

72<sup>E</sup> JAARGANG  
NUMMER 1  
MAART 2020

nnp

DÉ ORGANISATIE VAN LOKALE NIEUWS MEDIA

# uitnodiging NNP-dag 2020

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 in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem



# Beleef het dagelijks leven in Nederland door de eeuwen heen

Branchevereniging Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP), de organisatie van lokale nieuwsmedia, nodigt u van harte uit voor de NNP-dag op woensdag 1 april in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem.

### Programma NNP-dag, woensdag 1 april 2020

10.30 - 11.45 uur	Algemene Ledenvergadering	Kasteelboerderij
12.00 - 13.00 uur	Lunch voor uitgevers, deelnemers inspiratiesessie en media-standhouders	Kasteelboerderij
13.15 - 14.15 uur	Inspiratiesessie "Hoe haal je meer succes uit Facebook, LinkedIn en Instagram?" Deze sessie is speciaal voor NNP-leden	Auditorium (hoofdgebouw)
13.00 uur	Opening Mediabeurs	Kasteelboerderij
vanaf 14.30 uur	Ontvangst middagsgasten	Kasteelboerderij
15.15 - 16.45 uur	Plenaire gedeelte met onder andere Uitreiking van de NNP-prijzen 2020	Kasteelboerderij
Vanaf 16.45 uur	Gezellig samenzijn onder genot van een drankje en een uitbundig jubileumbuffet, muzikaal omlijst door zanger, gitarist en entertainer Dick Raat.	Kasteelboerderij
20.00 uur	Afsluiting NNP-dag met koffie/thee	Kasteelboerderij

Verschillende NNP-uitgevers hebben hun verhalen, foto's en commerciële initiatieven ingediend en maken daarmee kans op een van de NNP-prijzen: voor de Nieuwsbladjournalistiek, de Prijs voor Nieuwsbladfotografie en de A.M. Bandaprijs. Tijdens de NNP-dag maakt de jury de winnaars bekend. Op het programma van de NNP-dag staan naast de uitreiking van de prestigieuze NNP-prijzen dit jaar ook de overhandiging van twee extra prijzen: de Aanmoedigingsprijs Video en de categorie Beste Sportfoto als onderdeel van de Prijs voor Nieuwsbladfotografie.

Het plenaire gedeelte is een stuk ingekort, waardoor er meer ruimte is om elkaar te ontmoeten en bij te praten. Dit alles onder genot van een drankje en een feestelijk jubi-

leumbuffet, dat is omlijst door zanger, gitarist en entertainer Dick Raat.

Het Nederlands Openluchtmuseum is dagelijks geopend van 10.00 tot 17.00 uur en deelnemers aan de NNP-dag hebben de mogelijkheid voorafgaand aan het NNP-evenement gratis een bezoek te brengen aan het museum.

### Deelname NNP-dag

Aanmelden voor deelname aan NNP-dag kan door een e-mail te sturen naar [nnpnl@nnp.nl](mailto:nnpnl@nnp.nl) of de antwoordkaart in te vullen en per post te versturen. Na uw aanmelding volgt meer informatie.

In dit nummer:

PAGINA **3**  
Muzikant Dick Raat tijdens  
NNP-dag



PAGINA **5**  
NNP, distributeur van  
papier, fietsbanden, radio's  
en horloges



PAGINA **7**  
Inspiratiesessie speciaal  
voor NNP-leden



PAGINA **11**  
Uitgeversdag Volendam







# PROFACTYS

## Zien we elkaar op 1 april?

**Wat zijn jouw voordelen om een licentieovereenkomst te sluiten met Profactys?** We bespreken ze graag met je tijdens de NNP-dag. **Samen kijken we hoe er meer uit jouw content gehaald kan worden;** zowel marketingexposure als extra inkomsten.  
**Kom bij ons langs op de Mediabeurs!**

Profactys  
Randstad 21-71  
1314 BJ Almere  
036 549 5555

[www.profactys.nl](http://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  
Marc Cleutjens  
Rick den Besten  
Ans van Sligtenhorst  
Pius Schilder  
BAR uitgeverij

**Vormgeving & DTP**  
Rob van den Beuken

**Fotografie**  
NNP-bestuur  
Het Nederlands  
Openluchtmuseum  
Rick den Besten  
Willem Monteban  
Archief NNP  
Jawel Media  
Pius Schilder

**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

## NNP werkt aan jubileumkrant

# Aandacht voor alle uitgevers

**De NNP geeft ter gelegenheid van het 75-jarig bestaan een jubileumkrant uit. De dubbeldikke uitgave verschijnt in september als de NNP haar jubileum met bestuur en leden viert op Malta. In de krant zet de NNP alle aangesloten uitgevers in de schijnwerpers. Bovendien wordt de geschiedenis van de organisatie voor lokale nieuwsmedia in woord en beeld gepresenteerd.**

Door Marc Cleutjens

De redactie van de jubileumkrant is kort na de jaarwisseling begonnen met het verzamelen van bijzondere anekdotes en foto's om 75 jaar NNP te verbeelden. 'We roepen alle uitgevers op om in hun eigen kantoor te zoeken naar herinneringen', zegt voorzitter Roy Keller. 'De redactie bundelt ze graag en maakt er een mooie collage van in de jubileumkrant.'

Onder regie van bestuurslid Rick den Besten worden alle bij de NNP

aangesloten uitgevers benaderd voor een artikel in de jubileumkrant. 'We willen alle uitgevers een pagina in de krant aanbieden en ze zo uitgebreid voorstellen', aldus Den Besten. De uitgevers worden hiervoor de komende maanden persoonlijk benaderd.

**Verleden, heden en toekomst**  
Oud-bestuurslid Marc Cleutjens is als historicus gevraagd om de geschiedenis van 75 jaar NNP aan de hand van verhalen, interviews en foto's in beeld te brengen. 'In 2005 verscheen een mooi standaardwerk

over 60 jaar NNP, geschreven door oud-directeur Jan-Maarten Pekelharing', zegt Cleutjens. 'Nu is gekozen voor een kleurrijke terugblik op de meest opvallende hoogtepunten van de afgelopen 75 jaar.'

Natuurlijk richt de NNP het vizier in de jubileumkrant ook op het heden en op de toekomst. Want de organisatie voor lokale nieuwsmedia is springlevend, getuige de grote belangstelling voor activiteiten die elk jaar worden voor leden wor-

den ondernomen. Denk aan de uitgeversdag, de bijeenkomst voor marketing- en salesmedewerkers en natuurlijk 'NNP on Tour'.

**Oproep**  
Wie beschikt over bijzondere verhalen, leuke foto's of andere herinneringen aan 75 jaar NNP, kan ze per e-mail sturen naar nnpnl@nnp.nl onder vermelding 'jubileumkrant'. De meest opvallende inzendingen krijgen een plekje in de jubileumkrant.



