



22 september, NNP-dag 2021
Nederlands Openluchtmuseum, Arnhem

Welkom!

'We mogen weer!' Deze drie woorden komen telkens in me op als ik vooruitblik op de NNP-dag in Arnhem. Wat word ik blij van de gedachte dat we woensdag 22 september als Nederlandse Nieuwsblad Pers heel even bezit mogen nemen van het Nederlands Openluchtmuseum en in een oer-Hollands decor onze leden kunnen begroeten. Ik kijk reikhalzend uit naar een ontmoeting met oude bekenden en nieuwe gezichten. Het klinkt misschien gek, maar we hebben als NNP een mooi jaar achter de rug. Natuurlijk, we hadden allemaal last van de coronacrisis die ook bij de lokale nieuwsmedia diepe sporen achterliet. Maar juist in barre tijden hebben we als NNP laten zien waar we voor staan: verbinden, inspireren, faciliteren en belangen behartigen. Hoe mooi is het dat je elkaar juist in tijden van rampspoed kunt omarmen. Ons jubileumjaar werd jam-

mer genoeg overschaduwd door de pandemie, maar wat hebben we hard gewerkt om er samen met onze leden iets moois van te maken. Met een dikke jubileumkrant, een reeks online ontmoetingen en het Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening waarop onze leden op grote schaal een beroep hebben gedaan. Ik ben trots dat we dit samen met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en 'onze' minister voor elkaar hebben gekregen. De NNP leeft meer dan ooit, getuige de groei die we beleven. Niet alleen keerden in 2020 veel voormalige leden terug op het oude nest, ook begroetten we veel nieuwkomers. Stuk voor stuk uitgevers die de meerwaarde zien van een actieve vereniging. In NNP Nieuws stellen we enkele nieuwkomers aan u voor. Ook zetten we alle winnaars van de NNP-prijzen in 2020 uitbundig in de schijnwerpers. Ere wie ere toekomt!



Op het moment dat ik dit schrijf, lees ik in de krant dat lokale nieuwsmedia tijdens de pandemie een nog belangrijker informatiebron zijn geworden. Het Commissariaat voor de Media deed onderzoek naar de nieuwsconsumptie in coronatijd en concludeert wat we bij de NNP eigenlijk al lang weten: de behoefte aan lokaal nieuws groeit, lokale media zijn onverminderd belangrijk. De poorten van het Nederlands Openluchtmuseum

staan op 22 september wagenwijd open voor de NNP. Samen met de andere NNP-bestuursleden kan ik niet wachten u allemaal te begroeten en met elkaar het glas te heffen. We mogen weer!

Roy Keller
Voorzitter NNP

JAWEL MEDIA



WEKELIJS EEN LOKALE ANP PAGINA IN UW KRANT? WIJ BIEDEN HET!

Wij bieden lokale redactiepagina's aan van het Algemeen Nieuwsblad Persbureau (ANP). Dit gerespecteerde persbureau maakt wekelijks pagina's met actuele en/of relevante thema's die lokaal ingezet kunnen worden. U hoeft er niets voor te doen, via Pubble worden de pagina's automatisch naar uw krant gebracht.

Dé kans voor uitgevers om zonder concessies te doen aan de lokale formule, te profiteren van kwalitatief goede en actuele content.

.ANP
pubble
OFFICIAL PARTNER



KOOP LOKAAL & WIN

Hét activatieprogramma dat lokale verkoop stimuleert. Een actie die door uitgevers ingezet kan worden voor een voorjaars- najaars of eindejaarsactie.

Juist in deze tijd goed inzetbaar. Het is coronaproof en zet consumenten in beweging.

Wij faciliteren de actie en uitgevers zetten hun mediakanalen in.

Pak deze kans. Het is bewezen dat het werkt. Een mooi nieuw verdienmodel voor uitgevers.



JAWEL MEDIA SHOP MET THEMAPAGINA'S, STRAMIENEN EN PUZZEL'S

Onze shop blijft gevuld en wordt steeds aangevuld met kwalitatief goede thematische content en puzzels.

Met een paar drukken op de knop kunt u gebruik maken van: **Mode-, wonen-, tuinen-, gezondheid-, ouderen- en recreatie pagina's, puzzels, stramielen enz.**

Wij leveren ook kant-en-klare puzzelpagina's met drie vaste puzzels (Kruiswoord, Sudoku en Woordzoeker) tegen een aantrekkelijk tarief. Het is zo te gebruiken in je krant. Vraag naar de zeer aantrekkelijke voorwaarden.

Makkelijker, goedkoper en sneller is het niet te bestellen en te leveren. Ga in Pubble naar onze button en met één druk op de knop zit je in onze shop. U kunt vrijblijvend kijken en alleen bij bestellen wordt er betaald.

ADVIES EN VERKOOPONDERSTEUNING

Wij zetten graag onze jarenlange uitgeef expertise in om deze te delen met uitgevers. Maak gebruik van kansen en voorkom valkuilen, wij helpen u er graag mee. Wij geven brainstormsessies, advies en (verkoop)ondersteuning.

Vraag naar de aantrekkelijke, laagdrempelige tarieven en voorwaarden". Meer weten over onze diensten en producten? Bel of mail ons.



Wiljo en Erwin Klein Wolterink.

JAWEL Media B.V.
Parallelweg 7, 3931 MS
Woudenberg (Gebouw Perron 7)
Tel: 033 286 4711
Mob: 06 55 70 68 55,
info@jawelmedia.nl

HENK VAN ZANTEN EN ANS VAN SLIGTENHORST: 'NNP TERUG IN NEDERLANDS OPENLUCHTMUSEUM'

NNP-dag 2021: thuisblijven is geen optie

Het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem is in 2021 het decor van de jaarlijkse NNP-dag. Woensdag 22 september verwelkomt het bestuur van de organisatie van lokale nieuwsmedia uitgevers, directieleden, (hoofd)redacteurs, fotografen, media-adviseurs, vrienden en relaties op de plek waar bijna 75 jaar geleden een van de eerste ledenbijeenkomsten werd gehouden. 'We trakteren onze gasten op een feestprogramma in een prachtig decor', beloven organisatoren Henk van Zanten en Ans van Sligtenhorst. 'Natuurlijk staan we stil bij het 75-jarig jubileum dat we een jaar na dato alsnog uitbundig willen vieren.'



'Thuisblijven is geen optie.' Henk en Ans zijn enthousiast over het programma dat ze samen met Judith Haars van het Nederlands Openluchtmuseum hebben opgesteld. Daarin is gekozen voor enkele vertrouwde elementen, zoals de algemene ledenvergadering en de uitreiking van de diverse NNP-prijzen. Maar is er vooral plaats voor ontmoeting. 'Na een coronajaar waarin we elkaar nauwelijks hebben gezien, is dit hét moment om elkaar als NNP'ers weer te begroeten', zegt Henk. Het NNP-bestuurslid vervolgt: 'En nog belangrijker: we vieren feest! Omdat we ons jubileum vorig jaar vanwege de coronapandemie niet met onze

leden konden vieren, doen we het dit jaar alsnog.' 'In het Nederlands Openluchtmuseum hebben we twee prachtige locaties gevonden waar we ons heel erg thuis voelen', gaat NNP-officemanager Ans verder. 'De NNP-dag is een dag die je niet wilt missen.'

ALGEMENE LEDENVERGADERING

Wat kunnen de leden verwachten? 'We openen de NNP-dag met een algemene ledenvergadering', legt Henk uit. 'Daarvoor hebben we de 17e eeuwse Kasteelboerderij en naastgelegen Vlasschuur gereserveerd. Hier wordt later tijdens de middag een workshop over het gebruik van sociale media gehouden door Alwin Zant-

voort van Digital Moves.' Alle overige programmaonderdelen vinden plaats in Loods Goes, een industrieel ogende landbouwwerktuigenloods uit begin 1900.

UITREIKING NNP-PRIJZEN

'In Loods Goes wordt een lunch geserveerd, richten we een kleine mediabeursvloer in en houden we een plenaire bijeenkomst waar de NNP-prijzen worden uitgereikt', vertelt Ans. 'Omdat de prijsuitreiking in 2020 niet door kon gaan en uitsluitend coronaveilig bij de leden plaatsvond, zetten we ook de winnaars van vorig jaar in het zonnetje.' Ans geeft aan dat na de prijsuitreiking een feestelijke borrel op het picknickplein wordt gehouden. Muzikant Dick Raat zorgt tijdens de borrel voor het nodige entertainment. Daarna kunnen deelnemers aan de NNP-dag aansluiten voor een walking dinner. Dat wordt opgediend in Loods Goes.

ONTMOETEN EN VERBINDEN

Henk en Ans hebben de NNP-dag in Arnhem minutieus voorbereid en zo ingericht dat alle op dat moment geldende coronamaatregelen in acht kunnen worden genomen. 'Natuurlijk houden we nog steeds een kleine slag om de arm omdat we ook nu (juli 2021 - red.) niet kunnen voorspellen hoe de wereld er over twee of drie maanden uitziet', benadrukt Ans. 'Maar de voortekenen zijn gunstig dus we maken ons op voor een feestelijke dag waar ontmoeten en verbinden centraal staan', vult Henk aan.

ZAANSE BUURT

Tijdens hun werkbezoeken aan het Nederlands Openluchtmuseum be-



keken Henk en Ans de locaties waar de NNP-dag op 22 september wordt gehouden. Maar er was ook oog voor de Zaanse buurt in het museum. 'Dit is een bijzondere plek voor de NNP', vertelt Ans. 'Een van de oudste foto's in ons archief is hier gemaakt. Onze grondlegger Marten Aelze Banda wandelt tijdens een van de eerste NNP-ledenbijeenkomsten met andere uitgevers van het eerste uur ontspannen langs de Zaanse huisjes. De sfeer van het museum is hier nauwelijks veranderd. Prachtig.'

Tijdens de NNP-dag is er volop gelegenheid om het Nederlands Openluchtmuseum te bezoeken. 'Alle deelnemers die zich aanmelden, hebben de hele dag toegang tot alle gebouwen en exposities in het museum', aldus Henk. 'Een buitenkansje dus om tijdens de NNP-dag een klein rondje Nederland te maken. Mag ik één tip geven? Breng een bezoek aan de drukkerij en ontdek de verschillen tussen toen en nu.'

AANMELDEN

Deelnemen aan de NNP-dag? Meld je aan door een e-mail te sturen naar nnpnl@nnp.nl of stuur de ingevulde antwoordkaart naar het NNP-kantoor in Hoevelaken.



PROGRAMMA NNP-DAG IN VOGELVLUCHT

10.00 uur	:	ontvangst	Entreegebouw
10.30-11.45 uur	:	algemene ledenvergadering	Kasteelboerderij
12.00-13.00 uur	:	lunch	Loods Goes
13.15-14.15 uur	:	workshop	Kasteelboerderij
15.30-16.30 uur	:	plenaire bijeenkomst	Loods Goes
vanaf 16.30	:	borrel met muzikale omlijsting van Dick Raat en aansluitend walking dinner	Loods Goes
20.00 uur	:	Einde	Loods Goes



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 titel(s) in de planner is opgenomen?

Vraag een inlog aan bij Robert of Bente!

Mail naar info@delokaleplanner.nl.



