



IN DIT NUMMER:

WWW.NNP.NL

- ▣ NNP neemt bezit van Openluchtmuseum
- ▣ Interviews met alle NNP-prijswinnaars
- ▣ 'Uitgevers moeten vaker klappen uitdelen'
- ▣ 'In een podcast kun je heel veel behandelen'
- ▣ Communicatieplan voor meer zichtbaarheid NNP
- ▣ 'Precaire situaties door stijging grondstofprijzen'

HÉT FLEXIBELE ALTERNATIEF VOOR



ADVERTENTIE-VERKOOP & -PRODUCTIE



REDACTIE-INVIER & -LAYOUT



ONLINE-PUBLICEREN & SELF-SERVICE

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

Meer details?
Kijk op onze website.



AdFactory International
Vlamoven 34
6826 TN Arnhem

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

www.adfactory.nl

SUCCESVOL DIGITAAL PUBLICEREN VOOR LOKALE NIEUWSMEDIA

2
Stuur pushberichten
en bereik je lezers
altijd en overal



Biedt content aan via
website en/of webreader

Gebruik de app voor
optimale weergave op
mobiele devices

www.epublisher.world

- ✓ Bereik je lezers altijd
- ✓ Optimaliseer content
- ✓ Creëer extra omzet
- ✓ Koppel ieder redactiesysteem
- ✓ Geen extra werk

Publisher

Een tas vol inspiratie...

Enthousiasme. Dat woord komt bij me op als ik 2021 nog eenmaal de revue laat passeren en voorzichtig de agenda van 2022 opensla. De coronapandemie is nog steeds onder ons en beheerst ons leven. Maar in de maanden waarin iedereen opkrabbelde en bittere lockdowns achter zich liet, hebben ook NNP-uitgevers gloedvol laten zien over veel veerkracht te beschikken. Met een gezonde dosis ondernemingslust, doorzettingsvermogen en lef slagen ze er met hun redacties en verkoopafdelingen in hun vertrouwde plek in het lokale medialandschap te behouden of zelfs te versterken. De coronapandemie heeft ons bovendien geleerd dat we in Nederland niet zonder goede lokale nieuwsmidia kunnen. Meer dan vijftig NNP-leden staan daarom dag en nacht aan om in de steeds groter wordende nieuwsbehoefte te voorzien.

Terugkijkend op 2021 was de NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum het onbetwiste hoogtepunt voor onze vereniging. Over enthousiasme gesproken! Na een lange coronapauze mochten we elkaar in september eindelijk weer ontmoeten. Massaal meldde onze leden zich aan om in de Kasteelboerderij deel te nemen aan onze honderdste algemene ledenvergadering en in Loods Goes te proosten op de winnaars van de felbegeerde NNP-prijzen. Wat was het fijn iedereen weer te zien en elkaar de hand te schudden of een amicale boks te geven. De NNP staat naast belangen behartigen en faciliteren voor verbinden en inspireren en die prachtige nazomerdag in Arnhem was het bewijs dat onze vereniging sinds de oprichting in 1945 niets aan kracht heeft verloren. Sterker nog, we zijn springlevend en maken ons op voor een veelbelovende toekomst.

Een toekomst met uitdagingen. We zijn helaas nog niet verlost van de coronapandemie en dat doet pijn, ook bij de NNP. Onze uitgeversdag in de Alblasserwaard waarvoor zich ruim veertig deelnemers hadden aangemeld – een record! – moest op de valreep afgelast worden. Een workshop over de gemeenteraadsverkiezingen voor redacteuren en media-adviseurs werd noodgedwongen online gehouden. De duizelingwekkende prijsstijgingen van grondstoffen kosten menig uitgever hoofdbrekens. Of de jubileumreis in 2022 kan doorgaan? De tijd zal het leren.



Er is ook vertrouwen. Met nieuwe crossmediale initiatieven die in deze editie van NNP Nieuws voor het voetlicht worden gebracht, maken uitgevers zich op voor de jaren die voor ons liggen. Ons bestuur zit evenmin stil. We blijven inspiratiesessies houden voor onze leden, bijvoorbeeld over SEO-schrijven, en gaan de onderlinge banden verder versterken. Daarom hebben we dit jaar een ambitieus communicatiekompas ontwikkeld waarover we in deze uitgave meer vertellen.

We willen ook verjongen. Dat is hét speerpunt voor 2022. Ik zei het al tijdens de algemene ledenvergadering in Arnhem: laten we voorkomen dat sommige bestuursleden over enkele jaren met de rollator naar de NNP-dag komen. Ik roep enthousiaste leden daarom op zich nadrukkelijk te verdiepen in het werk van de NNP en zich te melden voor een bestuursfunctie. Loop een dagje met ons mee en ontdek hoe uitdagend het is om je in te zetten voor de lokale nieuwsmidia. Wedden dat je met een tas vol inspiratie huiswaarts keert?

2021 zit er bijna op, we maken ons op voor een nieuw jaar. Ik wens alle leden en vrienden van de NNP uit

naam van het bestuur een gezond en voorspoedig 2022. Ik kijk reikhalzend uit naar de dag dat we elkaar opnieuw zullen ontmoeten. Of dat een nieuwjaarsborrel in januari is? Dat staat nu nog in de sterren geschreven. Ik hoop jullie in elk geval in het voorjaar weer te begroeten op de volgende NNP-dag. Ik word nu al enthousiast...

Een gelukkig 2022!

Roy Keller, Voorzitter NNP



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

JAWEL MEDIA



WEKELIJKS 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, stramienen 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

**RENÉ VAN ZANTEN
NEEMT AFSCHIED BIJ
STIMULERINGSFONDS
VOOR DE JOURNALISTIEK**

'UITGEVERS MOGEN VAKER KLAPPEN UITDELEN'

Directeur René van Zanten van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (links) werd tijdens de NNP-dag in Arnhem in het zonnetje gezet door voorzitter Roy Keller.

'U bent er nog!' René van Zanten kijkt goedgeluimd naar zijn toehoorders in Loods Goes, de feestlocatie in het Nederlands Openluchtmuseum waar de Nederlandse Nieuwsblad Pers na een noodgedwongen coronapauze haar jaarlijkse NNP-dag houdt. De directeur van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek spreekt de uitgevers van lokale nieuwsmedia nog eenmaal toe; deze maand ging hij met pensioen.

Het feit dat veel uitgevers er nog zijn, zoals Van Zanten in Arnhem opgewekt constateerde, is geen mirakel maar mag wel opmerkelijk genoemd worden. Na de uitbraak van de coronacrisis in 2020 raakten veel lokale nieuwsmedia in zwaar weer. 'Het was aan de tomeloze inzet van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek te danken dat het Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening in het leven kon worden geroepen en uitgevers massaal konden aankloppen voor coronasteun', aldus NNP-voorzitter Roy Keller.

HOTLINE

Keller onderhield in de eerste weken na de uitbraak van de coronacrisis een hotline met Van Zanten. 'Er waren dagen dat we elkaar drie, vier keer per dag belden', sprak de NNP-voorzitter tijdens zijn toespraak in het Nederlands Openluchtmuseum. 'Tientallen, misschien wel honderden keren hebben we overleg gevoerd om deze regeling op te tuigen en René heeft met zijn medewerkers een doorslaggevende rol gespeeld.'

'Ik voel een hele goede spirit in de zaal', reageerde Van Zanten op de loftuitingen van Keller. 'Als iets tijdens de coronacrisis duidelijk is geworden, is dat lokale nieuwsmedia een onverminderd groot bereik hebben. De behoefte aan nieuws, ook van eigen bodem, groeit nog steeds en het doet me deugd dat veel uitgevers erin geslaagd zijn aan die vraag te voldoen. Jullie zijn artikelen blijven schrijven en hebben elke week weer advertenties verkocht.'

BROODNODIGE INNOVATIE

Van Zanten riep de op de NNP-dag samengekomen uitgevers op niet op de lauweren te rusten en voorbij de coronacrisis te kijken. 'Maak de stap naar digitalisering, ook al zal papier nooit helemaal verdwijnen. Durf ook meer en uitbundiger met elkaar samen te werken, zonder dat je daarbij je eigenheid overboord zet. Samenwerking biedt kansen.'

Als het aan de scheidend directeur van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek ligt, blijft de NNP zich sterk

maken voor de belangen van lokale nieuwsmedia. 'De NNP moet fulltime opkomen voor jullie belangen. Alleen door samen op te trekken, ontstaan nieuwe mogelijkheden voor broodnodige innovatie. Tijdens de coronacrisis hebben jullie laten zien dat jullie in staat zijn om klappen op te vangen. Nu is de tijd gekomen dat je ook leert klappen uit te delen.'

WIJNPROEVERIJ

NNP-voorzitter Keller dankte Van Zanten in Arnhem voor zijn inzet voor de belangen van uitgevers van lokale nieuwsmedia. Hij bood hem namens de NNP een passend afscheidsgeschenk aan. 'Een flesje wijn vonden we te karig, een wijngoed kopen zat niet in ons budget. Daarom hebben we gekozen voor een wijnproeverij. René, bedankt voor jouw inzet voor de NNP.'

KONINKLIJKE ONDERSCHIEDING

Bij zijn afscheid als directeur van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is Van Zanten vorige maand benoemd tot Ridder in de Orde van Oranje Nassau. Hij ontving de koninklijke onderscheiding uit handen van de demissionair minister Arie Slob tijdens de presentatie van 'Journalistiek 2035, de scenariostudies naar de toekomst van de Nederlandse journalistiek'. Minister Slob dankte Van Zanten voor zijn 'onvermoeibare inzet voor het stimuleren van vernieuwing en versterking van de onafhankelijke Nederlandse journalistiek.'