## Muzikant Dick Raat tijdens NNP-dag:



# “Vier de goede dingen van het leven”

*Het plenaire tijdens de NNP-dag staat vooral in het teken van elkaar ontmoeten en bijpraten. Dit jaar verzorgt zanger, gitarist en entertainer Dick Raat de muzikale omlijsting. Hij is een enthousiaste professionele muzikant en artiest die zich al spelend en zingend tussen het publiek begeeft.*

*Hij treedt al meer dan 20 jaar op als beroepsartiest en speelt op allerlei soorten feestelijke gelegenheden: hij kan zich als geen ander inleven en aanpassen wil zijn gasten een lach en fijn gevoel meegeven. Het repertoire van Dick is zeer divers, van The Beatles tot André Hazes en van Neil Diamond tot Boudewijn de Groot.*

## Slimste Journalist 2020

# Een gedeelde vijfde plaats

**Tussen het nationale mediageweld heeft de NNP zich donderdagavond in Amsterdam meer dan uitstekend gewoerd tijdens de quiz Slimste Journalist 2020. Het resultaat: een gedeelde vijfde plaats. Het beste resultaat ooit voor de NNP.**

De NNP werd bij Slimste Journalist 2020, een initiatief van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, vertegenwoordigd door Kontakt Mediapartners (Het Kontakt). Coach Rick den Besten had zijn team met grote zorgvuldigheid samengesteld. Ten opzichte van vorig jaar was topscorer Dick Aanen afwezig en dirigeerde Den Besten zichzelf naar de reservebank.

Zij werden vervangen door Annie Molenaar - voor de vrouwelijke inbreng - en youngster Martin van Hemert. Geurt Mouthaan en Robert van der Hek waren in de basisopstelling gehandhaafd; zij kenden immers het klappen van de zweep. Kortom, een evenwichtig team.

Het viertal maakte de verwachtingen meer dan waar. Halverwege werd zelfs de tweede plaats ingenomen.

Na de pauze ging de moeilijkheidsgraad omhoog en moest iets terrein worden prijsgegeven, maar de doelstelling (top-10, het linkerrijtje) werd met een gedeelde vijfde plaats ruimschoots gehaald. Ter vergelijking: de winnaars van 2012 en 2016 eindigden gelijk met de NNP. Klinkende namen als Villamedia en Zembla werden verslagen.

Slimste Journalist 2020, gepresenteerd door Herman van der Zandt, werd met 25 punten gewonnen door Leids Mediafonds. NNP kwam

tot 21 goede antwoorden. 23 teams van journalisten, onderzoekers, politici en communicatiedeskundigen testten hun kennis op het gebied

van actualiteit, geschiedenis, politiek, entertainment en het online bereik van nieuwsmedia.



v.l.n.r. Geurt Mouthaan, Annie Molenaar, Martin van Hemert en Robert van der Hek (foto: Rick den Besten).





# Direct lokaal adverteren?

De Lokale Planner is dé salestool voor adverteerders, mediabureaus en publishers / uitgevers van lokale media.

Met de Lokale Planner kun je zelf eenvoudig en op een efficiënte manier een lokale advertentie plannen en direct inboeken op ca. 600 lokale nieuwstitels in print en op 1.200 online nieuwswebsites.



## Stap 1

> Log in en maak een account aan

## Stap 2

> Kies voor print of online

## Stap 3

> Selecteer regio(s), gemeente(n), postcode(s) of titel(s)

## Stap 4

> Bepaal je inzet of hoe je wilt adverteren

## Stap 5

> Maak een offerte of boek direct

Weten welke informatie van jullie titels in de planner is opgenomen?

**Vraag een inlog aan!** Mail naar [info@lokaleplanner.nl](mailto:info@lokaleplanner.nl).



**NEWSALES COMPANY**  
A Marketing Media Agency





‘Nederlandsche Nieuwsblad Pers’ opgericht in Utrecht (1945)

# NNP, distributeur van papier, fietsbanden, radio’s en horloges

‘Kasteel van Antwerpen’, Oudegracht 129, Utrecht. Dit hotel was de bakermat van de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Vrijdag 14 september 1945 werd in dit etablissement de basis gelegd voor de organisatie van lokale nieuwsmedia die in 2020 het 75-jarig bestaan viert. Op de plek waar nu de modewinkel SuperdryStore is gevestigd, vond kort na de bevrijding de oprichtingsvergadering plaats van een vereniging waarvan de afgekorte naam destijds nog mét puntjes werd geschreven: N.N.P.

Door Marc Cleutjens

75 jaar NNP wordt woensdag 1 april gevierd in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem. Het vroegere ‘Rijksmuseum voor Volkskunde’ - opgericht en geopend in 1918 - is het passende decor voor een terugblik op de rijke geschiedenis van de NNP.

De cirkel is rond op 1 april in Arnhem. Enkele jaren na de oprichting vergaderde de NNP-bestuurders in het Nederlands Openluchtmuseum. Na die samenkomst kuierden alle aanwezigen onder aanvoering van de eerste voorzitter A.M. Banda door de ‘Zaanse Buurt’, nog steeds een van de blikvangers van het populaire museum.

## “Dat er iets komt”

Het was Banda die aan de wieg stond van de NNP. Op 22 augustus 1945 stuurde de Fries een brief aan enkele uitgevers. Daarin riep de drukker-uitgever van de Kollumer Courant op snel te komen tot de oprichting van een ‘Vereeniging van Nieuwsbladuitgevers’. In eerste instantie wilde Banda met gezamenlijke middelen een secretaris en een jurist aanstellen die namens alle aangesloten uitgevers het aanspreekpunt zouden zijn voor de Nederlandse regering. De oprichting van een vereniging was van later zorg, al was dat wel zijn

uiteindelijke doel ‘opdat nú, zoowel als in de toekomst, dáár waar nood-ig is, opgekomen kan worden voor onze belangen’. Banda schreef ook: ‘Hoofdzaak is ‘dat er iets komt’, opdat men in Den Haag namens de Nieuwsbladuitgevers kan spreken en handelen.’

## Vliegende start

Een kleine maand na Banda’s brief togen uitgevers van negen Nederlandse nieuwsbladen per trein en per bus naar Utrecht. Daar werd in ‘Kasteel van Antwerpen’ de oprichtingsvergadering van de NNP gehouden. Uitgevers die de reis naar Utrecht niet konden maken, lieten per brief weten het initiatief te ondersteunen en aan te sluiten.

De NNP kende een vliegende start. Amper een maand na de oprichting telde de vereniging 35 aangesloten nieuwsbladen met een gezamenlijke oplage van 183.760 exemplaren. Bovendien sloten zich uitgevers aan van wie de krant na de bevrijding nog niet was verschenen. In september 1946 stond de teller al op 180 uitgevers die samen 268 nieuwsbladen uitgaven.

**Papierschaarste**  
De papierschaarste was een van de grootste problemen waar nieuwsbladuitgevers in 1945 kampten. De NNP werd snel na de oprichting belast met de toewijzing van kran-



Een van de eerste NNP-ledenvergaderingen werd gehouden in het Nederlands Openluchtmuseum. De NNP keert er dit jaar terug voor de jaarlijkse ‘NNP-dag’. Op de foto kuiert oprichter A.M. Banda (met hoed) met de andere NNP’ers door de ‘Zaanse Buurt’. (Foto: Rijksmuseum voor Volkskunde / Openluchtmuseum Arnhem, 1954).

tenpapier, niet alleen voor eigen leden maar ook voor andere lokale en regionale nieuwsbladen.

Daarnaast was een belangrijke rol weggelegd voor het distribueren van fietsbanden voor zowel journalisten als krantenbezorgers. Bij het Centraal Distributiekantoor konden in de jaren na de bevrijding niet minder dan 1.200 buiten- en binnenbanden worden opgehaald.

Opvallend: ook het onder uitgevers verspreiden van horloges en radiotoestellen was in de beginjaren een taak voor de NNP. Een uitgever die kon aantonen een horloge nodig te hebben, kon een aanvraag in-

dienen. Datzelfde gold voor de vijf radiotoestellen die het Philips Persbureau toewees aan de NNP. Elke hoofdredacteur die een ‘behoorlijke motiveering’ kon overleggen, maakte kans op een radio.