NEWSALES COMPANY
A Marketing Media Agency



DENISE EN BRAM RONTBERG JUNIOR (DELFT OP ZONDAG):

‘Delft op Zondag, krant voor het hele gezin’

NIEUW NNP-LID

‘Iedereen is welkom om een persbericht in te sturen. Voor onze redactie altijd de leidraad om zelf een verhaal te schrijven.’ Aan het woord is Denise Rontberg (35). Samen met broer Bram junior (33) geeft ze dagelijks leiding aan het team van Delft op Zondag, de huis-aan-huiskrant van Rodi Media Zuid-Holland die in een oplage van 83.500 exemplaren verschijnt in Delft, Nootdorp, Pijnacker en Delfgauw.

Een familiekrant voor het hele gezin. Zo typeren Denise en Bram de krant die hun vader Bram bijna dertig jaar geleden oprichtte. ‘Er is eigenlijk geen onderwerp dat in Delft op Zondag niet aan bod komt’, vertelt Denise. ‘We schrijven over politiek, cultuur en sport, maar presenteren ook elke week een kinderpagina en schotelen onze lezers puzzels voor’, gaat Bram verder. ‘In alle verhalen wordt hoor en wederhoor toegepast. We plaatsen niet klakkeloos alle persberichten in onze krant. Het staat iedereen natuurlijk vrij kopij in te sturen. De redactie gaat er vervolgens mee aan de slag.’

ALLES ONDER ÉÉN DAK

Het team van Delft op Zondag bestaat naast De-

nise en Bram uit een hoofdredacteur, vijf vaste freelancers, vier verkopers en twee fotografen. Rodi Media Zuid-Holland bundelt meer specialismen onder één dak, zoals verspreiding, drukwerk, sign & print en glasfolie. Denise: ‘Onze verkopers bekijken met alle klanten hoe ze hun reclameboodschap het beste voor het voetlicht kunnen brengen. Dat kan een advertentie zijn, maar je kunt ook denken aan het drukken van folders en visitekaartjes, het bedrukken van bedrijfskleding en de belettering van het wagenpark.’

Naast de papieren editie van Delft op Zondag is de redactie online actief. ‘De krant staat online en al onze berichten vind je op sociale media waardoor het bereik extra groot is’, vertelt Denise. Bram: ‘Je merkt dat veel lezers nog altijd gehecht zijn aan de papieren krant. Dat ontdek je als de krant niet bezorgd wordt en mensen een klacht indienen. Mijn gevoel zegt dat jongere generaties de kracht van het medium krant wel eens onderschatten.’

‘ELKE NNP-MAIL WORDT GEOPEND’

Het lidmaatschap van de NNP kwam in beeld toen Delft op Zondag, net als alle andere lokale kranten in Nederland, de gevolgen merkte van de coronacrisis. ‘Van collega-uitgevers hoorden

we enthousiaste verhalen over de inzet van de NNP’, blikt Denise terug. ‘We hebben een boeiend gesprek gehad met NNP-voorzitter Roy Keller en we zijn dankbaar dat we ook konden meeliften met de steunmaatregel. De inzet van de NNP willen we graag belonen met ons lidmaatschap.’ Bram vult aan: ‘We moeten ons nog verdiepen in alle activiteiten die de NNP organiseert, maar ik denk dat we er veel profijt van kunnen hebben.’ Denise knikt: ‘Elke mail die ik van de NNP krijg wordt geopend. Er staat altijd iets belangrijks in.’

Bram en Denise hopen bij de NNP veel andere uitgevers te ontmoeten. ‘Als je elke dag aan je eigen krant werkt, ligt een tunnelvisie op de loer’, meent Bram. ‘Daarom zal het beslist heel inspirerend zijn ideeën met andere uitgevers uit te wisselen.’

Maar Delft op Zondag blijft prioriteit nummer één. En daaraan wordt binnen het familiebedrijf met ziel en zaligheid gewerkt. Ook door Bram Rontberg senior, de grondlegger van het bedrijf die als profvoetballer zijn brood verdiende bij FC Den Haag, SC Cambuur en AZ. Bram senior is als adviseur nauw bij de krant betrokken en een belangrijke vraagbaak voor Denise en Bram junior.

WWW.DELFTOPZONDAG.NL



Denise Rontberg en Bram Rontberg junior geven samen leiding aan Delft op Zondag, een uitgave van Rodi Media Zuid-Holland. Hun vader Bram Rontberg senior stond aan de wieg van de florerende huis-aan-huiskrant.

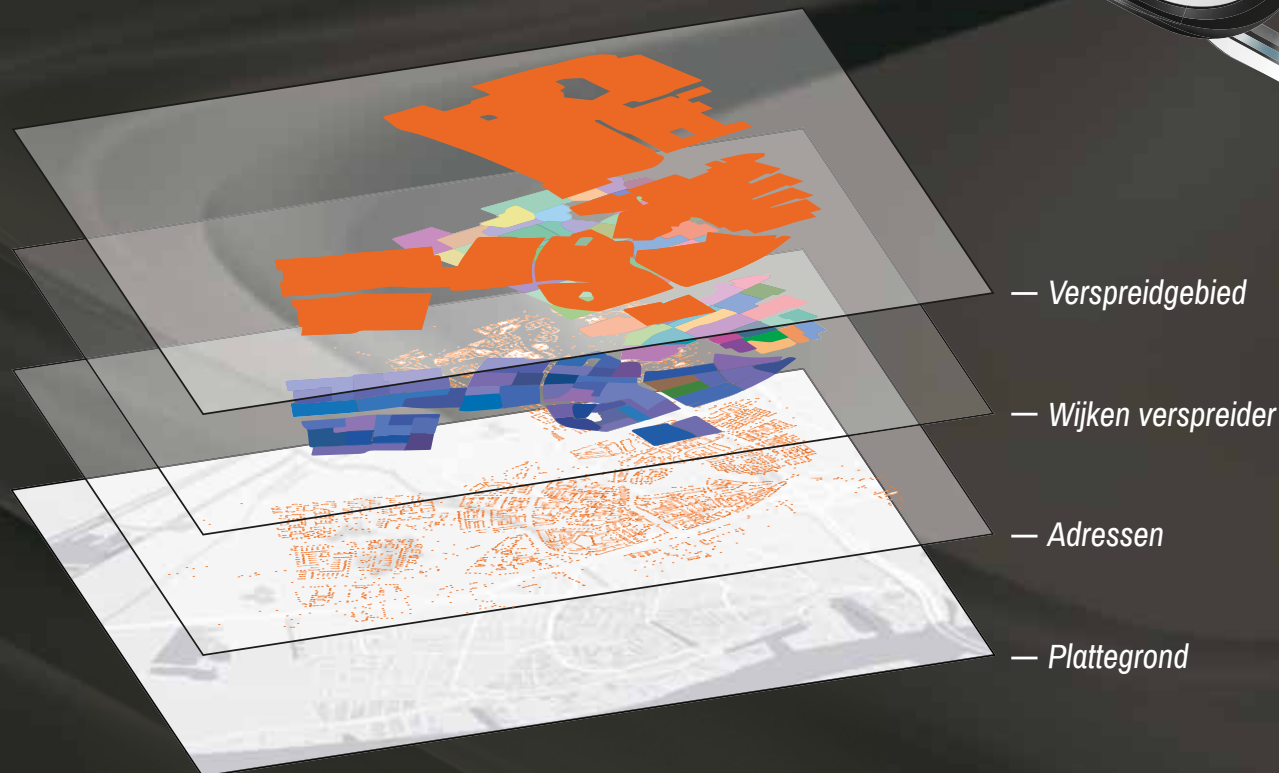
(Foto: Rodi Media Zuid-Holland).

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
- Dashboard / rapportages
- Abonnementenadministratie
- Bezorgersadministratie
- Offerte- / ordermodule
- Facturering
- Drukopdracht
- Transport
- Stukloonnorm
- 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

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

‘De Peel onder vuur’. Dat was de titel van een 52 afleveringen tellende verhalenreeks over het verloop van de Tweede Wereldoorlog in Deurne, Asten, Someren en omliggende dorpen. De redacties van Weekblad voor Deurne, Peelbelang en ‘t Contact - drie uitgaven van DAS Publishers! - kregen bij het schrijven van alle artikelen ondersteuning van lokale historici. De serie werd bekroond met de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2020. ‘Vooral de persoonlijke verhalen hebben diepe indruk gemaakt’, blikt hoofdredacteur Maarten Driessen (29) terug.

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADJOURNALISTIEK 2020: DAS PUBLISHERS!

‘We hadden ook 104 afleveringen kunnen maken’

De provincie Noord-Brabant stond in 2019 uitgebreid stil bij 75 jaar vrijheid. Voor de hoofdredacteur en zijn team reden om de herinnering aan de Tweede Wereldoorlog ook in de Peel levend te houden. ‘We hebben eind 2018 een tamelijk ambitieus plan gemaakt om elke week in onze drie Peelkranten een uitgebreid verhaal te publiceren’, vertelt Maarten. ‘Omdat de redacties bescheiden van omvang zijn, hebben we een groep lokale historici en heemkundigen in de arm genomen die met ons aan het werk is gegaan.’

Uitgever DAS Publishers! ruimde elke week in drie titels minimaal één pagina in voor ‘De Peel onder vuur’. Maarten: ‘In de meeste gevallen werd het zelfs een spread, in het hart van de krant. Elke week opnieuw publiceerden we een uitgebreid verhaal of een terugblik op een oorlogsgebeurtenis in een van de dorpen. Natuurlijk werden alle afleveringen geïllustreerd met historische foto’s. Lezers reageerden opgetogen en kwamen spontaan met nog meer verhalen en foto’s. Ik denk dat we gemakkelijk 104 afleveringen hadden kunnen maken.’

STRIKTE TAAKVERDELING

De hoofdredacteur herinnert zich het enthousiasme waarmee de historici aan het werk gingen. ‘We hadden een strikte taakverdeling en vergaderden één keer per maand om de onderwerpen voor de komende edities te bepalen.’ Lachend: ‘Zelf had ik graag meer verhalen geschreven, maar het werd zo’n grote klus dat ik me vooral heb beperkt tot de coördinatie en de einderedactie. Ik ben blij dat ik zelf een stuk of vijf mooie verhalen heb kunnen schrijven en zo ook inhoudelijk heb bij kunnen dragen aan de serie.’

‘COLLABORATIE IS NOG STEEDS EEN SPLIJTZWAM IN VEEL FAMILIES’

Maarten vertelt dat in ‘De Peel onder vuur’ een breed scala aan onderwerpen de revue passeerde. Niet alleen grote en kleine gebeurtenissen in alle dorpen werden belicht, ook was er aandacht voor zowel verzet als collaboratie. ‘Vooral dat laatste onderwerp blijft 75 jaar na de bevrijding nog steeds heel gevoelig te liggen. Het is een thema waarmee je

als lokale krant heel zorgvuldig en voorzichtig om moet gaan. Collaboratie is nog steeds een splijtzwam in veel families en ons is duidelijk geworden dat de tijd soms nog niet rijp is om daarover te schrijven.’

‘De Peel onder vuur’ was in de ogen van de hoofdredacteur in veel gevallen de laatste gelegenheid om ooggetuigen van de Tweede Wereldoorlog aan het woord te laten. ‘Dat geeft de serie nog meer betekenis.’