DRUKKE NNP-DAG 2021 ALSNOG IN TEKEN VAN 75-JARIG BESTAAN

NNP neemt bezit van Nede



De Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) keerde donderdag 22 september terug op het oude nest in Arnhem. Bijna zeventig jaar nadat in het Nederlands Openluchtmuseum onder leiding van grondlegger Marten Aelze Banda een van de eerste algemene ledenvergaderingen werd gehouden, verzamelden de leden zich opnieuw in een oud-Hollands decor. Een jaar later dan gepland werd geproost op 75 jaar NNP en, belangrijker nog, was er ruimte voor twee van de vier pijlers die de vereniging hoog in het vaandel heeft staan: verbinden en inspireren.

De zon stond hoog aan de hemel in Arnhem en schonk de NNP en haar leden een NNP-dag waar zolang naar verlangd was. De coronacrisis maakte dat veel verenigingsactiviteiten in het jubileumjaar 2020 en ook in 2021 geannuleerd moesten worden of noodgedwongen online plaatsvonden. 'Vandaag zijn we helemaal terug en kunnen we elkaar eindelijk weer ontmoeten', straalde NNP-voorzitter Roy Keller.

CORONACRISIS

In Loods Goes, een prachtig staaltje industrieel erfgoed dat tot de jaren tachtig in het stationsgebied van de Zeeuwse stad stond te pronken, was het podium voor Keller, die de NNP-dag in de ochtenduren in de al even schitterende Kasteelboerderij had geopend. Hier werd de honderdste algemene ledenvergadering gehouden. 'Omdat we 76 jaar bestaan, hebben we als NNP dus 24 extra keren met de leden moeten vergaderen om ongetwijfeld hele belangrijke dingen te bespreken.'

Nederlands Openluchtmuseum



‘De coronacrisis waart, ondanks alle huidige versoepelingen, nog altijd rond in Nederland’, ging de voorzitter verder. ‘Het virus heeft een diep gat geslagen in de samenleving. Gelukkig kan de NNP terugkijken op een goed jaar. Het aantal leden is flink gestegen en ik ben trots dat we samen met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap het Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening in het leven hebben kunnen roepen.’

LOKALE ROL

De NNP-leden hebben zich, zo onderstreepte voorzitter Keller, niet onbetuigd gelaten in de aanpak en bestrijding van de coronacrisis. ‘Uitgevers hebben honderden, misschien wel duizenden pagina’s goedkoop of zelfs gratis weggegeven aan ondernemers om ze zo door deze moeilijke tijd te loodsen. Als lokale nieuwsmedia hebben we onze lokale rol met verve vervuld en laten zien dat we belangrijk zijn in de samenleving.’

De grote opkomst tijdens de NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum liet volgens bestuurslid Henk van Zanten zien dat uitgevers met hun redactieleden en media-adviseurs behoefte hebben aan onderling contact en verbinding. ‘De hele dag proef ik dat we successen willen delen. Daarom is het zo belangrijk dat we na een lange coronapauze weer bijeen zijn en elkaar kunnen ontmoeten. Hier in Arnhem ontstaan hele mooie dingen.’

STAPPEN VOORWAARTS

Het programma van de NNP-dag bestond naast de honderdste algemene ledenvergadering in de Kasteelboerderij en een plenaire samenkomst in Loods Goes uit de uitreiking van de NNP-prijzen. Om van de Kasteelboerderij naar Loods Goes te lopen, passeerden alle NNP’ers de ophaalbrug in de Zaanse buurt van het Nederlands Openluchtmuseum. Daar traden ze in de voetsporen van oprichter Aelze Marten Banda die op dezelfde plek in 1954 grote stappen voorwaarts zette...

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADJOURNALISTIEK 2021: ANNE MARIE HOEKSTRA (HET KONTAKT)

‘Portret van koplopers

Niet minder dan dertien achtergrondverhalen telde de artikelen-serie ‘Klimaatadaptatie in de polder’ waarmee redacteur

Anne Marie Hoekstra (53) van Het Kontakt

Mediapartners de NNP Prijs voor de Nieuws-

bladjournalistiek 2021 won. Onder-

steund door paginabrede foto’s van

Peter Paul Klapwijk portretteerde

Anne Marie bewoners en onderne-

mers in de polders van de Alblas-

serwaard en Vijfheerenlanden die

hun leven klimaatbestendiger

willen inrichten.

‘Ik ben zelf erg begaan met dit onderwerp’, vertelt Anne Marie kort na de prijsuitreiking in het Nederlands Openluchtmuseum. ‘Ik houd me op de redactie veel bezig met duurzaamheidsonderwerpen en onderhoud nauwe contacten met het waterschap en agrariërs. Zelf draag ik trouwens ook graag een steentje bij. Binnenkort betrek ik met mijn man een tiny house in de gemeente Molenlanden. Onze kinderen zijn het huis uit en samen zullen we straks aanzienlijk minder energie verbruiken.’

KLIMAATBESTENDIG

Dertien van de in totaal achttien verhalen die Anne Marie schreef, verschenen vorig jaar in de edities Alblasserwaard en Vijfheerenlanden van Het Kontakt. De jury boog zich dus over die reeks en was onder de indruk. ‘In mijn serie laat ik koplopers die zich inzetten voor duurzaamheid aan het woord. Allemaal mensen die zich sterk maken voor een klimaatbestendige manier van werken en leven. Denk aan beleidsmakers, maar ook natuurbeschermers en agrariërs. Het was bijzonder ook een aflevering te maken met deltacommissaris Peter Glas.’

De polders waarover Anne Marie schreef, vormen in waterstaatkundig opzicht een van de meest problematische gebieden van Nederland. ‘Het gebied wordt omringd door grote rivieren en is, nu het klimaat verandert, een soort badkuip aan het worden. Een bijkomend probleem is dat de veenbodem inklinkt waardoor de polders nóg lager komen te liggen. In veel dorpen



Prijswinnares Anne Marie Hoekstra (midden) poseert met alle andere genomineerden voor de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek.

in klimaatadaptatie'

maar ook stadjes als Gorinchem en Nieuwpoort krijgen bewoners te maken met verzakking van hun huizen.'

SYMPOSIUM

Het idee voor een serie met achtergrondverhalen over klimaatadaptie in Het Kontakt kwam uit de koker van BlauwZaam, een stichting die in de Alblasserwaard samen met ondernemers, overheid en onderwijs initiatieven opzet voor het verduurzamen van de regio. Anne Marie: 'In overleg met BlauwZaam heeft de redactie van Het Kontakt een aantal onderwerpen vastgesteld en geschikte mensen gezocht die een mooi verhaal konden vertellen. De artikelen hadden een relatie met thema's die op een symposium van BlauwZaam belicht werden.' De winnares van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek vertelt met veel plezier aan de serie gewerkt te hebben. 'Elke maand verscheen een nieuwe aflevering. De artikelen zijn opgevallen, bij bestuurders maar ook bij veel bewoners van de Alblasserwaard en Vijfheerenlanden. Ik hoop dat ze zich mede dankzij mijn verhalen realiseren dat ze kunnen bijdragen aan de verduurzaming van hun eigen leefomgeving. Dat kan door biologische producten te kopen, minder vaak in de auto te stappen of te kiezen voor een regenton in een tuin zonder tegels.' Anne Marie schrijft als redacteur van Het Kontakt niet alleen achtergrondverhalen. Zoals veel journalisten bij een lokaal nieuwsmedium is ze allround. 'Ik schrijf eigenlijk over alle onderwerpen.' Lachend: 'Met sport heb ik trouwens wat minder affiniteit. Die onderwerpen laat ik graag aan anderen over.' De jury van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek bestond uit Miranda van Dijk-Kedde, Simon Hofland, Lou Lichtenberg en Froukje Nijholt-de Haan.



Prijswinnares Anne Marie Hoekstra wordt geïnterviewd door NNP-bestuurslid Rick den Besten, tevens hoofdredacteur van Het Kontakt.



