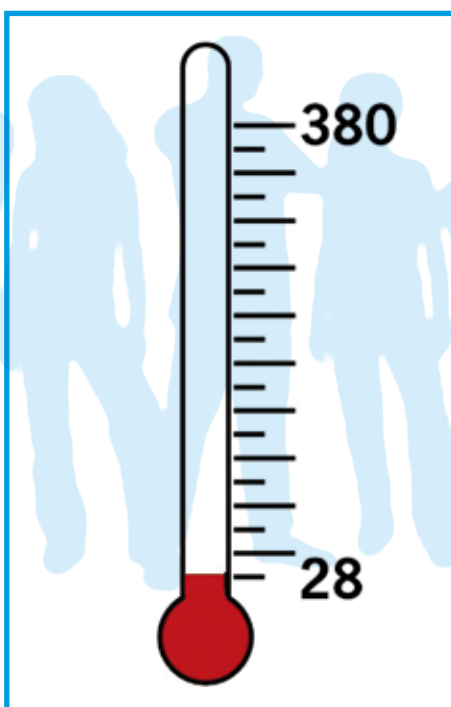


**Pubble is de oplossing NNP-leden** Pubble is een alleskunner als het gaat om de workflow bij een uitgeverij. Dit doeltreffende en eenvoudig te bedienen contentmanagementsysteem is in te zetten op alle speelvelden: redactie, foto, opmaak, verkoop, planning, facturering, verspreiding en management. Pubble is geknipt voor oude media, nieuwe media én een combinatie van beiden. Het mooie van Pubble is dat het is ontwikkeld op de werkvloer van Enter Media in Weesp, een middelgrote uitgever van kranten en online media. Daardoor voldoet het systeem aan alle eisen en wensen die worden gesteld door de mensen die ermee werken.

Omdat Pubble een online applicatie is, kan iedereen er overal mee werken: op kantoor, thuis en zelfs onderweg (mobiel). In aanschaf is het een goed en beduidend goedkoper alternatief voor de bestaande contentmanagementpakketten. Vervolgens leidt Pubble tot kostenbesparing, doordat het systeem werk uit handen neemt en de workflow optimaliseert. Het is dus niet verwonderlijk dat steeds meer NNP-leden en andere uitgevers ontdekken hoe het uitgeven eenvoudige en goedkoper wordt dank zij Pubble. De werking van Pubble wordt helder uitgelegd op [www.pubble.nl](http://www.pubble.nl). Daar kunt u ook een demo aanvragen. U bent uiteraard ook van harte welkom op de Pubble-stand op de MediaBeurs tijdens de NNP-dag.

[www.pubble.nl](http://www.pubble.nl)

## Het aantal TIP-burgerpanels nam een hoge vlucht, mede dankzij deelname van vijf leden van de Nederlandse Nieuwsblad Pers. Top!



TIP-burgerpanels Nederland

**In een korte periode van amper drie maanden is het aantal uitgevers van lokale nieuws-media, dat onafhankelijke raadplegingen via eigen TIP-burgerpanels heeft ingesteld, met ruim 55 procent gestegen.**

Hiermee maken ze inzichtelijk wat burgers daadwerkelijk vinden over actuele onderwerpen in hun gemeenschap. Ze zijn daarmee nog meer een gesprekspartner bij organisaties als gemeente, centrummanagement, toeristisch platform en ondernemersvereniging.

TopOnderzoek wenst de volgende NNP-leden veel succes met hun eigen TIP-burgerpanel:

Het Kontakt Bommelerwaard  
De Maas & Waler  
Texelse Courant  
DAS Publishers  
Telstar Uitgeverij

Wie volgt?

Voor meer informatie  
**TopOnderzoek**

Martijn Hulsen  
[m.hulsen@toponderzoek.com](mailto:m.hulsen@toponderzoek.com)  
[www.toponderzoek.com](http://www.toponderzoek.com)

**TOP**  
ONDERZOEK





**De mens maakt het verschil ...** Hoekstra Krantendruk is een gerenommeerde full-service krantendrukkerij, centraal gesitueerd in Nederland. In Emmeloord klopt het hart van ons hypermoderne drukpersen, met druksnelheden tot wel 87.500 kranten per uur, geheel in full colour op zowel tabloid als dagbladformaat. Flexibiliteit, service gericht en het leveren van kwaliteit zijn voor ons kernwaarden. Met ons compact team van ruim 30 medewerkers staan wij dagelijks voor u klaar en zijn we blij met elke krant die wij voor u MOGEN drukken. Wij staan garant voor een perfecte druk op duurzame wijze én natuurlijk op milieuvriendelijk geproduceerd papier! Onze slogan is dan ook: De krant is gewoon leuker!