IN BOEKVORM

Toen gaandeweg 2019 bleek dat ‘De Peel onder vuur’ zoveel losmaakte, besloot DAS Publishers! de serie in boekvorm uit te geven. ‘Omdat we zoveel materiaal hadden verzameld, kozen we zelfs voor twee boeken’, aldus Maarten. ‘Het eerste deel verscheen rond de viering van de 75e bevrijdingsdag in september, het tweede deel kort voor de feestdagen. De belangstelling overtrof onze stoutste verwachtingen; de uitgave werd meer dan 1.200 keer verkocht. Daarmee was het ook een commercieel succes.’

Terugkijkend vindt Maarten dat vooral de groep lokale historici alle lof verdient. ‘Ik draag de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2020 aan hen op. Zij hebben het mogelijk gemaakt dat we in Weekblad voor Deurne, Peelbelang en ‘t Contact deze prachtige serie hebben kunnen schrijven.’ Hij vervolgt: ‘Ik moet bekennen dat het werken aan ‘De Peel onder vuur’ soms botste met mijn reguliere werk. Er moest bij onze lezers ook elke week een krant op de deurmat vallen. Ik heb er dus samen met de vrijwilligers heel wat extra uurtjes ingestoken. Op het resultaat ben ik trots.’

De jury van de NNP Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2020 bestond uit Froukje Nijholt, Miranda van Dijk-Kedde, Lou Lichtenberg en Simon Hofland. 

De bekroonde artikelserie ‘De Peel onder vuur’ kwam tot stand dankzij intensieve samenwerking van de redacties van Weekblad voor Deurne, Peelbelang en ‘t Contact met een enthousiaste groep lokale historici.

(Foto: DAS Publishers!)



NNP BEGROET NIEUWE VRIEND IN PUTTEN

‘Hellenique en NNP, een goede match’

De vriendschap tussen Hellenique en de NNP is nog pril en dateert van februari 2021. ‘Maar’, zegt commercieel directeur Rasmus de Gruil (48) van het reclameadviesbureau in Putten, ‘de banden met uitgevers van veel regionale en lokale kranten zijn al jarenlang heel hecht. Daarom is vriend worden van de NNP voor ons niet zo verrassend. Sterker nog, het is een logische stap. We vormen een goede match.’



Rasmus verheugt zich op de eerste officiële kennismaking met de leden van de NNP en natuurlijk de vrienden die de ruim 75 jaar oude vereniging al langer ondersteunen. ‘De NNP-dag in Arnhem lijkt me een uitstekende gelegenheid om deze bijzondere club beter te leren kennen.

Ik kijk uit naar een ontmoeting met al die uitgevers, al moet ik zeggen dat ik de meesten wel ken omdat we soms al vele jaren samenwerken.’

UITVAARTBRANCHE

De geschiedenis van Hellenique gaat terug tot 1968 toen de grondlegger zijn woonplaats Amsterdam verruilde voor Putten en in de Veluwe plaats naast een reclameadviesbureau ook een krant begon. ‘Daarin stonden voornamelijk personeelsadvertenties voor militairen. Omdat er op de Veluwe veel kazernes zijn en militairen wonen, is de verhuizing naar Putten begrijpelijk’, vertelt Rasmus.

Hij geeft anno 2021 mee leiding aan een bureau dat heel breed georiënteerd is. ‘We verzorgen voor onze klanten reclame in kranten, op radio en tv en we zijn thuis in grafisch ontwerp en webdesign. Daarnaast is online advertising een specialisme. Veel uitgevers die bij de NNP zijn aangesloten, zullen ons bovendien kennen van onze activiteiten in de uitvaartbranche. We verzorgen rouwadvertenties, maar bedenken

en ontwerpen ook commerciële campagnes en advertenties.’

DE JUISTE PARTNER

Rasmus vertelt dat zijn team de lokale en regionale mediamarkt tot in detail kent. ‘Als geen ander weten we dat lokale binding met de lezer belangrijk is. Als we voor MKB-klienten campagnes opzetten of advertenties moeten plaatsen, zoeken we in bijna alle gemeenten naar de juiste partner. Dat is meestal een krant of een uitgever die lokaal geworteld is en een redactioneel sterke krant maakt waarin je ook gemeentebereichten en rouwadvertenties tegenkomt. Zo werk ik nu aan een mediaprogramma voor een winkelketen met heel veel vestigingen in Nederland. Per gemeente zoek ik de beste titel.’

De commercieel directeur van Hellenique vult aan dat de contacten met veel uitgevers van lokale kranten innig zijn. ‘Vooral bij rouwadvertenties geldt dat ze op tijd geplaatst moeten worden. Daarom kennen we de deadlines van alle kranten in Nederland op ons duimpje en onderhouden we intensief contact met advertentieafdelingen. Zo zorgen we ervoor dat een rouwbericht altijd meegaat, al is het één minuut voor de deadline.’

Rasmus benadrukt dat veel zorg wordt besteed aan de vormgeving. ‘Het design van een rouwadvertentie draagt ook bij aan de kwaliteit van de krant.’

WWW.HELLENIQUE.NL

Als je al meer dan 50 jaar in het vak zit en een solide partner bent voor uitgevers dan weet je als geen ander hoe belangrijk ‘onze lokale dag- en weekbladen’ zijn. Daar werken en staan ook wij voor, elke dag, 7 dagen per week. Ja, zelfs op zondag of op feestdagen zijn wij bereikbaar. Wij maken mediaplannen en advertenties voor meer dan 400 ondernemers, waarbij we vaak lokale titels inschakelen. We zorgen dagelijks voor tientallen familieberichten en hebben hiervoor een speciale uitgeversmodule ontwikkeld, waarmee het zeer eenvoudig is om via de eigen website de mooiste familieberichten te laten maken en te ontvangen. De uitgever wordt in het gehele proces ontzorgd.

Ja, wij houden ook van de krant. Dit willen wij graag met je delen en daarom nodigen we je uit voor een gesprek over onze (voor)liefde. Bel voor een afspraak 088-799 70 77.

WIJ DE KRANT

HELLENIQUE
HÉT RECLAMEBUREAU!

FRITS RAADSHEER (REGIO MEDIA GROEP):

‘Netwerkborrel NNP smaakt naar meer’

NIEUW NNP-LID



Frits Raadsheer (foto) geeft met Mark van der Ouw leiding aan de Regio Media Groep in Aalsmeer. Ze geven meerdere huis-aan-huisbladen en specials uit.

(Foto: Regio Media Groep).

De oudste titel die de Regio Media Groep in Aalsmeer uitgeeft is de Nieuwe Meerbode. Het eerste nummer verscheen in 1888. Nu geeft het mediabedrijf van directeurs Frits Raadsheer (59) en Mark van der Ouw (49) elke week meerdere huis-aan-huisbladen en specials uit met een oplage van ruim 112.000 exemplaren. De Regio Media Groep is een nieuw gezicht bij de NNP. ‘De NNP heeft zich in de coronacrisis enorm ingespannen voor uitgevers en dat belonen we graag met ons lidmaatschap.’

Frits kwam enkele jaren geleden voor het eerst in aanraking met de NNP en bezocht meerdere netwerkbijeenkomsten en -borrels. ‘Die contacten vond én vind ik waardevol in een tijd waarin samenwerking met vertrouwen steeds belangrijker wordt. Het zijn ook die contacten die me duidelijk maakten dat de NNP essentieel werk verricht heeft in coronatijd. Daarom vind ik het belangrijk dat we ons aansluiten.’ Meedoen aan NNP-bijeenkomsten was vanwege diezelfde coronacrisis nog niet mogelijk. ‘Maar ik heb er alle vertrouwen in dat het lidmaatschap ons de komende jaren veel gaat brengen’, gaat de algemeen directeur van de Regio Media Groep verder. ‘De eerste netwerkborrel smaakte meteen naar meer. Ik heb er interessante mensen ontmoet en vind het leuk om aan te sluiten bij andere uitgevers.’

EEN EIGEN GEZICHT

Frits en Mark zijn sinds 2018 mede-eigenaar van de Regio Media Groep, een mediabedrijf dat ooit werd opgericht door Luc van

der Ouw en naast drie edities Nieuwe Meerbodes ook titels als Heemsteder, Castricummer en Jutter Hofgeest uitgeeft. ‘Daarnaast verzorgen we specials als Lijf & gezondheid en Pluswijzer, die viermaal per jaar in al onze kranten verschijnen’, vertelt Frits. ‘We zijn trots op de samenwerking met WONEN.nl waarmee we elk kwartaal een woonbijlage uitbrengen.’ De kracht van de weekbladen ligt volgens Frits in het feit dat elke titel lokaal gevestigd is en beschikt over een lokale redactie en media-adviseurs die de regio op hun duimpje kennen. ‘Een andere aanpak werkt in onze ogen niet’, meent de algemeen directeur. ‘Onze kracht is dat we voorrang geven aan eigen nieuws en kant-en-klare persberichten liever laten liggen. Zo lukt het altijd kranten met een eigen gezicht te maken. Een reden voor DPG om de huis-aan-huisbladen af te stoten zal ook met bovenstaande te maken hebben. De verspreiding hebben we in eigen beheer, óók een pluspunt.’

CROSSMEDIAAL WERKEN

De Regio Media Groep hecht veel waarde aan crossmediaal werken en combineert print moeiteloos met online. Een voorbeeld: ondernemers die adverteren in een van de specials, krijgen gratis toegang tot het online platform van de uitgeverij, compleet met een eigen pagina die is gekoppeld aan een special zoals Lijf & gezondheid.

Frits: ‘Onze specials verschenen vroeger als magazine, maar vind je nu geïntegreerd in de krant en hebben een omvang van 8 tot 20 pagina’s. Ze worden gemaakt door een apart team en vallen op door bijdragen van bekende Nederlanders en vakbekwame mensen.’

WWW.REGIOMEDIAGROEP.NL

NNP-BESTUURSLID JOHAN VAN DER KOLK:

‘Digitale bijeenkomsten: prima alternatief’

De NNP heeft in de aanloop naar haar jubileumjaar 2020 vier pijlers geformuleerd die belangrijk zijn voor de vereniging en haar leden: verbinden, inspireren, faciliteren en belangen behartigen. Toen in het begin van dat jubileumjaar de coronapandemie uitbrak, leek het lastig om elkaar als uitgevers en makers van lokale nieuwsmedia te blijven ontmoeten. We deden een poging. Met succes...

De pijlers ‘faciliteren’ en ‘belangen behartigen’ konden ook in de coronacrisis moeiteloos overeind blijven. Een bekend en in uitgeversland breed gewaardeerd initiatief was het Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening. Samen met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek slaagde de NNP erin een steunpakket op tafel te leggen waarop veel uitgevers van lokale nieuwsmedia een beroep konden doen.

‘Verbinden’ en ‘inspireren’ was een stuk lastiger toen het land vele maanden in een lockdown zat, thuiswerken meer regel dan uitzondering werd en handen schudden uit de gratie raakte. Er moest immers anderhalve meter afstand worden gehouden... Toch is het de NNP gelukt ook deze pijlers fier overeind te houden. Ondanks allerlei beperkingen slaagden we erin leden onderling met elkaar in contact te brengen en ideeën uit te wisselen.

VEEL RESPONS EN INSPIRATIE

Bestuurslid Johan van der Kolk (BrugMedia, Kampen): ‘In mijn rol als voorzitter van de commissie Marketing & Sales organiseren wij elk jaar tal van bijeenkomsten. Daarbij begroeten we collega’s uit heel Nederland die naar ons kantoor in Hoevelaken komen. De coronacrisis maakte dat natuurlijk onmogelijk, maar we hebben een aantal digitale bijeenkomsten gehouden die veel respons opleverden. En inspiratie!’