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

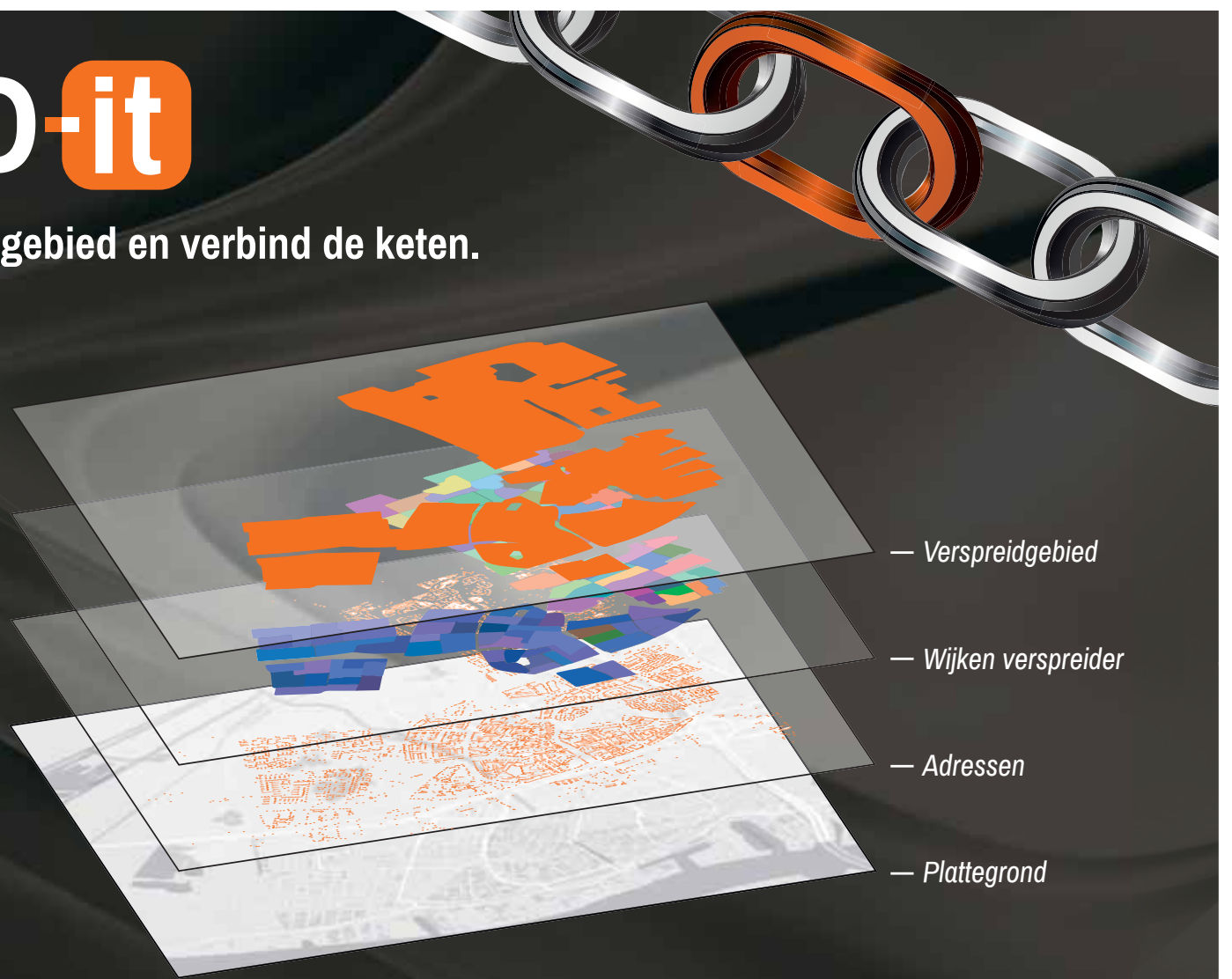
HELLENIQUE
HÉT RECLAMEBUREAU!

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.



— Verspreidgebied

— Wijken verspreider

— Adressen

— Plattegrond

- | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------|---------------------------|
| ■ 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

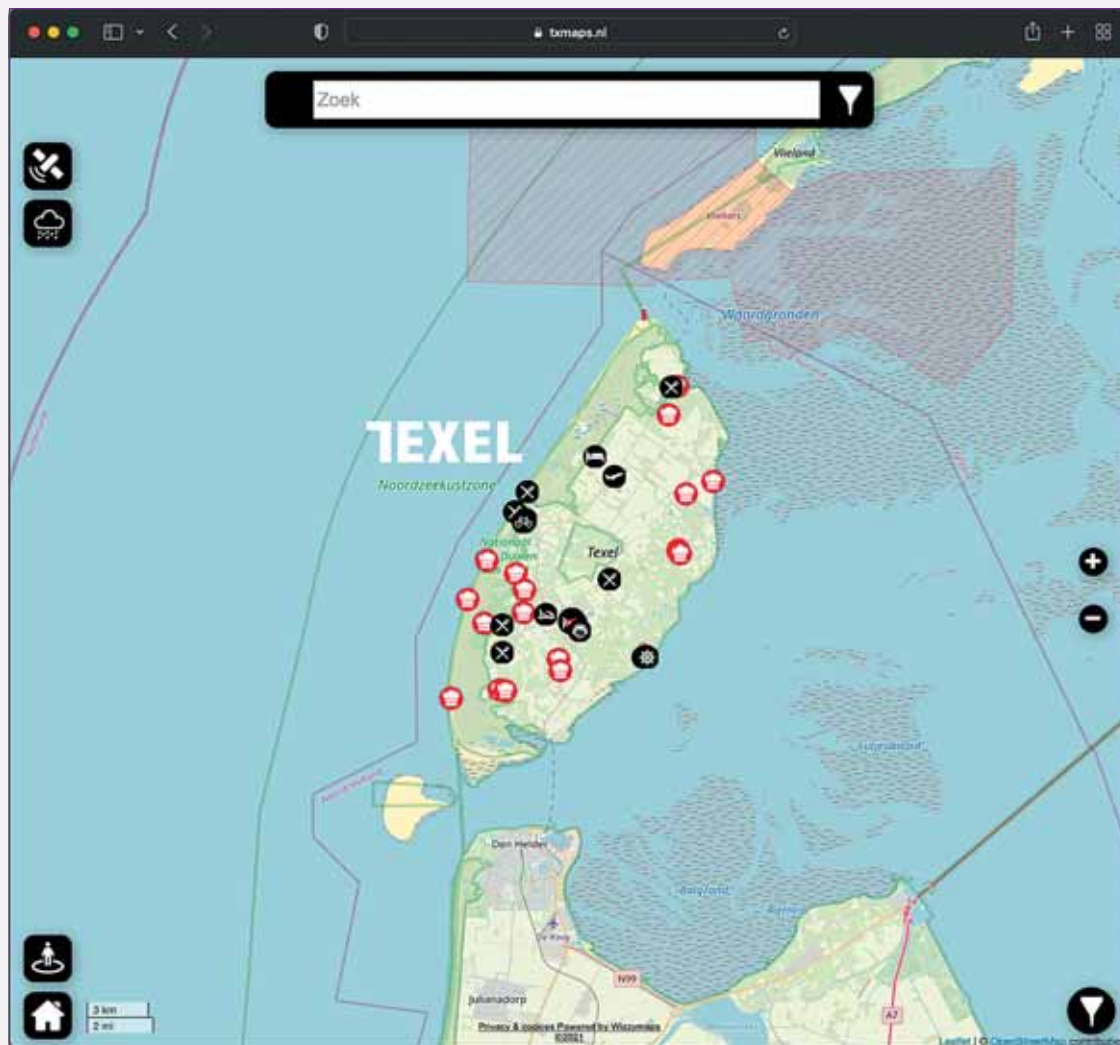
Wilhelm Röntgenstraat 8a
8013 NE Zwolle
+31 (0)38 467 15 80
www.spread-it.nl

A.M. BANDAPRIJS 2021: TEXELSE COURANT

‘TX Maps: digitale wie wat waar van Texel’

De Texelse Courant grossiert in prijzen bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). In het afgelopen decennium ging de A.M. Bandaprijs, bedoeld voor innovatieve commerciële initiatieven van lokale nieuwsmedia, liefst zes keer naar de uitgeverij die ook Texel Magazine en de Vakantiekraant publiceert. De jury van de A.M. Bandaprijs was dit jaar lovend over de lancering van TX Maps, een website die ontstond in coronatijd en inmiddels is uitgegroeid tot een onmisbaar digitaal portaal voor bewoners én bezoekers.

Het kunstwerkje dat hoort bij de A.M. Bandaprijs 2021 staat voor het raam van het redactiekantoor van de Texelse Courant. ‘Andere NNP-prijzen staan te pronken op de schouw, maar deze willen we nog even aan voorbijgangers laten zien’, grinnikt Duncan Whyte. Hij is met Job Schepers mede-eigenaar van L en R Communicatie, het krantenbedrijf dat is gehuisvest aan de Vismarkt in Den Burg. ‘Nee, we hebben er geen voorpaginanieuws van gemaakt. Maar deze onderscheiding heeft natuurlijk de krant gehaald. We zijn trots dat we weer in de prijzen zijn gevallen’, gaat Duncan verder. Hij verklaart de zesde bekroning met de A.M. Bandaprijs voor een deel door de soms pittige concurrentie die de uitgeverij ervaart op Texel. ‘Als je moet concurreren met de uitgever van een huis-aan-huiskrant en iemand die net als ons een vakantie-uitgave in



de markt zet, komt het aan op vernieuwen zodat ondernemers bij ons aan tafel blijven zitten en bereid blijven hun reclamebudget hier te besteden. TX Maps, te vinden op txmaps.nl, is een innovatief product dat het als cross-seller prima doet.’

INTERACTIEVE KAART

Een digitale wie wat waar van Texel. Zo omschrijft Duncan de prijswinnende website

TX Maps die in het coronajaar 2020 werd gelanceerd. ‘Het idee komt overwaaien uit Amsterdam, waar ik via een vriend in contact kwam met Wizzimaps. Het is een bedrijf dat interactieve kaarten maakt van pretparken, evenemententerreinen, festivals, voetbalstadions en de High Tech Campus in Eindhoven. Wizzimaps werkte, noodgedwongen door het wegvallen van festivals en evenementen, aan een online kaart van Amsterdam waarop afhaal- en bezorgrestaurants stonden afgebeeld.’ Duncan zocht contact met Wizzimaps en ontwikkelde met de kaartenmakers TX Maps, een digitale topografische kaart waarop in eerste instantie alle horeca op Texel werd afgebeeld. ‘De horeca op

Texel zat vorig jaar vanwege corona in zwaar weer. We hebben alle uitbaters van cafés en restaurants aangeboden gratis op TX Maps te komen. Zo ontstond een overzichtelijk digitaal portaal dat in één oogopslag liet zien waar eten besteld of afgehaald kon worden.’