## Sneller dan verwacht

De NNP ontwikkelde zich van een distributeur van papier en fietsbanden tot een belangenvereniging voor uitgevers van betaalde nieuwsbladen. En dat waren er veel. In 1947 steeg het aantal leden naar 226, een jaar later stond de teller al

op 241. Een enorm aantal, zeker getiteld op het aantal nieuwsbladen dat op dat moment in Nederland verscheen: 277.

Banda’s plan om tot een vereniging van nieuwsbladuitgevers te komen was een succes. De drukker-uitgever uit Kollum heeft nooit kunnen bevroeden dat zich zo kort na de samenkomst in ‘Kasteel van Antwerpen’ zoveel uitgevers zouden aansluiten. Het maakte van de NNP sneller dan verwacht een krachtige belangenorganisatie voor lokale nieuwsmedia.

lees verder op de volgende pagina



Blik op het NNP-kantoor in Den Haag. De medewerkers hadden de handen elke dag vol met het verwerken van alle post van en voor aangesloten nieuwsbladen. (Foto: P. van Breukelen, 1955).



Impressie van de NNP-dag in Arnhem. (Foto: NNP, 1994).



Vervolg van pagina 5



**Het Nieuwsblad komt binnen ...**

Op 't platteland en in de provincie-  
steden wordt door het gehele gezin  
telkens weer naar dat moment uit-  
gezien.  
Het NIEUWSBLAD is voor haar  
totaal aantal abonne's van 1,2 milli-  
oen de regelmatige, welkome  
brenger van al het nieuws uit eigen  
omgeving.  
Ook de advertentiepagina bevat  
nieuws, immers deze is voor de  
lezer(es) de berichtenbron van dat-  
gene wat aan de markt is.  
De bevolking op het platteland en  
in de provinciesteden besteedt haar  
inkomen voor het overgrote  
deel aan kleding, voeding,  
verbruiksartikelen, enz. Stelt  
haar in de gelegenheid ook  
uw producten te leren kennen.

**NIEUWSBLADEN**  
(één- of meermalen per week verschijnende plaatselijke- en streekbladen)

Inlichtingen verstrekt het Centraal Bureau der Nederlandsche  
Nieuwsblad Pers (N.N.P.), Prins Hendrikstraat 17 's Gravenhage

1948: de NNP voert campagne om adverteerders te werven voor nieuwsbladen. ‘Het nieuwsblad komt binnen...’ (Foto: NNP).



**„Mag ik 'm nou ook eens?!”**

Hij kan ternauwernood zijn heurt afwachten, zo verlangt hij naar zijn krant. Zijn krant, dat is het nieuwsblad. Voor hem en voor allen in de „Provincie” een goede vriend, die alle nieuwtjes uit de buurt vertelt. Ze lezen 'm niet, ze spelen 'm! En niet één, maar meerdere malen: het streeknieuws: de vaste rubrieken.... en de advertenties! Voor de adverteerders is dat van onschatbare waarde. Want zij weten, dat aan hun advertenties altijd aandacht wordt besteed en dat ze intensief worden gelezen. Daarom is het nieuwsblad voor iedere adverteerder, die de bevolking van het platteland en de kleinere steden wil bereiken, een onmisbaar medium.



**N.N.P. Nieuwsbladen**

Een of meermalen per week vgrschijnende  
plaatselijke- en streekbladen!

**Inlichtingen:**  
Centraal Bureau  
Nederlandsche  
Nieuwsblad  
Pers  
Dinsdaghstraat 69  
's-Gravenhage  
Telefoon 723537

‘Het nieuwsblad is voor iedere adverteerder, die de bevolking van het platteland en de steden wil bereiken, een onmisbaar medium’. (Foto: NNP).



**„Daar is-ie weer!”**

„Ie”, dat is de krant, niet zo maar een krant, maar het plaatselijk  
nieuwsblad. Voor haar en voor allen in deze omgeving de brenger  
van het nieuws. Nieuws, waarin ze belangstellen. Een krant waar-  
naar ze uitzien en waarin ze alles lezen en herlezen, van het eerste  
tot het laatste woord. Ook de advertenties! Benut daarom het  
plaatselijk nieuwsblad voor Uw verkoop-reclame! Dan weet U, dat  
Uw advertenties intensief en meerdere malen worden gelezen!

**Harlinger Courant**

Plaatselijk nieuwsblad voor  
Harlingen en omstreken, Terschelling en Vlieland

De Harlinger Courant werft adverteerders: ‘Benut het plaatselijk nieuwsblad voor Uw verkoop-reclame!’.

# NNP-activiteiten 2020

## De NNP organiseert ook komend jaar weer volop interessante activiteiten

**donderdag 30 januari:**  
Slimste Journalist

**donderdag 6 februari:**  
Uitgeversdag in Volendam

**woensdag 1 april:**  
Algemene Ledenvergadering en NNP-dag

**donderdag 10 september tot en met  
maandag 14 september:**  
Studie- en jubileumtrip naar Malta

**woensdag 7 oktober:**  
Bijeenkomst redactie en commercie

Activiteiten NNP in 2020?  
Hou e-mail in de gaten  
of kijk op [nnp.nl](https://nnp.nl)

# “Ja-ja sticker draait huis-aan-huiskranten de nek om”

NNP-voorzitter Roy Keller is helder als het gaat om het invoeren van de ja-ja-sticker. “Al meer dan 60 jaar communiceren gemeenten via huis-aan-huiskranten. Met het invoeren van de sticker wordt hen de nek omgedraaid.” De NNP zet zich op verschillende manieren in om haar zorgen in de maatschappij te uiten.

De NNP heeft lobbybureau Meines Holla & partners uit Den Haag en spindocter Kay van de Linde ingeschakeld. Roy: “Op die manier willen we een afspraak met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) regelen en aan tafel met de verantwoordelijk minister om ook daar onze terechte zorgen te delen. Ik vind namelijk nog steeds dat de huis-aan-huiskranten de lijm zijn in onze samenleving en daarom is het onwenselijk om ons op gelijke voet te stellen met folders.”

De zorgen over de sticker blijken niet ongegrond. Roy vervolgt: “De bereidheid van consumenten en bedrijven bijvoorbeeld in Amsterdam om de ja-ja sticker op hun brievenbus te plakken is nog geen 15 procent. Dat betekent dat uitgevers hun bedrijven onvoldoende rendabel houden. Je kunt het vergelijken met het invoeren van de donorwet in de zomer van 2019. Op dit moment heeft de helft van de mensen hierin nog geen actie ondernomen. Mensen willen wel, maar ze doen

voorlopig nog bar weinig.” Maar er is nu heel veel commotie rondom de ja-ja sticker en onderzoeken van Hart van Nederland en Plus OnLine, laten zien dat bijna 90 procent van de consumenten de huis-aan-huiskrant niet willen missen. “De NNP gaat dan ook, samen met mediabedrijven als DPG, BDU en NDC de strijd aan met de overheid en de gemeenten om ervoor te waken, dat de huis-aan-huiskranten achter de sticker verdwijnen.”





## Inspiratiesessie speciaal voor NNP-leden

# “De vier c’s maken het inzetten van sociale media succesvol”

**Hoe haal je als uitgever meer succes uit Facebook, LinkedIn en Instagram, zowel voor redactie als commercie? Dat is de centrale vraag tijdens inspiratiesessie verzorgt door Alwin Zandvoort van Digital Moves.**

Alwin heeft een marketingachtergrond, met een uitstap van 13 jaar naar recruitment en commercie. “Mijn specialiteit is het luisteren naar de markt, het zoeken naar de juiste mensen en invulling eraan geven. Ik begon in 2010 op mijn 38ste voor mijzelf. In eerste instantie met een werving en selectiebureau en toen kwam al snel bij mij de vraag: hoe zet ik mijzelf op de kaart? Sociale media was in opkomst en niet

veel later explodeerde dat enorm. Ik ben het schoorvoetend gaan omarmen, want ik had eerlijk gezegd helemaal niets met sociale media. Ik was daar zeer kritisch over, net als nog steeds sommige toehoorders bij mijn lezingen of presentaties.”