Als voorbeeld noemt Johan de bijeenkomst waar deze vraag centraal stond: ‘Met welk concept maak jij er nu het beste van?’. ‘Het



idee was simpel en effectief’, blikt Johan terug. ‘Deel een succesverhaal, kennis en ervaringen met elkaar. Iedereen kreeg tijdens de online bijeenkomst alle tijd om een succesverhaal te delen of vragen te stellen, bijvoorbeeld over hobbels waar je als media-adviseur tegenaan kunt lopen.’

Johan vervolgt: ‘Vragen als ‘Waar ben je mee gestopt?’ of ‘Waar ben je mee begonnen door de coronacrisis?’ passeerden de revue. Aan het einde had iedereen volop ideeën en antwoorden die direct in te markt gezet konden worden. Met de andere NNP-bestuursleden kijk ik nu al uit naar de volgende bijeenkomst, want samen bereik je meer. Als het kan, zien we elkaar in ons kantoor in Hoevelaken. Lukt dat niet? Dan kiezen we toch gewoon voor Teams of Zoom.’

NIEUWE ENERGIE

Geslaagd. Zo omschrijft media-adviseur Rob Voogd van West Media (Naaldwijk) de online bijeenkomsten van de NNP. ‘Het waren bijzonder inspirerende ontmoetingen waarbij de deelnemers veel ideeën van elkaar konden horen en veel nieuwe energie kregen om hun klanten te benaderen met verrassende tips & tricks. Elke bijeenkomst duurde twee uur, eigenlijk te kort omdat we zoveel met elkaar wilden delen. Ik vond het verfrissend om al die suggesties te horen om nieuwe omzet te genereren.’ Rob kijkt uit naar meer NNP-ses-

sies: ‘Misschien eens per kwartaal bijeenkomen en seizoensgebonden inspiratie opdoen? Online misschien, of binnenkort weer fysiek? Een aanrader!’

VOOR HERHALING VATBAAR

David de Winter van VARNWS (Grafimedia, Breukelen) omschrijft zijn deelname aan de online bijeenkomst als ‘interessant en leerzaam’. ‘Het was goed en verfrissend om de koppen even bij elkaar te steken en te horen hoe alle uitgevers met de coronacrisis omgaan. Ik kijk terug op leuke discussies die veel input opleverden. We hebben ook nieuwe en vooral ook succesvolle concepten gedeeld voor lezers en adverteerders. Tot de volgende keer!’

‘Ik heb twee keer deelgenomen aan een sessie van de commissie Sales & Marketing’, vertelt Harold Zuidijk van Trainews Media (Yerseke). ‘Je leert telkens nieuwe mensen kennen in je eigen branche en je hoort verhalen uit het werkveld waarin je zelf ook actief bent. Sommige bijdragen waren herkenbaar, andere verhalen vond ik juist heel inspirerend.’ Harold geeft aan dat een van de ideeën die een NNP-uitgever voor het voetlicht bracht inmiddels door Trainews Media is opgepikt en gerealiseerd. ‘Een andere idee ligt op de plank en wordt binnenkort uitgewerkt. Conclusie: ook online bijeenkomsten zijn voor herhaling vatbaar.’

75-JARIGE NNP GAAT TERUG NAAR DE WORTELS IN ARNHEM

Nederlands Openluchtmuseum verbeeldt alledaags leven

Welkom in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem. Sinds de oprichting in 1912 en de officiële opening in 1918 laten we aan de hand van authentieke gebouwen, voorwerpen, gewoonten, vaardigheden en ware verhalen zien hoe het dagelijks leven zich in Nederland heeft ontwikkeld. Vandaag nemen we de leden en vrienden van de NNP graag mee op een reis door twee eeuwen Nederland. Vergeet onderweg niet aan te kloppen bij onze drukkerij. Ontdek bij nummer 6.14 van de parkplattegrond hoe ook uw kranten vroeger gedrukt werden...



In het Nederlands Openluchtmuseum worden alle zintuigen van onze bezoekers geprikkeld, mede door een levendige en interactieve presentatie van ons gezamenlijk verleden. Een bezoekje is een belevenis, zeker sinds in 2017 ook de Canon van Nederland in ons museum te vinden is. In vijftig canonvensters verbeelden we de belangrijkste gebeurtenissen, personen en voorwerpen die Nederland hebben gemaakt tot wat het nu is. Door kennis en verhalen uit het verleden te delen, geeft het Nederlands Openluchtmuseum inzicht in vandaag en brengt het inspiratie voor morgen. Vanuit een inclusieve benadering, samen met publiek, partners en gemeenschappen, geven we steeds opnieuw betekenis aan het verleden. Door van en over elkaar te leren vergroten we het begrip voor elkaar en voor onze omgeving. Herkenbaar? Vast wel. Als uitgevers van lokale media bevindt u zich in de haarvaten van de samenleving en bericht u dagelijks over alles wat in ons land speelt. De krant als venster op de wereld, ook als die wereld heel dichtbij is.

ZAANSE BUURT

Het Nederlands Openluchtmuseum en de NNP hebben een bijzondere band. De organisatie van lokale nieuwsmedia werd in 1945 weliswaar in hotel 'Kasteel van Antwerpen' in Utrecht opgericht, maar op de plek waar u zich nu bevindt vond een van de eerste drukbezochte ledenvergaderingen plaats. Daarvoor duiken we natuurlijk



in onze gezamenlijke geschiedenis en komen we uit in 1954.

NNP-oprichter Marten Aelze Banda nodigde destijds alle bij de NNP aangesloten uitgevers uit voor een bijeenkomst in het Nederlands Openluchtmuseum. Een zwart-witfoto herinnert aan die dag; het gezelschap kuiert na de algemene ledenvergadering zichtbaar ontspannen door de Zaanse buurt. Is het een idee om vandaag bij de houten ophaalbrug in de voetsporen van Banda te treden? Het levert beslist een mooie krantenfoto op. Loop, als u toch in de Zaanse buurt bent, beslist ook binnen bij IJssalon Venezia. Het is een zorgvuldige reconstructie van een ijssalon zoals die in de jaren zestig van de vorige eeuw in Utrecht stond, inclusief originele toonbank en de zo kenmerkende neonverlichting. Ontdek - terwijl u van uw Italiaanse schepijsje geniet - de historie van Italiaanse ijsmakers in Nederland. Het is slechts één van

de vele verhalen die we anno 2021 in het Nederlands Openluchtmuseum vertellen.

JONKHEER EN JONKVROUW

Vandaag is de NNP te gast in twee bijzondere gebouwen. De algemene ledenvergadering en een workshop vinden plaats in de Kasteelboerderij die ooit aan jonkheer Reinhart van Aeswijn toebehoorde. Maak kennis met dit pronkstuk uit de Hoekse Waard en waan u heel even jonkheer of jonkvrouw.

De firma Massee uit Zeeland stond aan de wieg van Loods Goes, een landbouwwerktuigenloods die sinds 1985 in ons museum te bewonderen is. De loods is recent verbouwd tot een stijlvolle evenementenlocatie en biedt een unieke mix van ruigheid en moderniteit die alleen industrieel erfgoed kan oproepen.

De houten nok, de zwartmetalen ramen, de betonnen gietvloer: hier staat u met één been in de geschiedenis en met één been stevig in het heden. De perfecte plek dus om alle NNP-leden en vrienden te verwelkomen en alle NNP-prijzen in een passend decor uit te reiken. De plek ook om - een jaar later dan gepland - toch nog even stil te staan bij uw 75-jarig bestaansjubileum. Hef daarna samen het glas op de toekomst op het picknickplein.

TROTS

Het Nederlands Openluchtmuseum is trots vandaag uw gastheer te mogen zijn. We wensen alle deelnemers aan de NNP-dag 2021 een prettig verblijf in ons museumpark. We zijn benieuwd naar uw verhalen. Die lezen we binnenkort beslist in de krant. 

Nieuwe lokale media in Zeeland

‘Met Pubble kunnen we efficiënter (samen)werken’

■ NIEUWS

Het zijn enerverende tijden bij Trainews Media in Yerseke. De uitgever nam De Bevelander en De Faam over van DPG Media en startte drie nieuwe lokale nieuwsbladen in Midden-Zee-land. Daar komen nog eigentijdse onlineplatformen bij. Bij deze ontwikkeling kiest Trainews voor de samenwerking met Pubble.

“Trainews Media groeit. We voegen steeds meer lokale nieuwsmerken toe aan ons portfolio. Ook in de toekomst hebben we ambities om meer lokale nieuwsmerken toe te voegen. Daarmee groeit ook de redactie van Trainews Media en ontstond de behoefte aan een systeem waarin de huidige werkwijze en de toekomstambities verwezenlijkt konden worden.”

Eenvoudig schakelen

“Om die reden kiest Trainews Media voor Pubble. Pubble is een slimme cloud-oplossing voor het publiceren van nieuws in kranten en op onlineplatforms. Schakelen tussen web, krant, socials en e-papers is daardoor extra eenvoudig”, vertelt het mediabedrijf trots op haar website. “Pubble stelt ons in staat om makkelijker en efficiënter (samen) te werken. Met de tijd



die we daarmee besparen, kunnen we onze klanten nog beter bedienen. Bovendien ontstaat hierdoor ruimte voor verdere groei.”

Jongensboek

Trainews begon als een studieopdracht van Huibert Goedegebure en Daniel van Iwaarden, nu de ei-

genaren van het toonaangevende mediabedrijf. Een jongensboek op zich. Voor hen is de toekomst van de lokale huis-aan-huiskrant al lang begonnen. Over die toekomst hebben ze een inspirerende visie.

Op blog.pubble.nl staat een link naar hun visie.

Welkom bij de familie: nieuwe websites en kranten via Pubble

■ Niet alleen Trainews is nieuw in de Pubble-familie. We zijn er trots op dat we recent ook de deze uitgevers en titels hebben mogen verwelkomen. We stellen ze graag even voor.

Almere DEZE WEEK

Al meer dan 16 jaar bedient uitgever Rodi Media Midden Nederland Almere van twee toonaangevende nieuwsmerken: Almere DEZE WEEK (oplage 91.000) en Almere Zaken (oplage 10.000). De overstap naar Pubble, begin juni, ging gepaard met de lancering van de vernieuwde websites van beide platforms.

De Scheveninger

Zelfs voor redactie, verkoop en opmaak van De Scheveninger is de zomer een relatief luwe periode. Ze maakten daar gebruik van om de ins en outs van Pubble onder de knie te krijgen. Het resultaat is te zien op www.de-scheveninger.nl en in de 26.000 brievenbussen waar het mooie huis-aan-huisblad wekelijks wordt bezorgd.

De Toren

Weekblad De Toren uit Hardenberg bestaat 65 jaar en viert dat met een make-over. Dat viel mooi samen met de overstap naar Pubble. De Toren en De Toren van Twenterand hebben een moderne lay-out gekregen en ook beide websites zijn in een nieuwe jasje gestoken.

Bildt.nu

In het Bildt, de streek rond het Friese Sint Annaparochie, is een nieuw digitaal platform gestart: Bildt.nu. Daar hoort ook een huis-aan-huiskrant bij. De uitgever is de Stichting Bildts Mediahuis. Het doel is om op te treden als lokale verbinder van jonge en oudere inwoners, toeristen en oud-inwoners. Bildt.nu wordt gemaakt met behulp van Pubble.