EXTRA PRODUCT

TX Maps is uitgegroeid tot een website boordevol informatie over fietsverhuur, parkeren en uitgaan op Texel, maar biedt ook een overzicht van overnachtingsadressen, winkels en dagtochtjes. ‘Het portaal is nu een extra product dat we bij de acquisitie aan onze adverteerders voorleggen’, vertelt Duncan. ‘Wie adverteert in de Texelse Courant, Texel Magazine of de Vakantiekraant kan voor een bescheiden bedrag meeliften in TX Maps en zo online nog beter vindbaar zijn. Wie uitsluitend op de interactieve kaart wil staan, betaalt iets meer.’ Duncan geeft aan dat TX Maps in zijn ogen prima zou kunnen functioneren in andere gemeenten, vanzelfsprekend onder een andere naam. ‘Ik adviseer NNP-leden daarom contact op te nemen met Wizzimaps. Er werken leuke mensen die ook andere uitgevers beslist willen bijstaan bij de ontwikkeling van dit bijzondere en bovendien ook relatief goedkope product. We zitten niet in elkaars vaarwater, dus wat let je om ook zo’n kaart te maken.’ De jury van de A.M. Bandaprijs bestond uit Ted Hobma en Dies van ’t Leven.



Duncan Whyte van de Texelse Courant (midden) ontvangt uit handen van NNP-bestuurslid Rick den Besten de A.M. Bandaprijs. Rechts staat NNP-bestuurslid Johan van der Kolk.

Wij wensen jullie
gezellige feestdagen en
een voorspoedig 2022!

ARCHIEF ABONNEEKRANT 'NIEUW-VOLENDAM' DIGITAAL ELDORADO

'80.000 pagina's scannen. Een monnikenwerk'

Het complete krantenarchief van Nieuw-Volendam is sinds twee maanden digitaal te raadplegen. In de eerste week van november ging de digitale toegangsdeur voor het eerst open en konden alle edities van de abonneekrant voor Edam en Volendam online geraadpleegd worden. Uitgever Henk Visser is opgetogen. 'Als je eenmaal in het archief gaat snuffelen, is er geen houden meer aan en blijf je bezig.'

Met de digitalisering van het krantenarchief is een hartenwens in vervulling gegaan. 'Nieuw-Volendam is inmiddels toe aan de 82e jaargang. Bovendien schreef de oprichter van onze krant al in 1934 artikelen in een lokale krant en daarvan zijn ook enkele exemplaren bewaard gebleven', vertelt Henk. 'Het probleem van krantenpapier is dat het slijt. We hebben elke jaargang in tweevoud gebundeld in leggers en stellen die graag ter beschikking voor abonnees, maar dat heeft gevolgen voor de kwaliteit van het papier.'

Om te voorkomen dat het kwetsbare krantenarchief verloren zou gaan, koos Visser voor digitalisering. 'Geen eenvoudige klus', blikt hij terug. 'Het eerste idee was om ons complete archief te laten digitaliseren in het Waterland Archief. Dat bleek ongeveer 30.000 euro te kosten. Bovendien zouden alle kranten dan niet meer in onze handen zijn. We willen alle edities van Nieuw-Volendam juist beschikbaar stellen aan onze abonnees.'

SNEL DOORZOEKBAAR

Tijdens de coronacrisis benutte Henk met enkele medewerkers en vrijwilligers vele uurtjes om alle sinds 1934 verschenen krantenpagina's te scannen. '80.000 pagina's. Een voor een. Een monnikenwerk', blikt de uitgever terug. 'Maar in een tijdsbestek van vijf maanden hebben we de klus geklaard en waren alle kranten gedigitaliseerd. Overdag werd volop gescand, 's avonds controleerde ik alle scans en werden de kranten weer gebundeld.'

De volgende uitdaging kwam toen naar voren: alle digitale krantenpagina's snel doorzoekbaar maken. 'Een belangrijke toevoeging omdat je niets aan een digitaal archief hebt als je niet op naam of trefwoord kunt zoeken', legt Henk uit. De uitgever van Nieuw-Volendam kwam in contact met de firma BIQE in Urk. 'Onder leiding van Jannes Hoekman heeft BIQE geweldige software ontwikkeld die het mogelijk maakt alles, maar dan ook echt alles in ons archief te vinden.'

NOOIT VERLOREN

BIQE is een onderneming die archieven van veel bedrijven en organisaties digitaliseert. Na het scannen van alle documenten wordt software gebruikt om de scans te optimaliseren. Daarna volgt opslag in een bestandstype naar keuze. Met behulp van een zoekfunctie is het opsporen van bijvoorbeeld oude krantenartikelen een fluitje van een cent. 'Een digitaal archief gaat bovendien nooit verloren', stelt BIQE. 'Er wordt altijd een backup gemaakt, dus zelfs als er een server crasht of brand uitbreekt, is het archief veilig.'

En juist het behoud van 82 jaar krantengeschiedenis stemt de uitgever van Nieuw-Volendam gelukkig. 'Het resultaat mag er zijn. Ons complete archief is razendsnel digitaal doorzoekbaar en dat is een extra verkoopargument om een abonnement op onze krant te nemen', zegt Henk. 'Begin november hebben we een campagne gelanceerd onder bestaande en potentiële abonnees. We hebben het digitaal archief breed onder de aandacht gebracht en lezers uitgenodigd zich aan te melden voor deze extra service.'

GESCHIEDENIS IN STAND HOUDEN

Henk legt uit dat Nieuw-Volendam - net als veel betaalde kranten - het abonnementsgeld met ingang van 1 januari 2022 verhoogt. 'Een gevolg van de stijgende papier- en inkt prijzen', zegt hij. 'Wie echter abonnee is van Nieuw-Volendam krijgt ook gratis toegang tot ons archief. Wie stamboomonderzoek doet, op zoek is naar de geschiedenis van een bedrijf of een historische quiz wil maken, voelt zich hier helemaal thuis. Het archief is een digitaal eldorado.' Ook niet-abonnees kunnen het archief van Nieuw-Volendam raadplegen. 'Zij kunnen ervoor kiezen om tegen betaling een dag, een week, een halfjaar of een jaar toegang te krijgen', zegt Henk. 'Handig voor mensen die niet uit Edam of Volendam komen en ons archief willen gebruiken voor onderzoek. Doordat mensen betalen voor digitale toegang, houden we ons archief en onze geschiedenis in stand. Iets wat elke uitgever zou moeten doen.' Nieuw-Volendam verschijnt wekelijks in een oplage van 8.100 exemplaren in de gemeente Edam-Volendam. De redactie bestaat naast zes vaste medewerkers ook uit een aantal freelancers en correspondenten.

1



Uitgever Henk Visser van Nieuw-Volendam poseert met een stapel krantenleggers. Alle 80.000 pagina's van de abonneekrant zijn dit jaar gedigitaliseerd en kunnen online razendsnel geraadpleegd worden. (Foto: Marco Bakker).

John Wijntjes (58) werd in 2018 voor het eerst genomineerd voor de NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie. Een jaar later won de fotograaf uit Ouderkerk aan de IJssel de felbegeerde prijs voor het eerst. En tijdens de NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem riep de jury John opnieuw uit als winnaar. Zijn inzending: een voetbalfoto van een keeper die in het sportarme coronajaar 2020 de bal net voor óf net achter de doellijn pareert. 'Pas toen ik thuiskwam ontdekte ik de spanning die deze foto laat zien.'



De winnende Nieuwsbladfoto van John Wijntjes: cruciaal moment in de voetbalwedstrijd tussen Schoonhoven en Alblasserdam. Doelpunt of niet?

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADFOTOGRAFIE 2021: JOHN WIJNTJES (HET KONTAKT)

‘Volgend jaar ga ik voor drie op een rij’



De winnende foto laat een cruciaal moment zien in het duel tussen de voetbalclubs Schoonhoven en Alblasserdam. John herinnert zich de wedstrijd als de dag van gisteren, ook al omdat het een van de weinige wedstrijden was waarbij hij als fotograaf aanwezig was. ‘Vanwege de coronacrisis werden de meeste sportwedstrijden afgelast.

Ook evenementen, trouwreportages en klussen van andere opdrachtgevers vielen weg. Het is daarom heel speciaal dat ik de prijs win met deze voetbalfoto.’

John vertelt dat hij in reguliere weekenden zo’n twee tot drie voetbalwedstrijden fotografeert voor Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan. ‘Deze foto verscheen in de editie Krimpenerwaard Oost. Als ik voetbalfoto’s maak, sta ik meestal bij de cornervlag en gebruik ik een 300-milimeterlens. Tijdens het fotograferen merkte ik wel dat er

veel ophef was. De spelers van Schoonhoven hadden de bal over de doellijn zien gaan, maar de scheidsrechter besliste anders en kende geen treffer toe.’

TWEE PRIJZEN OP TAFEL

Zelf had de fotograaf op dat moment geen idee. ‘Ik maak met de motordrive een heleboel foto’s en maak thuis een keuze. Toen ik naar deze foto keek, was ik geneigd te zeggen dat het een doelpunt is. Maar helemaal zeker ben ik nog steeds niet.’ John geeft aan dat zijn hoofdredacteur de jury van de NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie verraste met vier foto’s. ‘Twee foto’s stonden in het teken van de coronacrisis en waren heel bijzonder, maar de jury heeft anders beslist. De andere nominaties vond ik ook erg mooi.’ In huize Wijntjes staan na de winst in 2019 en 2021 nu twee NNP-fotoprijzen op tafel te pronken. Lachend: ‘Ik kijk

er elke dag met bewondering naar. En eerlijk is eerlijk, het smaakt naar meer. Volgend jaar zend ik daarom beslist weer foto's in en ga ik voor drie op een rij. Aan fotowerk geen gebrek. Nu de coronacrisis is geluwd, ga ik weer elke week naar sportwedstrijden en bezoek ik evenementen.'

VLAMMENZEE

Twee foto's die naast de prent van John waren genomineerd voor de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie waren een inzending van De Eendrachtbode (Tholen) en Het Kontakt editie Alblasserwaard.