De meeste organisaties die sociale media voor hun bedrijf inzetten willen meer zichtbaarheid of meer klanten. Alwin: “Heel belangrijk uit-

gangspunt is het goed inrichten van de drie c’s: creatie, community en content. Bij creatie zorg je dat het platform optimaal is ingericht. Het moet als het ware van het scherm af spatten. In de community kijk je naar je volgers en hoe laat je die groeien. Niet alleen in aantal, maar nog belangrijker in interactie en betrokkenheid. En de derde is content: welke inhoud plaats je waar, hoe vaak en op welke tijden. Zelf voeg ik daar nog een vierde c aan toe en dat is cultuur. Het is namelijk ook handig om binnen je organisatie te kijken naar je medewerkers, te inventariseren hoe zij met sociale

media omgaan en hoe bereid ze zijn om dingen te delen of content aan te dragen. Deze vier c’s maken het inzetten van de sociale media succesvol.”

Een veelgehoorde frustratie van een bedrijf is dat sociale media onvoldoende voor hen werkt. Alwin vervolgt: “Ze hebben vaak lukraak dure advertentiecampagnes of betaalde pakketten ingezet en komen vervolgens naar mij toe met de opmerking dat het allemaal niet werkt. Ik ben dan altijd benieuwd naar de vraag achter hun vraag. Wat wil je nou precies? Het is belangrijk om bij

de basis te beginnen, zet je profielen optimaal in, neem je medewerkers mee en geef hen meer vrijheid om te gaan met sociale media.”

**Toekomst uitgeverij**  
“Mensen hebben in mijn ogen altijd sterke behoefte aan het vertellen en lezen van verhalen. Van de verhalen die in de prehistorie rond het kampvuur werden verteld tot aan nu. Hierbij zal in mijn ogen print altijd een belangrijke schakel blijven. Ik weet dat veel van mijn collega’s, waaronder ook enkele trendwatchers, deze mening delen”, besluit Alwin.



Alwin Zandvoort.

### Aanmelden

De inspiratiesessie speciaal voor NNP-leden is van 13.15 tot 14.15 uur in het Auditorium van het Nederlands Openluchtmuseum. De titel: Hoe haal je meer succes uit Facebook, LinkedIn en Instagram? Het is vooral gericht op vindbaarheid, zichtbaarheid, profilering als uitgeverij, netwerken en Social Selling. De trainer/spreker is Alwin Zandvoort van Digital Moves. Aanmelden voor 21 maart via [nnpnl@nnpn.nl](mailto:nnpnl@nnpn.nl)

# Onderscheidende producties in krantendruk

Voor iedere uitgever hebben wij een passend formaat krant

JANSSEN/PERS

ROTATIEDRUK

## Lezersinkomsten groeien

# Het abonnement heeft de toekomst

### ■ CONTENT IS KING

**De advertentie loopt terug, het abonnement komt op. Lezers die betalen voor je mooie journalistieke producties hebben de toekomst. Ook lokaal.**

De 19-jarige student Daan Kieft uit Ede verblijft voor een half jaar in het door bosbranden geteisterde Australië. De redactie van Ede Stad spoorde hem op en laat hem verslag doen van hoe de branden zijn dagelijks leven beïnvloeden. Een mooi voorbeeld van een verhaal dat je nergens anders leest. Nog een. In de historische binnenstad van Weesp staan al jaren drie kleine winkelpandjes te verpieteren. De redactie van het WeesperNieuws zette uiteen hoe het zover kon komen én hoe ze de komende maanden weer helemaal worden opgeknapt.

Twee voorbeelden ook van lokale uitgevers die zijn overgestapt op een premium-model. Ede Stad van BDU en WeesperNieuws van Enter Media.

### Verdienmodel

‘Content is king’, weten de NNP-leden sinds hun bezoek aan uitgeverij Archant in Londen. Om relevant te zijn en te blijven moeten lokale redacties doen waar ze goed in zijn: de mooie, belangrijke, ongemakkelijke en ontroerende verhalen uit de eigen omgeving opschrijven. Maar minstens even belangrijk: er schuilt een verdienmodel in.

### ‘Abonnement voor helft uitgeverijen belangrijkste inkomstenbron’

Ga maar na. Het zijn alleen de lokale journalisten die deze artikelen kunnen maken. Zij weten wat er speelt, kennen de context en hebben het netwerk. Dat dat soms wordt weggezet als sufferdjes-journalistiek is onterecht. Het zijn juist de lokale verhalen waar de lezer een grote betrokkenheid bij voelt, die graag gelezen en hoog gewaardeerd worden. Mits het goede stukken zijn uiteraard, in een fraai opgemaakte krant of

prettig leesbare website. Wie dat goed voor elkaar heeft, kan serieus nadenken over het betaald aanbieden van de journalistieke producties die nu nog gratis (met advertenties) worden weggegeven.

### Ervaringen

Pubble zit boven op deze ontwikkeling, zowel technisch als inhoudelijk. Visies van uitgevers, ervaringen op de werkvloer, reacties van lezers... Pubble verzamelt al-

ters Institute. Ongeveer een derde denkt dat advertenties en lezersinkomsten even belangrijk zijn, minder dan 15% vestigt zijn hoop nog op advertenties alleen.

“Uitgeverijen die hebben ingezet op lezersinkomsten plukken daar nu de vruchten van”, zegt onderzoeker Nic Newman. Zijn collega Eduardo Suárez waarschuwt dat het niet eenvoudig is om zomaar een betaalmuurtje op te werpen. “Zeker niet als je je artikelen al jaren gratis aanbiedt.” Hij wijst op drie dingen die in orde moeten zijn voordat je een betaalmuurtje plaatst.

1. Integreer het project binnen de redactie en uitgeverij.
2. Vertel je lezer het verhaal van je journalistieke missie: wie ben je, waarom is je product zo belangrijk en waarom zou de lezer ervoor moeten betalen?
3. Zorg voor een goed werkend digitaal platform: slechte gebruikerservaringen jagen een (potentiële) abonnee weg.

**Pubble is helemaal klaar voor deze toekomst en biedt de techniek en de inhoudelijke expertise. Bel of mail Pubble voor een vrijblijvende afspraak.**

## Sneller, fijner, slimmer: er is veel nieuw in Pubble

### ■ UPDATE 2020

**Nieuwe functies, fijnere vormgeving, slimmere indelingen, snellere verwerking... Nu al heeft Pubble de grote voorjaars schoonmaak uitgevoerd. Het resultaat is een update van het programma met allerlei zichtbare en onzichtbare verbeteringen.**

De belangrijkste zaken zetten we onder aan deze pagina op een rij. Voor de redacteurs springt direct de nieuwe editor in het oog.

De indeling is rustiger, waardoor het nog fijner werken is. De icoontjes zijn verfijnder. Zoals het icoontje dat onder aan dit bericht is weergegeven. Hiermee verrijk je je webbericht met ingesloten andere media, zoals een bericht van social media, een video of een podcast. Een andere grote

wijziging is het overzicht van de webartikelen. Dat noemen we PubbleDeck.