Lokaal aan Zee

Lokaalaanzee.nl is de nieuwe site voor iedereen die geïnteresseerd is in alles wat er gebeurt in en rond de kustplaatsen IJmuiden, Bloemendaal en Zandvoort. Met behulp van Pubble wordt de site dagelijks verversd. Lokaalaanzee.nl richt zich op de kustbewoners, op de bezoekers en op de ondernemers. De bezoeker van de website

ziet daar duidelijk onderscheid in, toch blijft de site één geheel. BDU Media is de uitgever van Lokaalaanzee.nl.

Recreatiekrant Veluwe

De Recreatiekrant Veluwe is een ander initiatief van BDU Media. De krant verschijnt zesmaal per jaar. Nieuw is het onlineplatform: recreatiekrantveluwe.nl. Hierop is actuele informatie over toerisme op de Veluwe te vinden.

Bernheze Media

Bernheze Media viert dit jaar het 10-jarig bestaan en de 500ste editie van De MooiBernhezeKrant. Dat werd op 1 januari van dit jaar voorafgegaan door de nieuwe website MooiBernheze.nl, het logische gevolg van de overstap op Pubble. Uit de Brabantse franchise verwelkomen we ook MooiSchijndel.



Uitdagent ‘vakantiewerk’ Snel aan de slag na overname tientallen DPG-titels

■ Het landschap van lokale kranten is flink veranderd nu DPG Media het merendeel van haar huis-aan-huiskranten heeft verkocht aan verschillende lokale uitgeverijen. Pubble stond en staat klaar voor de betrokken uitgevers om de overgang snel en soepel te laten verlopen.

DPG maakte voor de huis-aan-huisbladen gebruik van Pubble. Dat geldt ook voor veel uitgevers die de titels overnemen, zoals Rodi Media, Kontakt Mediapartners, Telstar Mediagroep, Brugmedia en DWF Media. Dat maakt de overgang op het gebied van de automatisering minder complex. Niettemin moet er veel geregeld,

afgestemd en omgeleid en soms zelfs ontwikkeld worden. Voor web én print.

Klus geklaard

Voor de Pubble-ontwikkelaars betekende dat een grote en uitdagende klus zo vlak voor (en deels tijdens) de vakantieperiode. Maar: het klaren van de klus is nu in volle gang. De makers van de ‘nieuwe’ titels kunnen hun lezerspubliek bedienen met de tientallen vernieuwde of samengestelde kranten en nieuwssites.

Bij Pubble pakken we intussen ook andere ontwikkelingen weer op, waarvan sommige vanwege de acute drukte even moesten worden uitgesteld.

Meer vraag naar apps Pubble schakelt soepel met deze app-leveranciers

■ Bij lokale uitgevers neemt de vraag naar apps toe. Bijvoorbeeld om naast de (responsive) mobiele website een andere presentatie op de smartphone te krijgen van het nieuws, de digitale krant of een combinatie van beide.

In dat verband is het goed om te weten dat Pubble de uitwisseling van data heeft geoptimaliseerd met een aantal app-leveranciers. Dat betekent dat de apps van deze leveranciers goed aansluiten op de berichten, foto's en andere relevante data die in Pubble worden ingevoerd. Zo hoeft het introduceren van een app niet te leiden tot extra handelingen bij het maken van bijvoorbeeld een nieuwsbericht. Deze app-leveranciers zijn op dit

moment: ePublisher, Visiolink, Pinch en Brabants Centrum/LNG.

Community-app

Die laatste partij is een bijzondere. Brabants Centrum lanceerde dit jaar een eigen app, waarmee niet alleen het nieuws uit Bostel naar de handpalm wordt gebracht. Het is ook een handig instrument om actief reacties van lezers mee te verzamelen. Dat kunnen ook bijdragen zijn voor nieuwe artikelen of input van deskundigheid. Zo helpt deze ‘community-app’ de redactie met haar taak op het gebied van onderzoeksjournalistiek. Het is de bedoeling dat het platform ook voor andere lokale uitgevers beschikbaar komt. Dat zal gebeuren onder de noemer LNC Today, waarbij LNC staat voor Lokale Nieuws Community.

Jongeren hebben de toekomst Betalen voor onlinenieuws steeds normaler gevonden

■ Opvallend bericht van NDP Nieuwsmedia deze zomer: meer Nederlanders betalen online voor hun nieuws, waarbij de jongeren het grootste aandeel in die stijging hebben. De jeugd heeft dus ook hier de toekomst.

Voor steeds meer jonge lezers is nieuws niet vanzelfsprekend een gratis dienst. Zij zijn steeds meer bereid om voor nieuwsdiensten te betalen, zo blijkt uit het Digital News Report 2021 van het Commissariaat voor de Media.

Het aandeel Nederlanders dat tegen betaling online nieuws leest, steeg in twee jaar tijd van 11 naar 17 procent. Dat is een toename van meer dan 50 procent. 2020 lijkt volgens de samenstellers van het rapport het kanteljaar te zijn geweest voor de transformatie van print- naar digitale abonnementen. Naarmate jongeren ou-

der worden, zal het aantal digitale abonnementen verder toenemen. Het lanceren van premiummodellen is voor steeds meer lokale uitgevers een interessant model. Voorzitter Roy Keller van de NNP, de brancheorganisatie van lokale nieuwsmedia, noemt Enter Media en BDU Media ‘absoluut de koplopers’ als het gaat om de introductie van het onlinebetaalmodel. Deze uitgevers hanteren een combinatie van premium en gratis artikelen. De aanwas van abonnees bleek al in relatief korte tijd substantieel. De Stadskoerier (Brugmedia) en Actief Online (Actief Media) zijn twee andere Pubblegebruikers die dit jaar op betaalde content zijn overgestapt.

Pubble volgt deze ontwikkelingen op de voet. We doen regelmatig verslag op onze actuele blog:

◆ blog.pubble.nl.

pubble

maakt uitgeven eenvoudig

www.pubble.nl | info@pubble.nl | (0294) 410054

Probeer nu de ANP-pagina in Pubble



“Probeer het gewoon eens”, zegt Erwin Klein Woltering van JAWEL Media tegen lokale uitgevers die nog twifelen over de lokale nieuwspagina van het ANP. Een initiatief dat eind vorig jaar van start ging en waarmee tientallen lokale titels wekelijks op eenvoudige manier een kwalitatief goede nieuwspagina aan hun krant toevoegen.

Die nieuwspagina geeft een lokale insteek aan een landelijk nieuwsonderwerp, bijvoorbeeld door toevoeging van informatie en reacties uit de plaats of regio waarin de titel verschijnt. Ook is er altijd een lokale statistiek en een sprekende foto uit de ANP-beeldbank. Deze pagina wordt geheel verzorgd door het ANP, dus ook de lokale verdieping die per uitgever of titel verschillend is. Kortom: een paginagroot nieuwsverhaal dat eenvoudig kan worden toegevoegd aan de eigen krant.

Het grote voordeel is dat er geen (redactionele) werkzaamheden meer aan verricht hoeven te worden en dat het artikel via Pubble beschikbaar wordt gesteld; het kan zo in de lokale krant en/of op de website. Dit alles tegen een relatief lage prijs, zodat een besparing kan worden gerealiseerd.

“De reacties zijn positief, de deelnemende uitgevers zijn erg tevreden”, meldt Klein Woltering van JAWEL Media. “De artikelen zijn relevant en kwalitatief goed, het loopt snel en makkelijk binnen via Pubble en het past goed bij het lokale karakter van de krant. De onderwerpen voor de komende weken zijn al ingepland, maar we kunnen altijd inhaken op urgente ontwikkelingen.”

Meer informatie
Stuur een mailtje naar info@jawelmedia.nl of bel met Erwin Klein Wolterink: 06-55 70 68 55.



Corrigeren en stileren

Combineer Pubble met InCopy

Soms wil je even iets meer mogelijkheden voor het stileren van teksten en opmaak. Of een scherpe eindredactie in de opgemaakte pagina. Voor deze klussen hebben we (tegen meerprijs) een koppeling met Adobe InCopy. Daarbij behoud je alle voordelen van het werken in Pubble, maar breidt je de flexibiliteit uit met de voordelen van InCopy. Dit is met name geschikt voor magazines en andere publicaties waarin de hoogste eisen worden gesteld aan vormgeving, tekstcorrectie en eindredactie.

- Meer vrijheid met opmaak
- Correctie, eindredactie in de opmaak
- Behoud de Pubble-voordelen
- Geschikt voor magazines

Demonstratie?
info@pubble.nl of 0294410054

Binnenkort: webbouwer in Pubble

Nieuwssite zelf bouwen en aanpassen

MEER FLEXIBILITEIT

De inrichting die past bij jouw content, een snelle aanpassing als de actualiteit daarom vraagt: als uitgever wil je altijd zelf de controle hebben over de opbouw van je nieuwssite. De nieuwe webbouwer in Pubble bezorgt je nog meer flexibiliteit.

Pubble biedt nu al keuze uit verschillende templates voor de dagelijkse of wekelijkse onlinecontent. Zo is er voor elke uitgever een goede basis, die we we vervolgens naar wens finetunen. Daar voegen we binnenkort nog meer vrijheid aan toe.

Meteen online

Eén, twee of drie hoofdberichten uitlichten. Wel of geen kolom met ‘meest gelezen’. De sectie Sport boven Zakelijk of andersom. Alleen de kop tonen of ook de eerste regels van het intro? Dit soort keuzes over de inrichting van de nieuwssite zijn uiteraard belangrijk en verschillen per uitgever en/of titel. En als het eenmaal staat, hoeft het bovendien niet statisch te zijn. Sportberichten wil je bijvoorbeeld prominenter in beeld gedurende sommige weken in het jaar – of sommige dagen in de week. Met onze nieuwste webbouwer is het mogelijk om de indeling van de nieuwssite zelf op te bouwen en aan te passen. Snel en eenvoudig, want je zet het zonder tussenkomst van Pubble meteen online.

‘Nieuwssites zijn nog steeds enorm in ontwikkeling’

“De manier waarop uitgevers omgaan met hun nieuwssites is nog steeds enorm in ontwikkeling. Wat bij een ander goed werkt, wil je zelf ook graag snel proberen. Wij merken dus een grote behoefte aan een verdere personalisering van de nieuwssites. Daar kunnen we nu meteen op inhaken met de nieuwste webtechnieken”, zegt Pubble-ontwikkelaar Joris de Bruijn.

Geen HTML-deskundige

Het mooie daarvan is: je hoeft geen HTML-deskundige te zijn. Het opbouwen of aanpassen van



je nieuwssite werkt eenvoudig, intuïtief en snel. Alle verschillende onderdelen van de nieuwssite zijn naar wens in te stellen. Vervolgens zijn ze op de gewenste plek te zetten: een kwestie van blokken stapelen. En wil je het toch anders, dan zet je het net zo makkelijk weer anders. Ook kleuren en marges zijn naar wens in te stellen, net als de responsive weergaven voor desktop, tablet en mobiel. Daarnaast zijn bannerposities zelf te verschuiven.