De maker van de voorgedragen foto van De Eendrachtbode was Wim Heijboer (75). 'De redactie kreeg de melding van een grote bedrijfsbrand in Sint-Maartensdijk', vertelt Wim, die sinds halverwege de jaren tachtig aan het roer stond bij de Zeeuwse abonnementenkrant en het stokje inmiddels heeft overgedragen aan zoon Pieter. 'Omdat op dat moment geen andere fotograaf voorhanden was, ben ik zelf op pad gegaan', vertelt Wim.

Het beeld laat de eigenaresse van het brandende pand zien,

die op haar mobiele telefoon kijkt en een sigaret rookt terwijl op de achtergrond de vlammenzee zichtbaar is. Juist deze details maken de foto opvallend.

BROK IN DE KEEL

Geurt Mouthaan (45) maakte zijn genomineerde foto voor Het Kontakt editie Alblasserwaard. Hij was op uitnodiging aanwezig bij de herdenking van een verkeersslachtoffer. 'In mijn regio verongelukten in korte tijd twee jonge mensen op vrijwel dezelfde wijze', aldus Geurt. 'Ik kreeg contact met een groep jongeren die het slachtoffer op de plek des onheils wilde herdenken. Ik moet bekennen dat ik dit een van de moeilijkste foto's vond die ik ooit heb gemaakt. Als fotograaf houd je gepaste afstand, maar toch ben je heel dichtbij. Ik maakte de foto met een brok in de keel.'

De jury van de NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie werd gevormd door Joost Berends, Merijn Stillebroer en Jeroen Wielaert.



Geurt Mouthaan legde de herdenking van een verkeersslachtoffer op ingetogen wijze vast.



De genomineerde foto van Wim Heijboer van De Eendrachtbode, gemaakt tijdens een grote brand in Sint-Maartensdijk.



Creatief en flexibel

Pubble: ook voor magazines

■ **Uitgevers toveren naast hun nieuwsbladen de mooiste magazines, businessbladen en specials: uit Pubble. Daarbij is volop ruimte voor een creatieve opmaak van tekst en beeld.**

Kenmerkend voor deze uitgaven is natuurlijk het creatieve samenspel van tekst en beeld. Kan dat in Pubble, zo wordt weleens gevraagd. Jazeker, is het antwoord. Door verschillende mogelijkheden binnen Pubble te combineren ontstaat de opmaak die past bij het artikel, niet elke keer hetzelfde is en toch snel tot stand komt.

Flexibele nieuwspagina's

Een voorbeeld. Het Nederlands Dagblad combineert basisstramien en creëert zo elke dag pagina's waarin het nieuws van de dag leidend is. Het finetunen van de totale pagina gebeurt in InDesign, via de handige down-en-uploadtool in Pubble.

Groene Amsterdammer

Sinds deze maand is ook weekblad De Groene Amsterdammer overgestapt naar de productie in Pubble. De makers gebruiken daarbij ook de nieuwste toevoeging in Pubble: de koppeling met InCopy. Dat opent weer nieuwe mogelijkheden voor wie lekker creatief met de opmaak aan de gang wil en tussendoor ook de tekst (meerdere keren) wil kunnen aanpassen. Pubble synchroniseert met



De Groene Amsterdammer wordt in Pubble gemaakt.

InCopy, zodat ook de digitale editie altijd klopt.

Met andere woorden: ook voor

Koppeling met InCopy geeft nog meer mogelijkheden

een vrije opmaak kun je goed met Pubble uit de voeten, terwijl je alle Pubble-voordelen behoudt, zoals de razendsnelle online connectie en de alles-in-één-workflow.

Magazines in Pubble

Nu we het toch over fraaie uitgaves hebben: om ons tienjarig bestaan te vieren, maakten wij zelf

een magazine in Pubble. Met boeiende interviews en uiteenlopende artikelen over uitgeven willen we uitgevers inspireren voor 2022 en verder. We sturen het aan uitgevers, dus hou de postbus in de gaten!

Zo worden er steeds meer magazines in Pubble gemaakt. Een kleine greep: De Hoefslag en andere paardenmagazines van Media Primair, het brancheblad Rij-instructie, diverse businessbladen van Talvi, de specials van BDU en de Extra-magazines van Enter Media.

Meer weten?

Meer weten over InCopy, of eens sparren over de opmaak van magazines? Neem vrijblijvend contact op met Pubble.

Sluit aan bij onze ANP-connectie

■ **Tientallen uitgevers bieden hun lezers een lokale kijk op de landelijke nieuwsonderwerpen waar iedereen het over heeft. Dat doen ze met een pagina die compleet via Pubble wordt aan-geleverd door het ANP.**

Het gaat om een exclusief artikel waarin een relevant landelijk onderwerp een lokale invalshoek krijgt, onder meer met lokale statistiek en quotes van deskundigen en betrokkenen uit de regio. “Je ziet bijvoorbeeld in welke mate de situatie in jouw omgeving afwijkt van het landelijke beeld: dat is interessant”, zegt Johan Groeneveld van het ANP.

Het voordeel voor de uitgever is dat hij tegen een relatief lage vergoeding structureel een inhoudelijk sterke pagina aan zijn krant en nieuwssite toevoegt. De bespaarde redactietijd kan worden ingezet voor (bijvoorbeeld) andere lokale



Landelijk relevant, lokaal ingestoken: de pagina van het ANP.

artikelen. Meer weten? Stuur een mailtje info@jawelmedia.nl.

Specials

ANP, JAWEL Media en Pubble willen in 2022 voortborduren op dit

gezamenlijke initiatief door ook andere ANP-content aan te bieden aan lokale nieuwsuitgevers. “Denk aan thema-pagina's of specials”, zegt Groeneveld. “De ideeën daarover werken we nu uit.”

Extra inkomsten online

■ **Voor een kleine meerprijs sta je ook online, dat hoort de adverteerder graag.**

In Pubble plaats je de krantenad-

vertentie automatisch door naar de website. Dat betekent extra inkomsten zonder dat er extra opmaak nodig is. Deze doorplaatsters komen onder de nieuwsartikelen:

meestal een prominente plek met een mooi bereik. De automatische doorplaatsing regel je eenvoudig bij het inboeken van de order: een kwestie van een vinkje zetten.

Een nieuwssite met nog meer mogelijkheden

Het opbouwen van de nieuws-sites gaan we anders aanpakken. Dat betekent dat er online meer mogelijk wordt. Zoals: meer opties voor het aanbieden van premium content.

De andere opbouw is in de eerste plaats een technisch verhaal aan de achterkant. We creëren daarmee meer flexibiliteit, waardoor er meer maatwerk mogelijk wordt. Ook gaat de snelheid omhoog: zowel voor de bezoeker als voor de uitgever. Want een aanpassing aan de nieuwssite kunnen we nu sneller doorvoeren. Het is ook mogelijk om (voor wie dat wil en kan) meer zelf aan de knoppen te zitten.

Het grote voordeel is dat je de nieuwssite meer naar wens en behoefte kunt indelen. Bijvoorbeeld: de grootte van de etalage, de posities van de banners en het uiterlijk van een rubriekskolom. Deze flexibiliteit geldt voor de homepage en de artikelpagina's. Ook het maken van vaste pagina's wordt makkelijker.

Gereedschap

Wat betekent dat in de praktijk? Ben je tevreden met de vertrouwde template, dan verandert er niks. Wil je de site veel meer naar je hand zetten, dan biedt Pubble daar het gereedschap voor. Zo kunnen we in elke behoefte voorzien.



Premium en freemium

Bezoekers raken steeds meer gewend om te betalen voor online-content. Ook lokaal zien we steeds vaker 'premium' of een soortgelijke indicatie boven een artikel staan. Uitgevers zijn volop aan het experimenteren met deze vorm. Dat vereist een betaalmuur die snel en makkelijk kan worden ingesteld en aangepast. Pubble heeft de gereedschapskist daarvoor flink uitgebreid. Of het nu premium of freemium moet zijn: verschillende abonnementsmodellen en verleidingsacties zijn nu makkelijker in te stellen en bij te sturen.

Zelf sleutelen

Dit past in onze visie op maatwerk in Pubble te optimaliseren. Dan doen we in stappen. Wie zelf wil sleutelen, krijgt daarvoor de tools. Voor uitgevers die liever een goed werkend standaardplatform gebruiken, verandert er niets.

Handig: checklist 2022 en andere Pubble-nieuwtjes

Checklist

Tarief aanpassen, uitgaves toevoegen, nieuwe omzetdoelen. Om het nieuwe jaar goed te beginnen, is het slim om even een rondje langs de instellingen in Pubble te maken. Als opstapje hebben we een handige checklist gemaakt. Die vind je op blog.pubble.nl.

InDesign 2022

De koppeling tussen Pubble en Adobe InDesign is op 10 december omgezet naar versie 2022. Meer informatie is te vinden op blog.pubble.nl en in onze helpdesk.

Apps

Pubble heeft de uitwisseling van data geoptimaliseerd met een aantal app-leveranciers. Deze app-

leveranciers zijn op dit moment: ePublisher, Visiolink, Pinch en Brabants Centrum/LNG. 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. Meer over apps in het Pubble Magazine dat we deze maand aan uitgevers versturen.

Blog en nieuwsbrief

Op blog.pubble.nl verzamelen we tips en nieuws van Pubble en opvallende ontwikkelingen in de markt. Deze berichten plaatsen we ook in onze nieuwsbrief. Aanmelden voor deze nieuwsbrief kan ook op blog.pubble.nl.