Voor uitleg van de vele Pubble-functies kun je altijd terecht in ons helpcentrum, bereikbaar via het vraagtekentje in de rechterbovenhoek van je Pubble-scherm. Lees het met aandacht, want: hoe meer je van Pubble weet, hoe leuker het werken met Pubble wordt.



## De nieuwe snufjes van Pubble op een rijtje

### ■ OVERZICHT

**In Pubble zitten allerlei handige tools die het werken aangenamer maken. Hier een opsomming van de nieuwste snufjes. Probeer ze eens uit, de weg wijst zich meestal vanzelf.**

### Redactie

- Je kunt een pdf toevoegen als beeld bij je artikel.
- Ctrl+s werkt om op te slaan in teksteditor (je cursor moet wel in de tekst staan). Op een Mac is het command+s.
- Ctrl+z werkt om een of meerdere stappen ongedaan te maken (je cursor moet wel in de tekst staan). Op een Mac is het command+z.
- Je kunt met meerdere mensen tegelijk in een artikel werken.

Je ziet de naam van elke bewerker in het artikel verschijnen. Bewerkingen worden in alle openstaande vensters direct verwerkt en opgeslagen.

- In een webartikel kun je eenvoudig de hoofdfoto verwisselen. Klik onder de hoofdfoto op het icoontje met de gekruiste pijltjes en klik vervolgens op het koppel-icoontje van de foto die je wilt wisselen.

### Foto's

- Het uploadvenster is in een strakker jasje gegoten. Niet alleen mooier, het werkt ook prettiger.
- In de databank (het fotoarchief) kun je nu meerdere zoekwoorden invoeren om tot een beter resultaat te komen.
- De zoekfunctie is sneller.

### Mailing

- Mailing per nieuwscategorie
- Mogelijkheid om de automatische weekmailing over te slaan op bepaalde dagen (handig rond bijvoorbeeld kerst en Pasen)
- Pubble checkt en verhelpt bouncing: mailadressen waar niet kan worden afgeleverd, gaan automatisch uit de verzendlijst.

### Opmaak

- Bij het up- en downloaden zie je een logbestand. Zo weet je altijd wie de laatste bewerking heeft gedaan.

### Facturatie

- Het genereren van de facturen gaat sneller, facturen kunnen makkelijker worden ingezien.

## 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.





# Het maken van de krant hoeft geen wekelijkse stress-expeditie te zijn

Laat ons eens meekijken. Dan zien we meteen waar het efficiënter kan

## ■ TIJD WINNEN

Op de deadlinedag blaast de stoom uit je oren. Alles komt tegelijk en op het laatst. Druk, druk druk – want het moet naar de drukker. Herkenbaar? Natuurlijk, we hebben een dynamisch vak, maar het maken van een krant hoeft helemaal geen wekelijkse stress-expeditie te zijn.

Als je gewend bent om iets te doen, is het lastig om het ineens anders te doen. Toch zijn veranderingen nodig om tot verbeteringen te komen. Voor het werken in Pubble geldt dat net zo. Daarom is het tijd voor een check. Laatst nog. Een van onze gewaardeerde Pubble-gebruikers steekt veel tijd in het checken van teksten en pagina's voordat ze naar de drukker gaat. Daardoor loopt de werkdruk enorm op naarmate de deadline nadert. Door samen met de uitgever en de medewerkers te kijken naar de workflow, kon er winst worden geboekt zonder dat de kwaliteit van teksten en opmaak in het gedrang komt. Het geheim van de smid? Gebruik Pubble zoals het bedoeld is en kies de werkwijze die daarbij past. Pas dan benut je Pubble optimaal en profiteer je van de efficiëntie die het systeem biedt.

**Optimaal gebruik**  
Al sinds 2011 doet Pubble een



We hebben een dynamisch vak. Juist daarom is een efficiënte workflow van groot belang.

schat aan werkervaring op bij verschillende uitgeverijen. Dat heeft geleid tot het complete cloudbased contentmanagementsysteem dat de Nederlandse uitgeverijen heeft veroverd. Acht van de tien huis-aan-huisbladen in ons land worden gemaakt met Pubble. Dat is natuurlijk niet voor niets. Deze uitgevers ervaren het enorme efficiency-voordeel. Het is de beste

oplossing om de uiteenlopende en vaak hectische workflow binnen een uitgeverij in goede banen te leiden. Bij de redactie, de opmaak, de verkoop, de administratie en de directie. Toch kan het gebeuren dat nog niet elke functie van Pubble optimaal wordt gebruikt. Soms komt dat doordat een bepaalde functie onbekend is of niet goed is uitge-

legd. Maar soms zien we ook dat de Pubble-gebruikers (weer) hun vertrouwde werkwijze hebben omarmd. Dat is helemaal geen schande, maar wel zonde. Zo vroeg een andere Pubbelaar zich af waarom het versturen van de nieuwsbrief zo omslachtig en tijdrovend was. Wat bleek: er werd gewerkt op de manier waarop men dat gewend was, niet op de manier

waarop het in Pubble bedoeld is. Sinds we wezen op de enige echte Pubble-manier-van-werken, vliegen de nieuwsbrieven er ook hier sneller uit dan ooit. Iedereen blij.

**Loslaten**  
Pubble is geheel gebaseerd op de dagelijkse praktijk op de werkvloer. Alleen, de praktijk is niet op elke werkvloer hetzelfde. En daar komen de veranderingen om de hoek kijken. Soms moet worden losgelaten hoe het in voorgaande jaren altijd is gedaan. Daarin is meer winst te boeken dan je denkt. Maar hoe weet je of je Pubble optimaal gebruikt? Daarbij kunnen we je assisteren met een eenvoudige check. Een van onze specialisten kijkt mee en ziet meteen waar het slimmer, sneller en efficiënter kan. Daarnaast kun je als uitgever ook knelpunten melden, dan zoeken wij naar de oplossing. Onze ervaring is dat die meestal gevonden kan worden binnen de huidige mogelijkheden van Pubble. Alleen

**Pubble kan je assisteren met een eenvoudige check**

vereist dat soms – daar is-ie weer – een (kleine) verandering in werkwijze. Meer weten? Bel Pubble op 0294-410054.

## Maak het werk leuker door te weten wat Pubble kan

Tips voor beginners en gevorderden: kies de optimale workflow

## ■ WORKSHOPS

**Waar is dat knopje voor? O, dat is handig, dat wist ik nog niet! Heel fijn natuurlijk dat de ontwikkelaars van Pubble het programma telkens verbeteren. Maar als Pubble-gebruiker is het soms best lastig om alle nieuwigheden bij te houden. Goed nieuws: een van onze ervaren Pubble-gebruikers komt graag langs om samen door (een deel van) het programma te lopen.**

Bij de meeste uitgeverijen betekende de introductie van Pubble een verandering van de werkwijze. Ook moesten de medewerkers wennen aan een compleet nieuw programma. Onze ervaring is dat bijna iedereen het werken in Pubble snel oppakte en dat de kranten soepel werden samengesteld. Maar we merken ook dat er naast de basisfuncties nog best wat mogelijkheden van Pubble onderbelicht zijn gebleven. Het zijn de knopjes en opties waarvan bij de introductie is gezegd: die komen later wel. Of het zijn de nieuwe features die bij een update van Pubble zijn toegevoegd die niet iedereen meteen in de werkwijze heeft opgenomen.

Dat is natuurlijk logisch, want tussen het maken van de kranten door is vaak maar weinig tijd om eens even lekker in alle mogelijkheden van Pubble te duiken. Toch is dat jammer, want wij zeggen niet voor niets: het werken in Pubble wordt leuker als je weet wat Pubble allemaal kan.