**www.hoekstrakrantendruk.nl**



Janssen/Pers Rotatiedruk bestaat al sinds 1883 en is sindsdien uitgegroeid tot een gerenommeerde rotatiedrukkerij van ruim 100 medewerkers, gespecialiseerd in krantendruk en retail folders. Elke week ruim 7 miljoen kranten en 15 miljoen commerciële producten zoals folders en magazines. Wij hebben dagelijks contact met huis-aan-huis verspreiders en zorgen ervoor dat wij hun eisen en wensen goed kennen, zodat uw drukwerk altijd probleemloos kan worden aangeleverd én verspreid. U kunt rekenen op een flexibele, veelzijdige organisatie met korte doorlooptijden, concurrerende prijzen en gegarandeerd een hoge drukkwaliteit.

**Janssen/Pers Rotatiedruk meer dan drukken alleen**

Onze rol als krantendrukker beperkt zich niet alleen tot het drukken van (huis-aan-huis) kranten, magazines en folders die in de coldset, heatset, vellenoffset of digitaal geproduceerd kunnen worden. Nederlands grootste onafhankelijke krantendrukkerij Janssen/Pers biedt naast een grote diversiteit van formaten, papierkeuzes en in zetbaarheid van techniek ook de mogelijkheid om te faciliteren in de vorm van het vereenvoudigen van het werkproces of het aanreiken van kant en klare content via het Mediacentrum, internet diensten, workflow oplossingen enz. Bent u nieuwsgierig geworden hoe wij samen met u het verschil kunnen maken in het media landschap? Bel of mail ons en onze salesmanagers zullen u geheel vrijblijvend informeren naar de mogelijkheden. *Wij zijn er klaar voor!*

**www.janssenpers.nl**



Profactys is de licentieorganisatie voor haar zusterbedrijf Media Info Groep. Media Info Groep is een mediamonitoringsbedrijf en monitort vrijwel alle in Nederland uitgegeven printmedia, online media, social media en vooraanstaande radio- en televisiezenders. Profactys sluit licentieovereenkomsten met uitgevers voor het selecteren van gepubliceerde artikelen voor zakelijke opdrachtgevers, organiseert de uitbetaling van de auteursrechtvergoeding aan uitgevers en freelanceorganisatie Stichting Lira, en maakt afspraken over een digitale pdf-aanlevering van de printpublicaties. Daarnaast biedt Profactys aan uitgevers wederkerigheidsdiensten zoals Artikelgemist.nl inclusief een titelgebonden versie en ePaper- en archiefoplossingen.

**www.profactys.nl / www.artikelgemist.nl**



**Rodi media - de mediapartner uit Noord-Holland**

Met lef zijn we van 'krantenspecialist' uitgegroeid tot een ambitieus mediabedrijf, dat voorziet in de behoefte om te communiceren. Of dat nu lokaal, regionaal, doelgroepgericht of huis-aan-huis is. Waarom we dat doen? Om mensen en bedrijven met elkaar te verbinden. Om samen succes te bereiken. Om uw bedrijf succesvoller te maken. Dat is waar wij voor staan. Waar wij u bij helpen.

*Uitgeverij:* we zijn gespecialiseerd in printmedia en bieden een breed scala advertentiemogelijkheden om uw doelgroep te bereiken. Adverteer bijvoorbeeld huis-aan-huis of geef een eigen krant uit om uw bedrijf, product of actie te promoten. Onze media-adviseurs helpen u graag verder. Ontdek alle mogelijkheden om doeltreffend te adverteren.

*Rotatiedrukkerij:* toonaangevend. Dat zijn wij in print. Onze drukkerij onderscheidt zich door de onbegrensde mogelijkheden en haarscherpe drukkwaliteit. Voor unieke, creatieve, opvallende printproducten zoals een eigen krant of magazine, bent u bij ons aan het juiste adres. Onze ervaren drukwerkadviseurs helpen u graag verder. Lees meer over de printproducten en onze drukkerij.

*Verspreiding:* verspreid uw drukwerk mee mét onze goed gelezen huis-aan-huisbladen en laat uw boodschap van de mat 'spatten'. Wij bieden het grootste brievenbussenbereik van Noord-Holland (ruim 900.000 huis-aan-huisbladen per week). Maar er zijn meer voordelen van onze huis-aan-huis verspreiding.