Zo werkt Pubble

Snel en flexibel, zo werkt Pubble. Een contentmanager voor print en online, gemaakt door de mensen die er zelf dagelijks een krant mee maken. En dat merk je meteen: veel mogelijkheden, weinig gedoe. Geschikt voor grote en voor kleine uitgevers. Kijk op pubble.nl of bel ons voor een kennismaking: 0294-410054.



NNP AANMOEDIGINGSPRIJS VIDEOJOURNALISTIEK 2021: DE DALFSER MARSKRAMER

‘Sinterklaasfilmpjes in coronatijd: prima alternatief voor intocht’

Een leuke opsteker. Zo omschrijven Marcel van Saltbommel, Corina Vrieling en Tineke Boessenkool van weekkrant De Dalfser Marskramer het winnen van de NNP Aanmoedigingsprijs voor de Videojournalistiek 2021. De prijs voor een reeks opvallende sinterklaasfilmpjes werd in september uitgereikt op de NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum te Arnhem. ‘Het was een positieve gebeurtenis in een best zwaar coronajaar waarin de advertenties helaas erg terugliepen.’ Een interview met Tineke Boessenkool.



Het team van De Dalfser Marskramer wordt gevormd door (van links naar rechts) Marcel van Saltbommel, Corina Vrieling en Tineke Boessenkool. Foto: De Dalfser Marskramer

WAAR KOMT HET IDEE VANDAAN OM SINTERKLAASFILMS TE MAKEN?

‘Omdat het voor de kinderen zo spijtig was dat de jaarlijkse sinterklaasintocht vorig jaar niet door kon gaan vanwege corona, bedacht een van de redactieleden een alternatief. Zo ontstond het idee voor het opnemen van sinterklaasfilmpjes, die werden gepost op sociale media. Natuurlijk was er ook aandacht voor de filmpjes in de papieren krant.’

HOE ZIJN JULLIE TE WERK GEGAAN?

‘Het script is geschreven door de filmers, in overleg met de redactie en media-adviseurs. We hebben enkele ondernemers die in onze gemeente speelgoed verkopen gevraagd of ook in hun winkel gefilmd mocht worden. Dat mocht en zoals verwacht leverde dat hele leuke beelden op. De sinterklaasfilmpjes hebben we laten maken door enkele bevriende filmers, te weten Jorn Holterman en Kelvin ten Klooster van Designut. Zij zijn gespecialiseerd in het maken van films en video’s.’

IS DE DALFSER MARSKRAMER VAKER ACTIEF OP HET GEBIED VAN VIDEOJOURNALISTIEK?

‘Videojournalistiek heeft onze belangstelling en daarom kiezen we soms voor dit medium. De praktijk leert echter dat het er door tijdgebrek vaak niet van komt. Vooral het monteren van filmpjes is tijdrovend. Zodra filmpjes op onze socialmediakanalen worden gepost, komen daar best veel positieve reacties op.’ Lachend: ‘Misschien moeten we er met deze NNP-aanmoedigingsprijs op zak toch wat meer werk van gaan maken...’



Opnamen van de sinterklaasfilm met burgemeester Erica van Lente van de gemeente Dalfsen (rechts). Foto: De Dalfser Marskramer

DE DALFSER MARSKRAMER IS EEN UITGAVE VAN ONDERNEMERSVERENIGING ACTIEF NIEUW-LEUSEN. WANNEER IS DE KRANT OPGERICHT?

‘De Dalfser Marskramer bestaat sinds 1968. Het was aanvankelijk een tweeweekelijks advertentiekrantje, maar in de loop van de tijd is de uitgave uitgegroeid tot een veelgelezen nieuwsblad met een eigen website en enkele kanalen voor social media. De ondernemersvereniging bestaat al sinds 1959 en was tot 2011 bekend onder de naam Middenstandsreclamevereniging. Het is een club die opkomt voor de belangen van winkeliers in de gemeente Dalfsen.’

‘ZODRA FILMPJES OP SOCIAL MEDIA WORDEN GEPOST, KOMEN DAAR BEST VEEL POSITIEVE REACTIES OP’

WAT BETEKEN DE LINK MET DE ONDERNEMERS-VERENIGING VOOR DE ONAFHANKELIJKHEID VAN DE REDACTIE?

‘Onze redactie vergadert wekelijks over de inhoud van de krant en bepaalt zelf met welke onderwerpen de kolommen gevuld worden. De Ondernemersvereniging Actief Nieuwleusen bemoeit zich dus niet met de inhoud van De Dalfser Marskramer.’

WAT VOOR KRANT IS DE DALFSER MARSKRAMER?

‘Onze krant komt wekelijks uit in de gemeente Dalfsen en omliggende plaatsen in Overijssel. De oplage is 22.900 stuks. Het blad biedt een breed scala aan plaatselijk nieuws, zoals gemeenteraadsverslagen, reportages over evenementen en culturele voorstellingen, sportuitslagen en natuurlijk actuele berichten over verenigingen, instellingen en bedrijven.’

DE DALFSER MARSKRAMER IS AL EEN TIJDJE LID VAN DE NNP. WAT BETEKEN HET LIDMAATSCHAP VOOR JULLIE?

‘De NNP organiseert regelmatig bijeenkomsten over allerlei onderwerpen die interessant zijn voor krantenuitgevers. Iedereen heeft te maken met veranderend kijk- en luistergedrag van consumenten, ontleding en de toename van berichtgeving op social media waardoor de papieren krant minder aantrekkelijk lijkt voor advertenties. Het is boeiend en inspirerend om te horen hoe andere uitgevers hiermee omgaan.’

De eenkoppige jury van de NNP Aanmoedigingsprijs voor de Videojournalistiek bestond uit regisseur en videoproducer Mick van Herk.

‘Politiek circus’. Dat is de titel van de podcast die Marcel Beijer (60) en Robert Mienstra (68) elke vrijdagmiddag presenteren. Beide journalisten werken bij Almere DEZE WEEK, een huis-aan-huiskrant die wekelijks op ruim 90.000 adressen in alle delen van de stad in Flevoland wordt bezorgd. De podcast, die elke week actuele politieke thema’s lichtvoetig behandelt, werd dit jaar genomineerd voor de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek. ‘De podcast is een stevige aanvulling op onze krant en genereert wekelijks nieuws’, zeggen Marcel en Robert.



Gemeenteraadslid Sven van der Burg (D66) nam voor de uitzending van ‘Politiek circus’ de houding aan van lijsttrekker Sigrid Kaag. Die danste als winnares van de Tweede Kamerverkiezingen op tafel. Op de achtergrond staan podcastmakers Marcel Beijer (links) en Robert Mienstra.

Foto: Almere DEZE WEEK

MARCEL BEIJER EN ROBERT MIENSTRA (ALMERE DEZE WEEK):

‘In een podcast kun je heel veel behandelen’

Andere nieuwsmedia in de regio haalden een jaar geleden de neus op voor de podcast die Almere DEZE WEEK lanceerde. ‘Het beeld overheerste dat we ons vooral gingen bezighouden met amateuristisch gebabbel’, blikt Marcel terug op de beginfase. ‘Het tegendeel is waar’, benadrukt hij. ‘Onze podcast sluit naadloos aan bij de kwaliteitsslag die we als Almere DEZE WEEK hebben gemaakt. Bij een goede krant hoort een politieke podcast waarmee je ook inwoners bereikt die de politieke verhalen in de krant niet altijd lezen.’

Het idee voor ‘Politiek circus’ komt uit de koker van Robert, die onder de titel ‘Hallo, hier Almere’ al langer een persoonlijke podcast maakt. Daarin vertelt hij als chroniqueur mooie verhalen over Almere en zijn inwoners. ‘Net als Robert ben ik gek van podcasts’, vertelt Marcel. ‘De podcast die ik zelf maak, heet ‘Luister je gelukkig’ en is een bundeling van opvallende verhalen die ik onderweg tegenkom en graag deel met anderen.’

SEINEN OP GROEN

Toen het tweetal uitgever Ron Broertjes van Almere DEZE WEEK polste over het maken van een politieke podcast, gingen alle seinen snel op groen. ‘We hebben enkele proefafleveringen opgenomen en die maakten aardig wat los in de gemeenschap. Vervolgens heeft de uitgever een professionele studio ingericht waarin we elke week een nieuwe podcast opnemen. Daarmee kunnen we ons als makers van een goede lokale krant echt onderscheiden.’ ‘Politiek circus’ is een podcast die elke vrijdagmiddag vanaf klokslag vier uur beluisterd kan worden. De opnamen vinden een paar

uur eerder plaats, zodat er nog tijd is voor de eindmontage en de toevoeging van muziek of achtergrondgeluiden. ‘Een verhaal over bomen kappen kan niet zonder ronkende kettingzaaggeluiden’, grinnikt Marcel. ‘De inhoud van de podcast wordt bepaald door de politieke actualiteit’, gaat hij verder. ‘Robert en ik volgen elke donderdagavond de politieke markt in het stadhuis van Almere. Daar worden gemeenteraadsbesluiten en bewonersinitiatieven besproken. Samen stemmen we af welke onderwerpen in de podcast terugkomen.’

NIEUWTJES DELEN

Nu Marcel en Robert een jaar bezig zijn met de podcast, weten ze dat tijdens elke aflevering een heleboel onderwerpen aan bod kunnen komen. ‘In een podcast kun je heel veel behandelen’, zegt Marcel. ‘Onze podcast duurt 20 tot 25 minuten en daarin is voldoende ruimte om ook politieke gasten aan het woord te laten. Inmiddels is onze podcast zó populair, dat gemeenteraadsleden zichzelf aanmelden en graag bereid zijn om in onze studio nieuwtjes met luisteraars te delen.’