SEO-proof

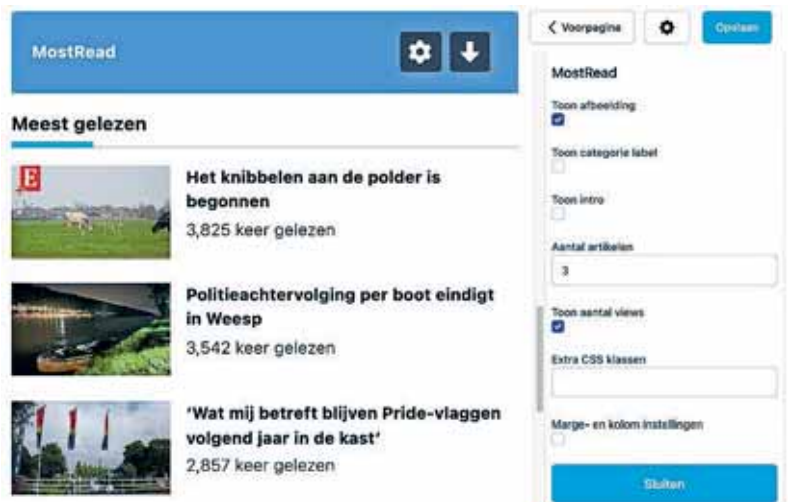
Het resultaat is een nieuwssite die voor de bezoeker overzichtelijker en gebruiksvriendelijker is. Dit alles uiteraard SEO-proof. De kri-

tische kijker merkt bovendien dat de foto's scherper zijn – en toch nog altijd razendsnel laden. Joris de Bruijn: “Ook dat is het gevolg van een nieuwe techniek die we nu meteen gaan toepassen.”

Eerste kwartaal

De komende weken testen we de eerste nieuwssites nieuwe-stijl. Met de eerste gebruikerservaringen erbij, verwachten we in het eerste kwartaal van 2022 de nieuwe webbouwer aan te kunnen bieden in combinatie met uitleg en (indien gewenst) een introductietraining. Hou voor informatie onze nieuwsbrief en weblog in de gaten:

♦ blog.pubble.nl.



Met de webbouwer pas je de elementen zelf aan.

Pagina's uit Pubble nu nog makkelijker en sneller finetunen in InDesign

MEER FLEXIBILITEIT

De in Pubble opgebouwde pagina in InDesign bewerken of finetunen? Pubble heeft dat nu nog makkelijker gemaakt.

Met een druk op de download-knop worden alle onderdelen in één pakket naar de lokale schijf gebracht en in InDesign geopend. Na de gewenste bewerking van de pagina stuur je alles terug naar Pubble met één druk op de uploadknop. De pagina ververst vanzelf, zodat alle gebruikers de wijzigingen meteen zien. De

werkwijze komt overeen met de manier waarop losse advertenties worden opgemaakt met behulp van de PubbleApp.

App en blog

Dit betekent dat het aanpassen van pagina's sneller en eenvoudiger gaat. Wijzigingen aan koppe-

lingen worden automatisch meegestuurd. Een ander voordeel is dat je altijd naar het juiste paginanummer uploadt. Om van de functie gebruik te kunnen maken, update je eerst de PubbleApp. Lees het artikel hierover op blog.pubble.nl of check ons Helpcentrum (via het vraagteken in Pubble).



INSPIRATIESESSIE VOOR NNP-LEDEN IN KASTEELBOERDERIJ

‘Vier c’s maken 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 de inspiratiesessie die Alwin Zandvoort van Digital Moves op de NNP-dag in Arnhem verzorgt.

Alwin heeft een marketingachtergrond, met een uitstap van dertien 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 38e voor mezelf. In eerste instantie met een werving- en selectiebureau. Toen kwam al snel deze vraag bij mij op: ‘Hoe zet ik mijzelf op de kaart?’. Sociale media waren in opkomst en niet veel later explodeerde de belangstelling daarvoor enorm. Ik ben ze schoorvoetend gaan omarmen, want ik had eerlijk gezegd helemaal niets met sociale media. Ik was er zelfs zeer kritisch over, net als sommige toehoorders bij mijn lezingen of presentaties.’

CREATIE, COMMUNITY EN CONTENT

De meeste organisaties die sociale media voor hun bedrijf inzetten, willen meer zichtbaarheid of meer klanten. Alwin: ‘Heel belangrijk uitgangspunt 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 zoek je wegen hoe je dat aantal kunt laten groeien. Niet alleen in aantal, maar - nóg belangrijker - in interactie en betrokkenheid.’

Alwin vervolgt: ‘De derde c staat voor content. Welke inhoud plaats je waar, hoe vaak en op welke tijden? Zelf voeg ik daar nog een vierde c aan toe: cultuur. Het is namelijk ook handig binnen je organisatie te kijken naar medewerkers, te inventariseren hoe zij met sociale media omgaan en hoe bereid ze zijn dingen te delen of content aan te dragen. Deze vier c’s maken het inzetten van sociale media succesvol.’

BEGIN BIJ DE BASIS

Een veelgehoorde frustratie van een bedrijf is dat sociale media onvoldoende zou werken. Alwin: ‘Ondernemers hebben vaak lukraak dure advertentiecampaagnes of betaalde pakketten ingezet en komen vervolgens naar mij toe met de opmerking dat ‘het’ 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 de vrijheid om te gaan met sociale media.’

TOEKOMST UITGEVERIJ

‘Mensen hebben in mijn ogen altijd sterk behoefte aan het vertellen en lezen van verhalen’, gaat Alwin verder. ‘Van de verhalen die in de prehistorie rond het kampvuur werden



verteld tot 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.’

AANMELDEN

De inspiratiesessie voor NNP-leden wordt 22 september gehouden in de Kasteelboerderij op het terrein van het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem. De titel luidt: ‘Hoe haal je meer uit Facebook, LinkedIn en Instagram?’. Alwin Zandvoort van Digital Moves zal ingaan op de vindbaarheid, zichtbaarheid en profilering van uitgeverijen, netwerken en social selling. Aanmelden kan tot 10 september 2021 via e-mail: nnpnl@nnp.nl.

JACQUELINE EN FRANK BOEKEMA (NIEUWSBLAD STEDENDRIEHOEK):



‘In een familiebedrijf zet iedereen een stapje extra’



Jacqueline en Frank Boekema geven samen leiding aan Nieuwsblad Stedendriehoek in Apeldoorn. Met drie edities bestrijkt de uitgeverij ook de steden Deventer en Zutphen.

(Foto: Nieuwsblad Stedendriehoek).

De bakermat van Nieuwsblad Stedendriehoek ligt in Apeldoorn. Daar stond Jacques Boekema (76) in 1975 aan de wieg van een florerend krantenbedrijf dat inmiddels wordt gerund door zijn kinderen Frank (40) en Jacqueline (47). De uitgeverij, die ook een eigen DTP- en reclamestudio omvat waar folders en banners worden ontworpen, is een van de nieuwe leden van de NNP. De huis-aan-huiskrant die elke week wordt gemaakt, verschijnt in een oplage van bijna 153.000 exemplaren in Apeldoorn, Deventer, Zutphen en ommelanden.

‘Ik ben hier zo’n 25 jaar geleden gaan werken en niet meer weggegaan’, vertelt Jacqueline enthousiast. Terwijl haar broer Frank koos voor een grafische opleiding en leek voorbestemd om het familiebedrijf voort te zetten, kwam het jaren geleden nog niet bij haar op. ‘Toen ik tussen twee banen even een paar weken thuis zat, zei mijn vader dat ik maar even bij Nieuwsblad Stedendriehoek aan de slag moest gaan. Nou, dat beviel zó goed dat ik ben blijven hangen.’

Zeven jaar geleden namen Frank en Jacqueline de dagelijkse leiding van de uitgeverij over. ‘Mijn broer is de spin in het web en heeft een coördinerende rol. Ik houd me vooral bezig met verkoop’, legt Jacqueline uit. ‘Jacques vind je nog elke dag op de werkvloer hoor!’, gaat ze verder. ‘Hij vindt het heerlijk om vooral op verkoopgebied een steentje bij te dragen. Hij bezoekt graag klanten en het voelt voor ons heel natuurlijk dat hij actief blijft. We zijn sowieso

een klein team waarin iedereen zich meer voor honderd procent inzet. Echt een familiebedrijf.’

KNOOP DOORHAKKEN

Het lidmaatschap van de NNP stond eerder niet op de radar van Nieuwsblad Stedendriehoek. Jacqueline: ‘We zijn ondanks een forse oplage een relatief kleine onderneming die zich richt op het maken van een goede huis-aan-huiskrant. Tijdens de coronacrisis ontdekten we dat de NNP zich op een bijzondere manier onder-

‘MET EEN STEVIGE DOSIS LEF EN ENTHOUSIASME WORDT EEN GOEDE KRANT GEMAAKT’

scheidde en daadwerkelijk opkomt voor de belangen van lokale uitgevers. We hebben veel contact gehad met voorzitter Roy Keller en de knoop doorgehakt.’

Wat de NNP naast coronasteun kan bieden, kan

Jacqueline nog niet overzien. ‘Ik wil me graag wat meer in de NNP verdiepen. Het lijkt me leuk om meer uitgevers te leren kennen en te ontdekken wat we van elkaar kunnen leren.’ Wie het team van Nieuwsblad Stedendriehoek bezoekt, zal zien dat met een stevige dosis lef en enthousiasme aan een goede krant wordt gemaakt. Lachend: ‘Dus ook bij ons is ook heel wat leren.’

LOKAAL

Nieuwsblad Stedendriehoek omvat drie verschillende kranten waardoor redacties zich echt kunnen richten op het lokale nieuws in Apeldoorn, Deventer en Zutphen. Jacqueline: ‘Alle edities zijn dus altijd interessant voor lezers en adverteerders in deze steden.’ Naast de wekelijkse huis-aan-huiskrant, die ook online te raadplegen is, verzorgt de uitgeverij in Apeldoorn ook tal van specials. Onder meer voor allerlei evenementen die voor de coronaperiode bijna wekelijks voorkwamen, maar ook rond WK- en EK-voetbaltoernooien.

Trots is ze op KijkUit, een recreatiemagazine dat in een oplage van 50.000 exemplaren wordt verspreid op vakantieparken en campings op de Veluwe. ‘De Veluwe is erg in trek bij toeristen. In KijkUit bundelen we leuke verhalen en toeristische tips, zodat bezoekers onze mooie regio nog beter kunnen ontdekken.’

WWW.STEDENDRIEHOEK.NL



John Wijntjes (58) uit Ouderkerk aan de IJssel is in 2021 precies 25 jaar werkzaam als fotograaf. Daarom beschouwt hij het winnen van de NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie als een kroon op zijn werk voor Krimpenerwaard West en Krimpener- en Lopikerwaard, twee uitgaven van Het Kontakt Edities in Goudriaan. 'Ik ben zeer vereerd en het prachtige beeldje met loodzware sokkel staat te pronken in de huiskamer.'

'Mister Eievangen'. John denkt grinnikend terug aan de dag waarop hij de prijswinnende foto maakte. 'Ik was zoals elk jaar te gast op het kampioenschap eieren vangen in Lekkermakerkerk. Omdat ik daar al zo lang kom, ben ik een bekende verschijning en gaf de omroeper mij die geuzennaam.' Waar deelnemers aan de titelstrijd ernaar streven de over grote afstand gegooide eieren heel te houden, rekent John op iets anders. 'Je maakt de mooiste foto's als de eieren kapot gaan en een deelnemer helemaal onder de eierstruif zit.'

De fotograaf bekent dat hij lang heeft geaarzeld of hij aan de jurering van nieuwsbladfoto's mee wilde doen. 'In 2018 kreeg ik een eervolle vermelding, maar dat was voor een foto die ik niet zo bijzonder vond. Het was een foto van een auto die per ongeluk een drogisterij was binnengereden. Die foto had iedereen kunnen maken. Te gemakkelijk. Bovendien vond ik de andere foto's die ik had ingezonden mooier en technisch beter.'