**www.rodimedia.nl**



*Spread-IT* is de online verspreidingsoftware voor uitgevers of verspreiders van geadresseerd en/of ongeadresseerd drukwerk van o.a : (huis-aan-huis)bladen, abonnementskranten, gratis dagbladen, periodieken, folders, bulkmail en transactiepost.

*Spread-IT* garandeert u rendementsverbetering doordat u sneller en efficiënter kunt werken. We verbeteren uw kwaliteitscontrole, geven meer inzicht in de keten en maken selfservice door uw ketenpartners mogelijk. We realiseren dit door onze kennis van de uitgeversmarkt, onze deskundige en ervaren medewerkers. We werken voor zowel grote en kleine uitgevers.

**www.spread-it.nl**



**GOC creëert toekomst**

Hoe ziet uw toekomst eruit? En wat betekent dat voor uw business? Succesvolle mensen weten niet wat de toekomst brengt, maar zien hoe het ook zou kunnen. Met fantasie en verbeeldingskracht. Twee cruciale eigenschappen in de creatieve industrie. Eigenschappen die wij al ruim negentig jaar in huis hebben. En waarmee we mensen en organisaties helpen hun toekomst vorm te geven. Dat doen we door heel goed te weten wat er in de markt speelt en wat er nodig is. Door alle partijen te verbinden die ertoe doen: sociale partners, het rijk, bedrijven en opleiders. Door onderzoek houden we de beroepsprofielen actueel, die het uitgangspunt vormen voor de ontwikkeling en waar nodig aanpassing van de grafische beroepsopleidingen. Door mensen in beweging te brengen. Door ze individueel te ondersteunen bij de ontwikkeling van hun kennis en vaardigheden en door collectieve ontwikkeling van de branche. Samen met de grafimedia- en communicatiesector ontdekken we nieuwe kansen en creëren we iets moois. voor meer informatie:

**www.goc.nl**



# THE SKY IS THE LIMIT!

DEZE KRANT IS HAARSCHERP GEDRUKT VOOR DE JAARLIJKSE  
NNP BEURS IN AVIODROME - LELYSTAD

**nnp** DE ORGANISATIE VAN LOKALE NIEUWS MEDIA

## uitnodiging NNP-dag 2017

! NEDERLANDSE NIEUWSBLAD PERS

**VNP-dag**  
**Lokaal**

**VNP-dag bij Aviodrome in Lelystad**  
**Lokaal weer helemaal op de hoogte**

**Programma NNP-dag**

**10.00 uur**  
Deuren Aviodrome open.  
Vrij toegankelijk voor deelnemers NNP-dag.  
Algemene ledenvergadering (hiervoor krijgen NNP-leden persoonlijk een uitnodiging).  
Ontvangst geschiedten NNP-dag in Friendship Foyer. Hier staat ook de medabureau opgesteld.

**12.00-13.30 uur**  
Staat NNP-dag in Overval onder leiding van dagvoorzitter Henk van Zanten.  
• Uitspraak NNP-prijzen.  
• Toespraak Thijs Siegers, chef perszaken PSV.  
• Interactie, inspirerend en humoristische clinic van Omdenken.  
• Borrel en buffet in Friendship Foyer.  
Afsluiting NNP-dag.

**14.30 uur**  
Deuren Aviodrome open.  
Vrij toegankelijk voor deelnemers NNP-dag.  
Algemene ledenvergadering (hiervoor krijgen NNP-leden persoonlijk een uitnodiging).  
Ontvangst geschiedten NNP-dag in Friendship Foyer. Hier staat ook de medabureau opgesteld.

**17.15 uur**  
Staat NNP-dag in Overval onder leiding van dagvoorzitter Henk van Zanten.  
• Uitspraak NNP-prijzen.  
• Toespraak Thijs Siegers, chef perszaken PSV.  
• Interactie, inspirerend en humoristische clinic van Omdenken.  
• Borrel en buffet in Friendship Foyer.  
Afsluiting NNP-dag.

**20.00 uur**  
Deuren Aviodrome open.  
Vrij toegankelijk voor deelnemers NNP-dag.  
Algemene ledenvergadering (hiervoor krijgen NNP-leden persoonlijk een uitnodiging).  
Ontvangst geschiedten NNP-dag in Friendship Foyer. Hier staat ook de medabureau opgesteld.



## 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