Het thema circus loopt als een rode draad door de podcast. ‘Niet omdat we de politiek op de hak willen nemen, maar wel om het lichtvoetige karakter aan te geven. We bespreken ook onderwerpen die je niet altijd een de krant zult tegenkomen, bijvoorbeeld omdat ze uit de wandelgangen komen of proefballonnetjes zijn. We maken meerdere rubrieken met een luchtige circusknipoo. Een raadslid dat een flinke uitglijder maakt, kan erop rekenen dat een associatie met een clown wordt gelegd.’

FILEREN

Marcel geeft aan dat het maken van de podcast zijn hele vrijdag op de redactie bepaalt. ‘Robert en ik schrijven eerst onze stukken voor de krant en beginnen dan aan de podcast. Het is een genot om eraan te werken, ook omdat onze gasten staan te trappelen om mee te werken en onze lichtvoetige aanpak kunnen waarderen. Met de gemeenteraadsverkiezingen in aantocht zal het vast nog drukker worden.’ Lachend: ‘De aankondiging dat we een kritisch raadslid in onze podcast stevig wilden fileren, werd door de politicus sportief opgevat. Hij verscheen in de studio met verse vis. Fileer me maar...’

De podcast ‘Politiek circus’ te is te beluisteren op www.almerede-zeweek.nl en is ook te vinden op verschillende streamingsdiensten.

GERT KLOK EN HAROLD STURM (EILANDEN-NIEUWS) BLIJ MET NNP-NOMINATIES

‘Impact corona op lokale sam

Eilanden-Nieuws stond tijdens de NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum in september tweemaal in de schijnwerpers. Het team van de abonentenkrant op Goeree-Overflakkee werd genomineerd voor zowel de Prijs voor de Nieuwbladjournalistiek als de A.M. Bandaprijs. Hoewel de hoofdprijs naar twee andere uitgeverijen ging, zijn hoofdredacteur Gert Klok (39) en media-adviseur Harold Sturm (26) blij met de brede waardering voor hun producties. Beide inzendingen stonden in het teken van de coronacrisis.

Het team van Eilanden-Nieuws werkte in 2020 met veel enthousiasme aan twee producties die werden genomineerd voor de Prijs voor de Nieuwbladjournalistiek en de A.M. Bandaprijs.



Eilanden-Nieuws, opgericht in 1928, is een van de oudste krantentitels die is aangesloten bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). De krant valt elke vrijdag op de deurmat van de abonnees, op dinsdag verschijnt een huis-aan-huiseditie die op alle adressen op Goeree-Overflakkee wordt bezorgd. ‘We sturen niet elk jaar een inzending in voor de NNP-prijzen’, bekent Harold. ‘We zijn bescheiden, houden niet zo van borstklopperij en vinden het overdreven om elk jaar een dikke stapel krantenartikelen, magazines of specials in te sturen.’

ACHT PAGINA'S ROUWADVERTENTIES

Dat was anders in het coronajaar 2020. ‘De coronacrisis heeft ook in onze gemeenschap grote impact gehad’, vertelt Gert, die een kleine twee jaar geleden aantrad als hoofdredacteur. ‘Er waren soms weken dat we acht pagina’s vulden met rouwadvertenties. Adverteerders hielden de hand op de knip en het was voor de redactie soms lastig de krant te vullen omdat zoveel onderwerpen wegvielen. Om die reden hebben we onze kranten een tijdje samengevoegd tot een huis-aan-huiseditie op woensdag. Op die manier werden alle eilanders geïnformeerd.’

De redactie van Eilanden-Nieuws koos in deze periode voor een

artikelenserie die de impact van de pandemie op de inwoners van Goeree-Overflakkee verbeeldde. De serie, gecoördineerd door Gert en geschreven door onder meer verslaggever Erwin Guijt, werd genomineerd voor de Prijs voor de Nieuwbladjournalistiek. ‘In een reeks van zestien afleveringen kwam telkens iemand anders aan het woord’, blikt de hoofdredacteur terug. ‘Niet alleen hoogwaardigheidsbekleders hoor, maar juist gewone mensen. Denk aan een boer, een student, een horecaondernemer of een eenzame vrouw. Als plaatselijke krant hebben we laten zien hoe groot de lokale gevolgen van deze mondiale crisis waren.’

#STEUNDEZORG

Voor de A.M. Bandaprijs, die de NNP in het leven riep om commerciële initiatieven van lokale nieuwsmidia te stimuleren, zond het team van Eilanden-Nieuws de serie #steundezorg in. ‘Het idee voor de serie was afkomstig van Het Van Weel-Bethesda Ziekenhuis in Dirksland’, vertelt media-adviseur Harold. ‘Waar het ziekenhuis in de eerste coronagolf nog werd overspoeld door steunbetuigingen, worstelden de vaak oververmoeide medewerkers tijdens de tweede golf met weerstand, bijvoorbeeld van mensen die zich onvoldoende aan de coronaregels wilden hou-

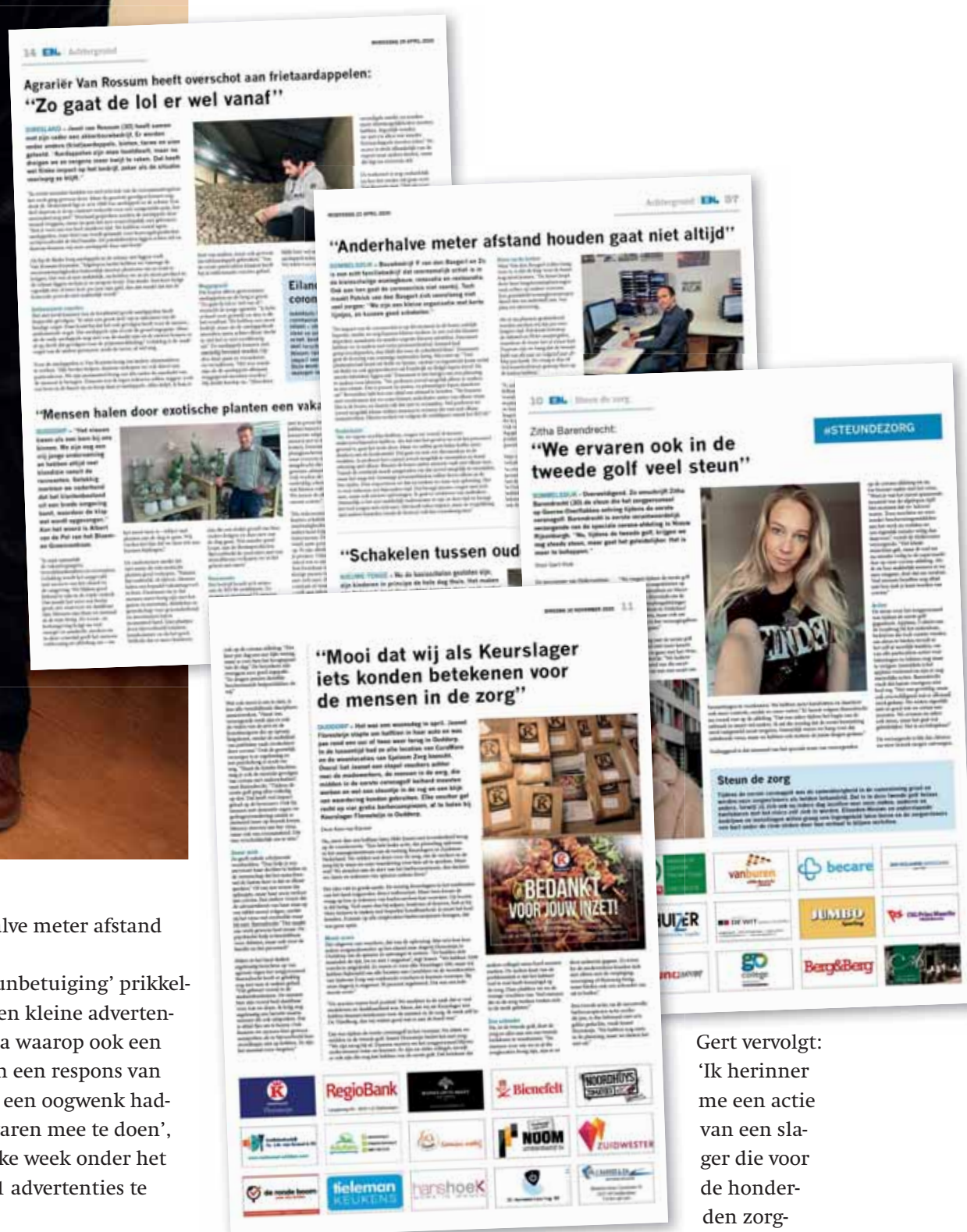
'Mensenleving in beeld brengen'



Gert Klok



Harold Sturm



den. Geen mondkapjes dragen, geen anderhalve meter afstand houden, noem maar op.' Onder het motto 'Van middelvinger naar steunbetuiging' prikkelde Eilanden-Nieuws haar adverteerders om een kleine advertentie te kopen. Die werd geplaatst op een pagina waarop ook een lijvig zorgverhaal verscheen. 'We verwachtten een respons van slechts een handjevol adverteerders, maar in een oogwenk hadden we 42 ondernemers die meteen bereid waren mee te doen', gaat Harold verder. 'Het stelde ons in staat elke week onder het motto #steundezorg twee pagina's met elk 21 advertenties te plaatsen.'