HET JUISTE MOMENT

John besloot toch aan de NNP-competitie mee te doen en selecteerde vijf foto's. 'Tot mijn verrassing koos de jury voor de foto van het eieren vangen. Ik vind het een mooie prent die ik heb gemaakt met de motordrive. Die maakt het mogelijk om elf beelden per seconde te maken en zo het juiste moment te vangen. Dat is duidelijk gelukt.'

'IK HOUD VAN HET WERK IN DE REGIO'

John werkt niet alleen voor Het Kontakt. Ook in opdracht van de gemeenten Krimpenerwaard en Krimpen aan de IJssel gaat John op pad. Enkele scholengemeenschappen

De winnende foto van John Wijntjes: 'Je maakt de mooiste foto's als de eieren kapot gaan en een deelnemer helemaal onder de eierstruif zit.'

(Foto: John Wijntjes)

**NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADFOTOGRAFIE 2020:
JOHN WIJNTJES (HET KONTAKT)**

'Kroon op mijn werk als fotograaf'

reken hij eveneens tot zijn klantenkring. 'Ik houd van het werk in de regio. Het is kleinschalig, gezellig en heeft een hoog ons-kent-onsgehalte.' De coronacrisis zorgde voor een terugloop in het aantal opdrachten. 'Veel evenementen en sportwedstrijden gingen niet door. En ik miste de wekelijkse gang naar het voetbalveld.'

In maart werd John door Het Kontakt-hoofdredacteur Rick den Besten uitgenodigd in Goudriaan. 'Toen hij vertelde dat er prijzen uitgereikt zouden worden, voelde ik al nattigheid', lacht John. 'Ik ben trots dat ik de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie heb gekregen.'

De jury voor de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie bestond uit Marijn Stillebroer, Joost Berends en Jeroen Wielaert. Unaniem viel de keuze op de foto van John: 'Vlijmscherp en de dynamiek op het juiste moment vastgelegd in een fraai verstild beeld.'

!

John Wijntjes



Het gelauwerde team van Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan poseert coronaveilig met NNP-bestuurders Henk van Zanten en Roy Keller. Van links naar rechts Henk van Zanten, Geurt Mouthaan, Roy Keller, Nico van Ganzewinkel, John Wijntjes, Rick den Besten, Anne Marie Hoekstra en Floor de Groot.

(Foto: Marijke Verhoef)

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADFOTOGRAFIE (SPORT): RICK DEN BESTEN (HET KONTAKT)

‘Op zaterdag komen werk en hobby samen’

De winnende sportfoto van Rick den Besten: een duel in de wedstrijd tussen Groot-Ammers en Brakel (1-1).
(Foto: Rick den Besten)



‘Eerlijk is eerlijk, ik vind het niet mijn beste foto.’ Bescheiden woorden van Rick den Besten (56), naast hoofdredacteur van Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan ook enthousiast fotograaf. Met een spectaculaire foto uit de voetbalwedstrijd tussen vierdeklassers Groot-Ammers en Brakel maakte Rick in de ogen van de jury van de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie de beste foto in de categorie Sport. ‘Het is een sport om altijd mooie foto’s te maken.’



De winnende foto toont een aanvaller en een doelman die in een fel duel verwickeld zijn. ‘Beide spelers hangen in de lucht en lijken elkaar te raken, de bal bevindt zich boven hen’, beschrijft Rick zijn winnende prent. Het oog van de lezer gaat direct naar het tweegevecht, ook omdat de achtergrond - enkele toeschouwers en een reclamebord waarop heel toepasselijk ‘een-tweetje’ staat - onscherp is. ‘Mijn handelsmerk’, zegt Rick. ‘Bij sportfoto’s werk ik meestal met scherpte/diepte. Het spelmoment moet scherp zijn, daar draait het om.’

ELKE ZATERDAG

Rick is al meer dan 35 jaar fotograaf. ‘Dat begon al toen ik nog journalistiek studeerde’, herinnert hij zich. Als hoofdredacteur heeft hij doordeweeks nauwelijks tijd om met de camera op pad te gaan. ‘Heel soms, tijdens een interview of bijvoorbeeld op Koningsdag of Dodenherdenking, kom je me natuurlijk wel tegen.’ Elke zaterdag is stevast ingeruimd voor fotografie. ‘Ik maak zelf de planning en kijk welke wedstrijden ik kan bezoeken. Meestal kies ik voor drie wedstrijden, heel soms lukt het om vier duels te bezoeken.’

In de Alblasserwaard - de regio waar Rick veelal actief is - nemen streekteams het regelmatig tegen elkaar op. ‘Veel derby’s dus, dat zorgt voor extra spanning op het veld én langs de lijn’, vertelt hij. ‘Het is altijd mooi naast duels en doelpogingen ook bijzondere momenten vast te leggen, zoals het juichen na een treffer of de vreugde en het verdriet

na het laatste fluitsignaal. Sport is emotie en het is voor de fotograaf de kunst én de uitdaging dat gevoel vast te leggen.’

VOETBALVOORZITTER

Ricks sportfoto’s verschijnen niet alleen in de edities van Het Kontakt, ook op de door deze uitgeverij gelanceerde website www.regio-voetbal.nl zijn de foto’s te vinden. ‘Ik ben naast hoofdredacteur ook webmaster van die website’, licht hij toe. En zijn betrokkenheid bij het voetbal gaat verder: ‘Sinds enkele jaren ben ik voorzitter van VVAC (Voetbalvereniging Alblasserwaard Centrum) in Ottoland.’ Rick vervolgt: ‘Omdat mijn zoons Tom en Jurre in het eerste elftal spelen, probeer ik in de slotfase altijd een stukje van hun wedstrijden mee te pikken. Voordat ik langs de lijn sta, ben ik eerst op reportage bij andere clubs in de regio. Of dat niet botst met het voorzitterschap? Nee hoor, ik heb duidelijke afspraken met VVAC. Iedereen weet wat ik op zaterdag doe: foto’s maken. Op die dag van de week komen werk en hobby altijd samen.’ Nog even over het duel Groot-Ammers-Brakel: De uitslag van de wedstrijd was 1-1. Beide clubs spelen inmiddels in de derde klasse.

De jury voor de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie (categorie Sport) bestond uit Marijn Stillebroer, Joost Berends en Jeroen Wielaert.

Zo ontzorgen wij u



Het Mediacentrum biedt uitgevers van huis-aan-huisbladen 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-werkzaamheden, administratie/ facturatie en overige automatisering. Wij werken stap voor stap om met onze klant tot een zo optimaal mogelijk resultaat te komen.

Stap 1

Het Mediacentrum analyseert de huidige workflow op basis van de gebruikte software en technieken binnen uw uitgeverij. *Pubble-gebruiker:* We gaan na hoe de huidige Pubble-omgeving is ingeregeld en welke keuzes er gemaakt zijn. *Niet Pubble-gebruiker:* We gaan na hoe we u kunnen assisteren met het gebruik van Pubble.

Stap 2

Als we een goed beeld hebben van de huidige situatie en workflow, gaan we in gesprek met u. Tijdens dit gesprek geven we advies en delen we verbeterpunten. Niet alleen met betrekking tot het systeem, maar ook over het kennisniveau. We geven aan wat wij voor u kunnen betekenen.

Stap 3

U wilt graag met ons verder. Dit betekent dat u klant wordt van Het Mediacentrum. Wij zullen vanaf nu het eerste aanspreekpunt zijn voor zowel Pubble- als productievragen van al uw medewerkers. Daarnaast gaan wij starten met het uitvoeren van de punten die we bij stap 2 hebben besproken.

Stap 4

Wij bouwen het Pubble-systeem langzaam om naar een zo goed mogelijk systeem voor u als **uitgever**. Dit is echt maatwerk. We hebben veel kennis van stramienen en hoe een redactie werkt en zorgen dat alle processen zo soepel mogelijk verlopen, zodat we hier met elkaar goed mee kunnen werken.

Stap 5

Tijdens de volgende stap zorgen we voor meer kennis en inzicht in processen. We kunnen hierbij verkopers ondersteunen over de commerciële mogelijkheden binnen Pubble, hoe content gedeeld kan worden en wat een goede werkwijze is rondom specials.

Stap 6

Voor het managementteam zorgen we dat financiële cijfers beter inzichtelijk zijn. Hiervoor richten we de rapportagetool van Pubble in. Ook de administratie-afdeling helpen we door het optimaliseren van de cijfers uit Pubble.

als klant!

TOTAALPAKKET VOOR UITGEVEN
Het Mediacentrum 

Pubble

Vanaf 2013 werkt Het Mediacentrum met Pubble. Inmiddels beheren en onderhouden we 17 verschillende Pubble-omgevingen en 42 Pubble-websites. Dit houdt in dat we veranderingen toevoegen, kleuren aanpassen en problemen oplossen. We zijn een sparringpartner en denken mee over doorontwikkelingen. Onze eigen helpdesk biedt hulp bij probleemvragen die gebruikers 1-op-1 aan ons kunnen stellen. Doordat we weten hoe het systeem is ingericht voor u, kunnen we antwoord op maat geven en problemen snel oplossen.

Opmaak

Voor maar liefst 17 uitgeverijen verzorgen wij in meer of mindere mate de opmaak van de kranten en magazines. Hierbij kunt u denken aan het opmaken van advertenties en stramienen, advertentieplaatsingen maken en het inrichten van kloppende planningen. Wij kunnen ons geheel aanpassen aan de wensen van de uitgever. Alles is op maat gemaakt voor uw uitgeverij. Wij werken met twee verschillende modellen:

- Lay-out gedreven model: de gehele opmaak staat vast, zodat de huisstijl van de uitgave gewaarborgd blijft.
- Hybride model: bepaalde delen staan vast en bepaalde onderdelen zijn variabel in te delen.

Gemeenten

Het Mediacentrum maakt voor 30 gemeentes de gemeentepagina's op voor plaatsing in huis-aan-huiskranten. Elke gemeente heeft haar vaste contactpersoon bij Het Mediacentrum. Via 1-op-1 contact en zonder tussenkomst van de uitgeverij en lastige systemen, handelen wij het gehele proces persoonlijk af.

Martin de Ruiter

'Wij verzorgen de opmaak van uw krant of magazine waarbij wij ons aanpassen aan uw wensen.'

Danny van Winden:

'Wij zijn uw sparringpartner en denken mee over doorontwikkelingen.'

Jermine van der Maat:

'Elke gemeente heeft een eigen contactpersoon bij Het Mediacentrum.'



www.hetmediacentrum.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.



AdFactory International
Vlamoven 34
6826 TN Arnhem

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

www.adfactory.nl

 **HOEKSTRA**
KRANTENDRUK | EMMELOORD

Een krant
is gewoon **leuker!**

Innovatieve krantendrukkers sinds 1882

ADRES
Werktuigenweg 9
8304 AZ Emmeloord

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

A.M. BANDAPRIJS 2020: WEST MEDIA

‘WestlandseBanen Carrièrekrant bereikt twee doelgroepen’

‘Een heel oud idee is afgestoft en op een nieuwe manier gepresenteerd.’ Met die woorden complimenteerde de jury van de A.M. Bandaprijs de makers van de WestlandseBanen Carrièrekrant. Directeur Rick de Vroom (31) van West Media is trots op de prijs die in maart 2021 coronaveilig werd uitgereikt. ‘Onze crossmediale aanpak werpt vruchten af in het Westland.’