**Workshops**  
Gebruiken de medewerkers Pubble wel op de juiste manier? Zijn er geen handiger manieren om de regelmatig terugkerende werkzaamheden uit te voeren? Houd iedereen zich wel aan (wat wij noemen) de Pubble-manier van werken? Hoe prettig zou het zijn als een ervaren Pubble-gebruiker eens over de schouder komt meekijken en vervolgens tips geeft over hoe het (nog) beter

**Gebruikt iedereen Pubble wel op de juiste manier?**

kan? Daarom bieden we Pubble-workshops aan. Die zijn bedoeld voor Pubble-gebruikers die wat dieper in het programma willen



Hoe beter de kennis van Pubble, hoe vlotter de workflow.

of moeten duiken. Zelf hebben we volop ideeën over wat er in zo'n workshop aan de orde kan komen. Denk aan: verbetering van de workflow, uitleg van nieuwe functies en verbeteringen, handige tips & tricks, optimalisatie van stramien, advies over premium. Maar nog

liever horen we van de uitgever waar behoefte aan is, dan komen we op dat gebied met een advies op maat. En maken we een inventarisatie en bepalen we samen welke informatie aan welke gebruikers wordt overgebracht. Deze workshops duren maximaal één uur

en vinden plaats bij de uitgever op locatie of bij Pubble in Weesp (naar keuze).

**Meer info**  
Meer weten? Neem vrijblijvend contact op met Pubble: 0294-410054 of info@pubble.nl



## SOFTWARE VOOR EFFICIËNTER UITGEVEN



ADFACTORY ADVERTISING SOFTWARE



REDAFACT EDITORIAL SOFTWARE



ADONLINE SELF SERVICE

Online advertentie- en redactioneel systeem met lokale opslag,  
voor snelle en vooral **flexibele opmaak** van uw blad.  
Inclusief CRM, facturatie en nieuws-website.

*Interesse in onze (gehoste) oplossing?  
Kijk op onze website of spreek ons aan op de NNP dag.*



### AdFactory International

Vlamoven 34  
6826 TN Arnhem

T: (085) 773 77 43  
E: [contact@adfactory.nl](mailto:contact@adfactory.nl)

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

## Jaarthema het Nederlands Openluchtmuseum:

### Ontmoet mij

Geschiedenis ontstaat als mensen, culturen en levenswijzen elkaar ontmoeten. Zo'n ontmoeting kan harmonieus verlopen of onstuitig. Het kan leiden tot oorlog en uitbuiting, maar óók tot samenwerking en vriendschap. Je ontdekt het tijdens het thema Ontmoet mij. Het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem opent op zaterdag 28 maart het nieuwe seizoen met dit jaarthema. In het hele museumpark én in de nieuwe tentoonstelling 'Heb je een vuurtje voor mij?' ■



### Praktisch

Het Nederlands Openluchtmuseum ligt aan de Hoeflerlaan 4 in Arnhem (postcode 6816 SG) en geopend van 10.00 – 17.00 uur. Het museum is met de auto en het openbaar vervoer goed te bereiken. Het ligt aan de A12 en op het eigen parkeerterrein zijn oplaadpalen voor elektrische auto's aanwezig. Vanaf het Centraal Station Arnhem rijden stadsbus 3 en lijn 8 meerdere keren per uur langs het museum.





# Uitgeversdag in Volendam



De Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP), de organisatie voor lokale nieuwsmedia, bestaat 75 jaar. Jaarlijks wordt voor de uitgevers, directies en journalisten van de lokale nieuwsbladen een dag van ontmoeting en ontspanning georganiseerd: de Uitgeversdag.

Uitgeversdag 2020 was in het Noord-Hollandse Volendam, waar een gezelschap werd ontvangen door Pius Schilder, directeur van uitgeverij en drukkerij NIVO. Zijn organisatie is vanaf de oprichting lid van de NNP. Pius verzorgde een rondleiding door Volendam. Het evenement was tevens de aftrap van het jubileumjaar 75 jaar NNP. Donderdag 6 februari kwamen om 11.00 uur in totaal 26 mensen uit het

vak bijeen in Paviljoen Smit Bokkum, waar koffie en gebak werd genuttigd. De gasten kwamen uit het hele land vandaan. Ze genoten met volle teugen van het Rondje Volendam met een afwisselend programma, zoals een boottocht naar Marken en een lezing door oud-international Wim Jonk in het stadion van FC Volendam.

Foto's door Pius Schilder.



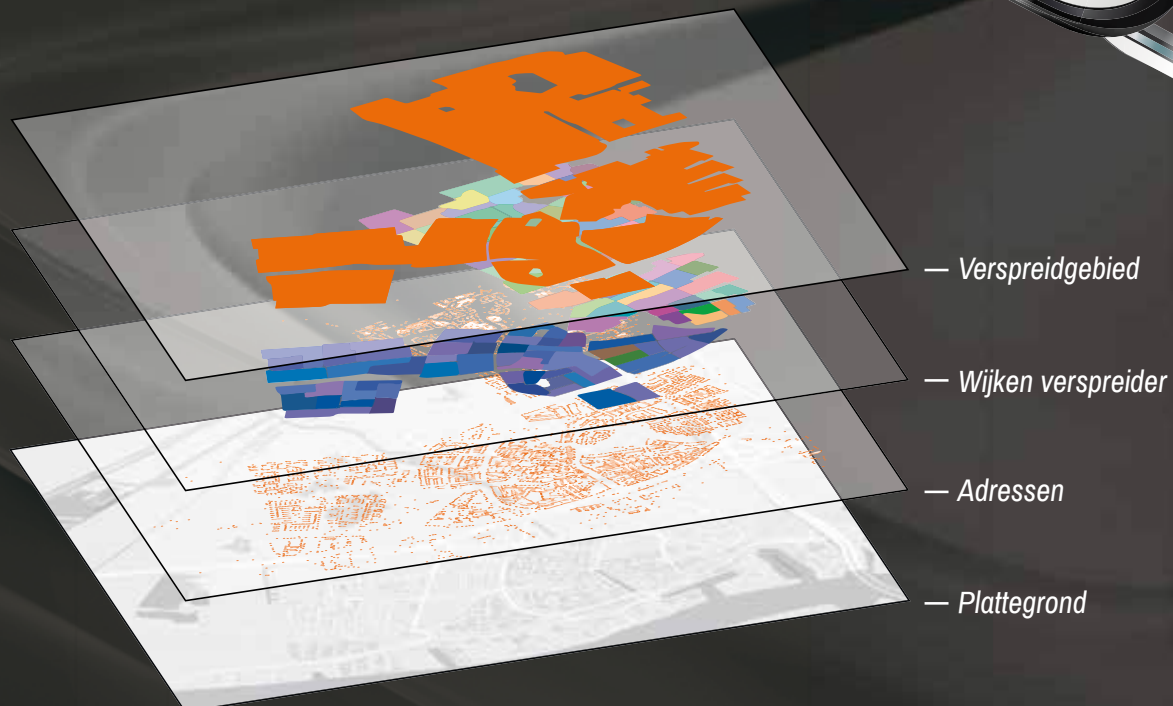


# SPREAD-it

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](http://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)



# 10 vragen aan... Willem Monteban



## 1. Wie bent u?

Mijn naam is Willem Monteban, directeur bij BAR Uitgeverij in Barendrecht, 37 jaar oud en geboren in Rijsoord. Samen met mijn vrouw Leonie heb ik twee dochters, Roos en Tara. Sinds 2007 ben ik werkzaam bij de uitgeverij. Begonnen als junior accountmanager bij de toenmalige drukkerij ben ik doorgegroeid van accountmanager, naar adjunct-directeur tot directeur. De opleiding Grafisch Management in Rotterdam heb ik in de jaren erna aangevuld met cursussen en workshops. Dat en de praktische ervaring in het veld opgedaan, hebben mij gevormd tot wie ik nu ben.

## 2. Vertel eens wat verrassends over jezelf?

Dat is een lastige. Naast mijn werk bij BAR Uitgeverij, ben ik actief voor de businessclub van voetbalvereniging Rijsoord. Als mijn werk en het thuisfront het toelaten, trap ik op woensdagavond graag nog een balletje bij de 35-plussers. Naast voetballen vind ik het fijn om tijd met mijn gezin door te brengen. Lekker genieten op de Maasvlakte, of in de duinen wandelen, pretparken bezoeken en weekendjes weg. Waar je mij 's nachts wakker voor kan maken? Een goede pot voetbal. Verder heb ik waardering voor mensen die veel hebben bereikt in het leven, maar toch dichtbij zichzelf zijn gebleven. Wat ik ze zou vragen? Waar de valkuilen die je maar beter kan vermijden, zich bevinden.

## 3. Wat maakt uw bedrijf zo bijzonder?

BAR Uitgeverij is een kleinschalige uitgeverij waar de meeste collega's al lange tijd werken. Ik denk dat dit ook gelijk aangeeft hoe fijn het is om hier te werken. We werken allemaal met hetzelfde doel: elke week een mooie krant op de mat laten vallen. Het enthousiasme van de medewerkers draag je uit naar buiten. We hebben, door onafhankelijk lezersonderzoek bewezen, de best gelezen huis-aan-huisbladen in ons gebied te zijn. We bewerkstelligen dat door wekelijks, door onze eigen redacteurs geschreven, unieke content publiceren. Maar ook de jaarlijkse bazaar van de kerk krijgt aandacht. De bezorging scoort 95 procent. Daarmee zijn we een uitzondering denk ik. Die mix maakt de uitgaven van BAR Uitgeverij het beste gelezen.

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

Nou, het is niet een of andere successtory die me bij zal blijven, als je daarop doelt. We hebben de afgelopen jaren helaas een aantal collega's moeten ontslaan in verband met de voortschrijdende automatisering in het bedrijf. Dat heeft me wel aangegrepen. Maar als ik dan zie hoe sterk we daar met zijn allen uit zijn gekomen en met hoeveel meer gemak we nu de kranten maken, dan ben ik blij dat we die stap gemaakt hebben.

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

Wij zijn in 2016, op aanraden van Uitgeverij Telstar, lid geworden. Puur om de ervaringen en kennis met andere uitgevers te delen. Mooi is het om te zien hoe uitgevers nu de krachten tegen het opt-insysteem bundelen. Ik heb door de NNP het gevoel er niet alleen voor te staan. Daarnaast houd ik mijn kennis op peil door het volgen van seminars en workshops bij de NNP.

## 6. Voor welke uitdagingen staat uw bedrijf?

Als je het mij vraagt zal de huis-aan-huiskrant op termijn, lees jaren, toch opgaan in het opt-insysteem. Dit zal een grote verandering vragen van zowel de organisatie als het product. Nu is het zo dat online, print versterkt. Op termijn zal het wel eens omgekeerd kunnen zijn. Dat print dus online gaat versterken. Hoe dan ook, het online platform zal sterk ontwikkeld moeten zijn. Onze toekomstige lezers groeien nu op zonder krant. Die verwachten straks van ons dat we lokaal nieuws online aanbieden. Ik denk wel dat de gedrukte versie van de lokale krant blijft bestaan. Maar in een kleinere oplage en alleen te verkrijgen op afhaalpunten. Qua formaat misschien zelfs de helft van het huidige tabloid. Inhoudelijk zal de krant veranderen naar meer achtergrondverhalen en een geringere omvang. De toekomst begint vandaag. We zijn dus constant bezig met onze plannen. Het is een verhaal zonder einde. Maar ik ben positief over de toekomst van huis-aan-huisbladen.

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

Ik wil het graag bij het lokale landschap houden. De mensen hebben ieder moment van de dag de beschikking over een onophoudelijke stroom nieuws. Waar of niet waar, het wordt voor waar aangenomen, want, het staat er toch, zo redeneert men. Met de lokale media kunnen we ons ook in de toekomst onderscheiden door betrouwbaar nieuws te blijven brengen. Een goede redactionele formule is de ruggengraat voor de kranten.

## 8. De kip of het ei?

Een ondernemer begrijpt dat als hij zijn nieuws onder de aandacht wil krijgen, hij er ook bij moet adverteren. Zonder advertentie-inkomsten geen krant, maar ook zonder redactie geen krant. Torn je aan deze formule dan gaat het gegarandeerd mis. Goede content bindt lezers aan de krant, waardoor de ondernemer een platform heeft voor zijn aanbiedingen. Dus, de kip of het ei? Het een kan gewoon niet zonder het ander.

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

Die is heel makkelijk. Sinds korte tijd ben ik directeur bij BAR Uitgeverij. Ik vertelde dit trots aan mijn oma van 92. Zij reageerde droog: 'wees er maar niet zo blij mee jongen, want wie hoog staat, kan diep vallen'. Het overkwam mij letterlijk drie dagen later, toen de trap waarop ik stond weegleed. Een gekneusde enkel en een zere teen was het gevolg.

## 10. Wie bewondert u in de lokale nieuwsbladenwereld?

Niet iemand specifiek. De uitgevers die kansen zien in de huidige markt, die volg ik wel met interesse. Ik zie veel in samenwerking met uitgeverijen om ons heen. De meerwaarde voor alle partijen is, dat je tegen interessante tarieven een groter verspreidingsgebied kan aanbieden. Niet concurreren dus, maar samenwerken door ideeën en specials te delen. Ondernemers die open staan voor samenwerking komen het verst. Daar ben ik van overtuigd. ■



Nieuw Bronzen vriend NNP

# Jawel Media ondersteunt uitgevers met verdienmodellen in Pubble

Een mediabedrijf dat wordt gerund vanuit één systeem. Het lijkt een utopie, maar Jawel Media uit Wageningen bewijst dat het kan. Het nieuwe bedrijf van de broers Wiljo en Erwin Klein Wolterink komt, in samenwerking met Pubble, met nieuwe mogelijkheden die uitgevers effectiever en ook productiever zullen laten werken en waar zich inmiddels al meer dan dertig vooraanstaande lokale uitgevers zich hebben aangesloten.

De broers Wiljo (1968) en Erwin (1971) Klein Wolterink zijn gepokt en gemazeld in de wereld van de lokale- en vakmedia. Ze klommen vanuit diverse salesfuncties op binnen de uitgeverij van de Koninklijke BDU in Barneveld. Wiljo nam in december 2018 afscheid als directeur van BDUMedia en Erwin, uitgever bij het bedrijf, volgde een half jaar later. Samen zijn ze in oktober 2019 Jawel Media gestart en in samenwerking met Pubble hebben ze, binnen het systeem van Pubble een nieuw platform voor uitgevers ontwikkeld. Erwin: “Je moet het zien als een soort winkelcentrum. Pubble bouwt het en wij richten het in.”