De A.M. Bandaprijs werd in 2001 door de NNP in het leven geroepen om vernieuwende commerciële initiatieven in de lokale journalistiek in de schijnwerpers te zetten. ‘Onze inzending is innovatief omdat we als West Media nauw samenwerken met de makers van de website Westlandsebanen.nl’, vertelt Rick. ‘Bovendien geven we niet alleen viermaal per jaar een krant uit waarin veel vacatures

staan, maar zetten we ook stevig in op sociale media.’

En dat werkt, zegt Rick zonder aarzeling. ‘De krant telt gemiddeld 32 pagina’s en verschijnt in een oplage van 47.000 exemplaren in het hele Westland. We bereiken twee doelgroepen. Online zijn dat vooral mensen die actief een baan zoeken. Via de krant bereiken we daarnaast nog eens lezers die niet actief op zoek zijn naar ander werk, maar door een vacature wél aan het denken gezet worden.’

TERUG IN DE KRANT

Het is juist de crossmediale aanpak die volgens de directeur van West Media bijdraagt aan het succes van de WestlandseBanen Carrièrekrant. ‘Online en offline hebben we een enorm bereik en slagen we er in vacatures terug in de krant te krijgen. Dat

vinden we mooi omdat vacatures de laatste jaren vooral online te vinden zijn. In het Westland zijn ze weer volop terug in print.’

Rick is trots op het team dat de bekroonde vacaturekrant samenstelt. De regie ligt bij media-adviseur Monique van der Ende van West Media en Luc Doorewaard, grondlegger van LokaleBanen en initiatiefnemer van de regionale portal Westlandsebanen.nl. ‘In de WestlandseBanen Carrièrekrant verschijnen voornamelijk vacatureadvertenties. Bedrijven die wat groter willen uitpakken, kiezen voor een advertorial. Ze worden dan ondersteund door een redacteur en een fotograaf van West Media.’

De jury van de A.M. Bandaprijs bestond uit Dies van ’t Leven, Remko Poggenplaas en Ted Hobma. De prijs is genoemd naar NNP-grondlegger Aelze Marten Banda.

‘VACATURES TERUG IN DE KRANT’



Rick de Vroom (tweede van links) en Monique van der Ende van de WestlandseBanen Carrièrekrant poseren trots met de A.M. Bandaprijs. Naast hen NNP-bestuurslid Henk van Zanten (links) en NNP-voorzitter Roy Keller (rechts).

(Foto: Rob Voogd)



**NNP AANMOEDIGINGSPRIJS VIDEO 2020:
MAARTEN HEIJENK (DE DRONTENAAR.NL)**

‘Stimulans voor journalisten én uitgevers’

‘Curieus om als 60-plusser een aanmoedigingsprijs te winnen.’ Journalist Maarten Heijenk (62) van De Drontenaar.nl was tamelijk verrast toen zijn reportage over vermeende geluidshinder van dancefestival Defqon.1 in Elburg werd bekroond. Pas op latere leeftijd verdiepte Maarten zich in videojournalistiek. Nu maakt hij elke dag interviews en reportages voor de lezers van De Drontenaar.nl. Ook met een iPhone...

‘Een iPhone is minder overrompелend dan een grote camera’, vertelt Maarten, die ook werkzaam is bij Omroep Flevoland. ‘Als je mensen met een camera benadert, lopen ze liever met een boog om je heen. Een iPhone is minder afschrikwekkend en levert eveneens prima beelden op.’ De gelauwerde videojournalist is alleskunner bij De Drontenaar.nl, een online nieuwsplatform dat als krant eenmaal per maand op papier verschijnt en dan achtergrondverhalen brengt.

Maarten: ‘Ik ben in 2015 gestart en werk sindsdien nauw samen met BrugMedia. Naast zelfstandig ondernemer en redacteur ben ik ook fotograaf en videofilmer voor een digitale nieuwssite. Die lokt elke dag zo’n 10.000 unieke bezoekers. Dat is best veel in een gemeente met 17.000 huishoudens.’ De Drontenaar.nl verschijnt in Dronten, Swifterbant en Biddinghuizen, bekend van grote festivals zoals Lowlands. ‘En dancefestival Defqon.1 dus, waar ik mijn winnende reportage heb gemaakt.’

STIMULANS

Defqon.1 was een dankbare nieuwsbron voor Maarten. Hij maakte interviews op het station, waar hij festivalbezoekers uit de hele wereld voor de camera vroeg. ‘Bijzonder dat ze helemaal uit Chili, Peru en Australië naar Biddinghuizen komen voor dancemuziek’, grinnikt hij. ‘In Elburg, aan de overkant van het Veluwemeer, maakte ik een filmpje over de geluidsoverlast die Defqon.1 daar zou veroorzaken. Ik sprak inwoners op straat en vroeg ze hoeveel hinder ze ondervonden. Dat bleek heel erg mee te vallen...’

‘EEN IPHONE IS MINDER AFSCHRIKWEKKEND’

Maarten is blij met de aanmoedigingsprijs, die hij als stimulans voor collega-journalisten én uitgevers ziet. ‘Ik ben met filmen begonnen na een cursus videojournalistiek bij de NVJ en vind het een interessante aanvulling voor mijn nieuwsplatform. Ik houd sowieso van internet en actualiteit, daarom is het werk bij De Drontenaar.nl zo leuk. Ik zit altijd boven op het nieuws. Dat gevoel heb ik veel minder als ik schrijf voor onze papieren uitgave die maar eenmaal per maand verschijnt.’

De jury van de NNP Aanmoedigingsprijs Video bestond uit Mick van Herk, die twaalf inzendingen beoordeelde. Over Maartens reportage schreef hij: ‘De actualiteit was visueel vastgelegd op een manier die lekker weg keek. Een hele knappe prestatie.’



Maarten Heijenk interviewt wethouder Ton van Amerongen van de gemeente Dronten voor de camera van De Drontenaar.nl.



Cabaretière Sanne Wallis de Vries voor de camera van Maarten Heijenk. (Foto's: collectie Maarten Heijenk)

PIET VAN WESTEN (DORDT CENTRAAL):

‘Van alle markten thuis in regio Dordrecht’

Op een zichtlocatie van het moderne bedrijventerrein Dordtse Kil III in Dordrecht werkt directeur-eigenaar Piet van Westen (57) met zijn team elke dag aan de populaire huis-aan-huiskrant Dordt Centraal. Maar er gebeurt veel meer in het pand aan de Toermalijnring. ‘We maken wijkkranten en specials, verzorgen reclaimedrukwerk en verspreiden kranten en folders.’

Piet is trots op het bedrijf dat hij in 2000 heeft opgericht. Naast een uitgeverij omvat de onderneming ook een showroom voor bedrijfskleding, die door medewerkers van het in pandig gehuisveste DC Vakkleding wordt ontworpen en bedrukt. Binnen DC Reclame ontwerpt een team van vormgevers reclaimedrukwerk en commerciële folders. ‘Je zou kunnen zeggen dat we van alle markten thuis zijn’, grinnikt Piet, die sinds 1988 in de krantenwereld werkzaam is. ‘Ik begon destijds bij De Stem van Dordt, een huis-aan-huiskrant die niet meer bestaat. Op Werelddierendag ben ik 21 jaar geleden met mijn eigen krant begonnen: Dordt Centraal.’

HYPERLOCAL

Dordt Centraal is een krant die in een oplage van 88.000 exemplaren wekelijks op woensdag verschijnt in Dordrecht, Papendrecht en Zwijndrecht. ‘Tot vorig jaar hadden we ook een weekendeditie, maar mede door de coronacrisis zijn we daarmee gestopt. We kunnen ons nu helemaal richten op de woens-

dagkrant’, vertelt Piet. ‘Naast Dordt Centraal maken we elk kwartaal wijkmagazines die huis aan huis verspreid worden en op afhaalpunten liggen. Heel leuk om te doen omdat we daarmee in de haarvaten van de lokale samenleving zitten. Hyperlocal!’ Hij vervolgt: ‘Voor ouderen geven elke twee maanden seniorenkrant De Plusser uit, een populair magazine met veel achtergrondverhalen voor de doelgroep. De Plusser kan op tachtig plekken worden afgehaald, zoals bibliotheken, buurthuizen en zorgcentra. Weet je wat bijzonder is? Op de eerste dagen moeten we de krantenstandaards continu bijvullen. Er is altijd een run op het magazine.’

Piet denkt dat vooral ‘het complete plaatje’ bijdraagt aan het succes van Dordt Centraal. ‘Bij ons vind je alle diensten voor de ondernemer onder één dak.’

TERUG VAN WEGGEWEEST

Dordt Centraal is sinds vorig jaar terug van weggevoerd bij de NNP. ‘Ik ben eerder wel eens lid geweest, maar zag de meerwaarde toen niet’, erkent Piet. ‘Ik denk daar nu anders over, zeker nu ik zie hoe de NNP zich inspant voor uitgevers die getroffen zijn door de coronacrisis. Daar heb ik veel waardering voor.’ De directeur-eigenaar van de Dordtse huis-aan-huiskrant verwacht bij de NNP veel te leren van collega-uitgevers. ‘Ik sta open voor nieuwe ideeën en houd van kennis delen. Zeker in de huidige tijd waarin we allemaal om moeten gaan met de gevolgen van corona, denk ik dat we samen sterker staan.’

WWW.DORDTCENTRAAL.NL



Piet van Westen is al ruim twintig jaar het gezicht van Dordt Centraal. ‘Bij ons vind je alle diensten voor de ondernemer onder één dak.’

(Foto: Dordt Centraal)

COLOFON

NNP Nieuws is een uitgave van de NNP, de Nederlandse Nieuwsblad Pers, de organisatie van lokale nieuwsmedia. Deze uitgave verschijnt in de aanloop naar de NNP-dag 2021 en wordt verspreid onder leden en relaties.

COÖRDINATIE

Ans van Sligtenhorst

REDACTIE EN EINDREDACTIE

Marc Cleutjens
Ans van Sligtenhorst
Henk van Zanten

FOTOGRAFIE

Bas van den Biggelaar,
Basman Creëert
Nederlands
Openluchtmuseum
NNP-archief
NNP-leden

REDACTIE-SECRETARIAAT EN ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

Ans van Sligtenhorst
Bureau NNP
Hogebrinkerweg 10
3871 KN Hoevelaken
tel.: 033 - 448 16 50
e-mail: nnpn1@nnp.nl
website: www.nnp.nl

ALGEMEEN BESTUUR NNP

Roy Keller (voorzitter)
René Bakelaar (penningmeester)
Rick den Besten
Johan van der Kolk
René de Lange
Henk van Zanten

VORMGEVING EN DTP

Jeroen Steneker
West Media, Naaldwijk

DRUK

Rodi Media, Diemen



RODI ROTATIEDRUK

DÉ KLEURRIJKE DRUKKER
VAN DEZE NNP-KRANT

www.rodiorotatiedruk.nl



**Milieubewust en
haarscherp drukwerk**

| Media

| **Rotatiedruk**

| Verspreiding

Rodi Rotatiedruk

Visseringweg 40
1112 AT Diemen
Postbus 150
1723 ZK Noord-Scharwoude
+31 (0)20-3980808
rotatiedruk@rodi.nl
www.rodiorotatiedruk.nl