Wiljo Klein Wolterink is momenteel operationeel directeur bij Giesbers Communicatie Groep. Door de al bestaande connecties met Pubble-directeur Adri de Bruijn én zijn con-

necties bij Giesbers raakten alles in een stroomversnelling. “We vormen een nieuwe uitgeefdriehoek: Pubbleleverttechniek, Giesbers zorgt voor input en wij weten waar in de mediawereld behoefte aan is. Inmiddels is de samenwerking uitgebreid met Het Mediacentrum uit Pijnacker en Comceptum Mediamakers uit Genemuiden. Meer mogelijkheden om uitgevers te ontzorgen, zoals met dtp-werkzaamheden en door nog meer en betere nieuwe verdienmodellen aan te bieden. Wij nemen het ontwikkelen van de verdienmodellen, de verkoop en het instrueren van de diverse uitgevers voor onze rekening”, legt Erwin uit.

Wiljo: “We leveren veel waar nu al behoefte aan is in de uitgeefwereld: kant en klare redactiepagina’s, nuttige content waar een lezer iets aan heeft of je genereert met de pagina

nog wat extra advertentiemogelijkheden. De content staat namelijk al in Pubble. Daarnaast bieden wij uitgevers de mogelijkheid om de door hen vervaardigde en gebruikte content bij ons aan te bieden en zo uitgevers de mogelijkheid te bieden met hun content nog wat terug te verdienen. Hierdoor ontstaat er in Pubble het platform voor uitgevers die content willen afnemen en willen aanbieden.”

Erwin: “We gaan ook een puzzelgenerator aanbieden, waardoor je de puzzel en de uitkomst daarvan zelf op een simpele manier kunt samenstellen. Veel van de ideeën zijn al klaar, maar enkele pareltjes zijn nog in ontwikkeling. Dat sluit aan bij onze ambities. Wij ontwikkelen ook andere verdienmodellen en brengen deze bij uitgevers onder de aandacht. Wij bieden voor dit alles verkoop-



Wiljo en Erwin Klein Wolterink.

ondersteuning en instructie aan. We kennen het uitgeefvak en weten dat er altijd wensen zijn. Daarom zullen we ons systeem, in samenwerking met Pubble, blijven doorontwikkelen wanneer de wens daar is.” De broers zijn blij met de start van hun gezamenlijke bedrijf. “Niet

alleen door de samenwerking met elkaar en Pubble, maar ook door de samenwerking met uitgevers die van het systeem gebruik maken of gaan maken. We gaan ze helpen om sneller en beter de stap van offline naar online te kunnen maken en om extra inkomsten te genereren.”

## JAWEL... het voor uitgevers aanvullende verdienmodel !

Content

Functionaliteiten

Verdienmodellen

Verkoopondersteuning

Wat levert het op? Maak direct een afspraak

JAWEL MEDIA

JAWEL Media  
Leeuweriksweide 20  
6708 LK Wageningen

T 06 55 70 68 55  
I [www.jawelmedia.nl](http://www.jawelmedia.nl)  
E [info@jawelmedia.nl](mailto:info@jawelmedia.nl)

pubble  
OFFICIAL PARTNER



# Deelnemers MediaBeurs NNP-dag



**Rodi media** - de mediapartner uit Noord-Holland Wij zijn een ambitieus mediabedrijf, dat voorziet in de behoefte om te communiceren. Of dat nu lokaal, regionaal, doelgroepgericht, huis-aan-huis of online is. Wij willen mensen en bedrijven met elkaar te verbinden, om samen succes te bereiken. Wij zijn gespecialiseerd in lokaal communiceren bieden een breed scala aan advertentiemogelijkheden om uw doelgroep te bereiken, online en offline. Toonaangevend zijn wij in print: onze drukkerij onderscheidt zich door de onbegrensde mogelijkheden en haarscherpe druk-kwaliteit. Verspreid uw drukwerk mee met 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).

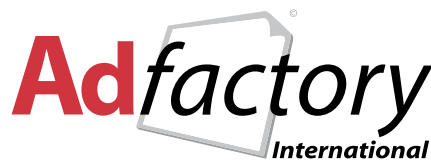


**ToLocal** is een digitale sales organisatie voor nationale adverteerders, met een netwerk van RTV-, sport-, algemene en lokale (nieuws)websites; maar ook huis-aan-huis bladen. Het is dé lokale specialist voor de nationale markt, voor zowel print als online. Het doel van ToLocal is om ervoor te zorgen dat lokale uitgevers naast de huidige inkomsten een goede digitale positie krijgen en daarmee in staat zijn hun inkomsten te laten groeien. 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 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. 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. Daarnaast biedt het platform 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)



**Janssen/Pers Rotatiedruk** is een gerenommeerde rotatiedrukkerij van circa 100 medewerkers, gespecialiseerd in krantendruk en retail folders. Elke week ruim zeven miljoen kranten en vijftien miljoen commerciële producten zoals folders. Wij kennen de wensen en eisen van huis-aan-huis-verspreiders, zodat het drukwerk probleemloos wordt aangeleverd en verspreid. Janssen/Pers Rotatiedruk is meer dan drukken alleen. Nederlands grootste onafhankelijke krantendrukkerij biedt 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, internetdiensten, workflow oplossingen. Wij zijn er klaar voor! [www.janssenpers.nl](http://www.janssenpers.nl)



Met **AdFactory** betrouwbaar en flexibel publiceren. Het advertentie en redactionele workflow-systeem wordt gebruikt voor het publiceren van meer dan 750 titels wereldwijd. De gehoste versie draait op onze servers bij Amazon en middels koppeling met de lokale InDesign opmaakstations levert ons systeem *best of both worlds*: voor de invoer van advertenties en artikelen overal online beschikbaar en voor de layoutafdeling alle materiaal onder handbereik en flexibel in de opmaak van de pagina's. Alle koppelingen naar online publiceren zijn geregeld; artikelen, banners en andere online content worden met één muisklik naar website en sociale media verstuurd. Wij leveren daarvoor een kant-en-klare nieuwswebsite. Een efficiëntere redactionele workflow zonder in blokken te schrijven... of alleen uw advertentie workflow verbeteren, of koppelen met uw bestaande website? [www.adfactory.nl](http://www.adfactory.nl)



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.



**De mens maakt het verschil...** onze kernwaarden zijn: persoonlijke benadering, flexibiliteit, nakomen wat we hebben afgesproken, technische ondersteuning voor uw bestanden en de beste drukkwaliteit. Hoekstra Krantendruk Emmeloord staat met een compact team garant voor een perfecte druk met scherpe tarieven, op een duurzame wijze geproduceerd en met eigen transport op tijd geleverd. Van 4 t/m 64 pagina's zijn wij uw krantendrukker. De krant is gewoon leuker! [www.hoekstrakrantendruk.nl](http://www.hoekstrakrantendruk.nl)



**Spread-IT** is dé online verspreidingssoftware voor uitgevers of verspreiders van geadresseerd en/of ongeadresseerd drukwerk van o.a: (huis-aan-huis)bladen, abonnementskranten, gratis dagbladen, periodieken, folders, bulk-mail en transactiepost. Spread-IT garandeert u rendementsverbetering doordat u sneller en efficiënter kunt werken. Met Spread-IT Visual krijgt u grip op uw eigen verspreidgebied en kunt u uw verspreider direct aansturen. 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](http://www.spread-it.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 voorafstaande 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](http://www.profactys.nl) / [www.artikelgemist.nl](http://www.artikelgemist.nl)



# HAARSCHERP DRUKWERK



Milieubewust en  
haarscherp drukwerk

| Media

| Rotatiedruk

| Verspreiding

**Rodi Rotatiedruk**

Visseringweg 40

1112 AT Diemen

Postbus 150

1723 ZK Noord-Scharwoude

+31 20 3980808

[rotatiedruk@rodi.nl](mailto:rotatiedruk@rodi.nl)

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