BARBECUESPIESEN

Boven de advertenties verschenen achtergrondverhalen over de overbelaste zorg op Goeree-Overflakkee. Hoofdredacteur Gert nam zelf de pen ter hand voor de meeste bijdragen en belichtte onder meer de coronazorg in het ziekenhuis, een woonzorgcentrum, een instelling voor mensen met een beperking en een hospice. 'Omdat de artikelen elke twee weken verschenen, merkten we de enorme impact. In de dorpen ontstonden allerlei initiatieven om de zorg een hart onder de riem te steken.'

kers vier barbecuespiesen in zijn slagerij klaarlegde. Een lokale serviceclub hield een kerstactie en verkocht kerstballen met een boodschap.' Harold vult aan: 'In de hal van het ziekenhuis stond een grote kerstboom, boordevol hartenwensen voor het zorgpersoneel. Het is ons met alle adverteerders gelukt de middelvinger naar de zorg te veranderen in een omhelzing. Het was mooi om als Eilanden-Nieuws een bijdrage te leveren aan een positieve vibe in onze gemeenschap en te schrijven over betrokken zorgmedewerkers.'

Gert vervolgt:
'Ik herinner me een actie van een slager die voor de honderden zorgmedewer-



Wij wensen u fijne feestdagen en een succesvol 2022!

Gratis inpakpapier

De uitzonderlijke situatie waarin de papierindustrie zich bevindt, zal in 2022 veel invloed hebben op de gehele keten.

Laten we daarom geen papier verspillen! Hierbij alvast een **GRATIS** stuk cadeaupapier voor de kerstcadeaus. U hoeft het alleen maar uit te knippen en het inpakken kan beginnen!

www.hetmediacentrum.nl





DICK RANZIYN (RODI) LUIDT NOODKLOK TIJDENS ALGEMENE LEDENVERGADERING NNP

Een alarmerende mededeling. Met die woorden introduceerde voorzitter Roy Keller van de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) de onheilstijding die directeur-eigenaar Dick Ranzijn van de Rodi Groep aan de in Arnhem verzamelde leden even later zou voorschotelen. Aan het slot van de algemene ledenvergadering bood Dick zijn gehoor een verontrustende kijk op de voortdurend stijgende grondstofprijzen. 'Ik zag donkere wolken op ons afkomen en wilde de NNP-collega's informeren over de explosieve prijsstijgingen die in het verschiet lagen.'



Dick Ranzijn poseert in de drukkerij.
De directeur-eigenaar van de Rodi Groep luidde
tijdens de NNP-dag de noodklok over de explosieve
stijging van grondstofprijzen.

(foto: Pim Ras)

‘Stijging grondstofprijzen kan leiden tot precaire situaties’

Ruim twee maanden na de algemene ledenvergadering in het Nederlands Openluchtmuseum is de rust nog niet weergekeerd in krantenland, zo vertelt Dick. ‘Sterker nog, de prijzen blijven stijgen en er zijn papierleveranciers die drukkerijen en uitgeverijen het mes op de keel zetten. Wie niet akkoord gaat met de eenzijdig opgelegde tariefsverhogingen, krijgt geen papier meer. Een nogal brutale aanpak.’

Dit alles kan volgens de directeur-eigenaar van Rodi leiden tot precaire situaties. ‘Het is al voorgekomen dat kranten niet konden verschijnen, al vallen de grootste klappen momenteel bij de productie van reclaimedrukwerk. Folders die doorgaans 24 pagina’s tellen, reiken nu niet verder dan 16, 8 of soms zelfs 4 pagina’s omdat opdrachtgevers schrikken van de prijsstijgingen en een tandje terugschakelen. Ook omdat het papier gewoonweg niet beschikbaar is.’

EXPLOSIEF

Wat is er aan de hand? De coronapandemie zorgde er in 2020 voor dat krantenvolumes sterk terugvielen en de prijzen voor alle soorten en kwaliteiten papier op een historisch dieptepunt kwamen. Het leidde tot een reductie van de productiecapaciteit en zelfs sluiting van enkele Europese papierfabrieken. ‘Toen de markt in de helft van 2021 flink aantrok, was er onvoldoende productiecapaciteit om aan de vraag te voldoen en stegen de papierprijzen explosief’, legt Dick uit.

Niet alleen schaarste leidde tot hogere papierprijzen. Producenten zagen én zien zich geconfronteerd met snel stijgende energieprijzen en transportkosten. ‘Je zou kunnen zeggen dat sprake is van een reeks factoren die elkaar versterken’, legt Dick uit. ‘Er is ook sprake van een tekort aan oud papier. Daarnaast zijn papierfabrieken vanwege de grote vraag naar kartonnen verpakkingen overstapt en is er minder capaciteit voor de productie van grafisch papier. Dat zadelt drukkers en uitgevers van nieuwsmedia met enorme problemen op.’

Het noopte Dick dit jaar alle Rodi-klanten een uitgebreide brief te sturen. Daarin stelde hij onder meer: ‘De papierstijging die wij in juli hebben gekregen en onverwacht ook per 1 oktober, gaat er straks ook per 1 januari weer komen. Klanten moeten echt rekening houden met een papierprijsverhoging van 30 tot 40 procent. Omdat een gemiddelde drukorder voor 50 tot 60 procent uit papier bestaat, is dit weer een enorme stijging van de kostprijs. Maar het blijft dit keer niet alleen bij het papier, ook de

transportkosten, energiekosten en houtkosten rijzen de pan uit en het is onoverkomelijk dat wij deze kosten ook moeten door belasten.’

DONKERE WOLKEN

Het feit dat Rodi zowel drukker als uitgever is, is volgens de directeur-eigenaar ‘op twee fronten vervelend’. ‘Omdat we dicht op de markt zitten en zelfstandig papier inkopen, verwacht ik bij ons voorlopig nog geen schaarste. Maar ondernemingen die afhankelijk zijn van andere papierinkopers, kunnen het erg lastig krijgen. Omdat ik deze ellende op ons zag afkomen, vond ik het nodig hier melding van te maken op de NNP-dag in Arnhem en collega’s te attenderen op deze zorgelijke ontwikkelingen.’ Ten tijde van dit interview (eind november - red.) constateert Dick dat de situatie nog steeds zorgelijk is. ‘Onze bedrijfstak heeft door de coronapandemie al een hele zware periode achter de rug’, verzucht hij. ‘Nu we geconfronteerd worden met explosieve prijsstijgingen, zullen die doorberekend moeten worden aan adverteerders. Dat kan ertoe leiden dat ze weglopen en hun toevlucht zoeken tot digitale platforms. Die hebben immers geen last van stijgende grondstofkosten. Het zal een uitdaging worden om ze weer terug te laten keren als de situatie weer enigszins normaliseert.’

INSPIRATIE EN KRACHT

Dick is met 2022 in aantocht voorzichtig optimistisch. ‘De stijging van de energietarieven en de prijs van oud papier lijkt wat af te vlakken. Ook de prijs van hout - een belangrijke grondstof voor de productie van papier - daalt. Maar we zijn er nog lang niet. Het laten overkomen van een zeecontainer is van 1.000 euro naar 15.000 euro per container gegaan. De consequentie hiervan is een kostenstijging van 15 procent op inkt.’

Veel NNP-leden herkenden zich tijdens de algemene ledenvergadering in de mededeling van Dick. Zowel uitgevers als vertegenwoordigers van drukkerijen die als vriend verbonden zijn aan de NNP, beaamden dat de prijsstijgingen van grondstoffen zorgelijk zijn en de donkere schaduw nog niet verdreven is.

Maar er is hoop, zo schreef Dick aan zijn klanten: ‘Door deze ontwikkelingen wordt het voor ondernemers geen makkelijke periode om door te komen. Echter, de coronaperiode heeft laten zien dat het printmedium meer gewaardeerd wordt. Laten we daar onze inspiratie en kracht uit halen.’

MICHEL VAN DEN HENGEL (VOORSTER NIEUWS):

‘Elke week weer trots op onze dikke kranten’

Een avontuur. Zo omschrijft Michel van den Hengel (55) zijn besluit om in 2015 huis-aan-huis-krant Voorster Nieuws over te nemen. De uitgever heeft geen seconde spijt van zijn beslissing. Voorster Nieuws is dé lokale krant in de regio en schrijft dankzij zes actieve redacteurs over zo’n beetje alles wat zich in de gemeenschap afspeelt. ‘De leesdichtheid is enorm’, zegt Michel trots.

In de week dat Michel vertelt over de toetreding tot de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) heeft hij zijn lezers verblijd met een krant die liefst 48 pagina’s telt. ‘Geen uitzondering hoor’, lacht hij. ‘Het is heel gewoon om een uitgave van 36 pagina’s te maken. Ook uitschieters tot 52 pagina’s komen voor. Alle lokale nieuwtjes vind je in onze krant en natuurlijk zijn we ook hét medium voor plaatselijke adverteerders. Elke week weer ben ik trots op onze dikke kranten.’

Michel erkent dat hij tot voor kort niet zo veel oog had voor het reilen en zeilen in krantenland. De focus was gericht op Voorster Nieuws en op zijn eigen reclamebureau BigBlow. ‘Totdat ik in contact kwam met Johan van der Kolk van BrugMedia in Kampen. Johan is ook bestuurslid bij de NNP en we hebben een geanimeerd gesprek gehad. Aan het einde van het liedje ben ik enthousiast lid geworden. Ik denk dat actief zijn binnen een branchevereniging heel zinvol is.’

BEKENDE TWELLONAAR

Voorster Nieuws verschijnt in een oplage van 15.000 exemplaren in de gemeente Voorst, inclusief omliggende dorpen. ‘Sinds kort vind je ons redactiekantoor aan het Marktpllein in Twello, dus lekker centraal gelegen. De opmaak van de krant doen we zelf, het drukken gebeurt in Amsterdam. Daar liggen we als klein krantje tussen grote titels als De Telegraaf, Het Parool en de Volkskrant op de pers. De bezorging regelt All-Inn Ver-

spreidingen, ook een bedrijf in Twello.’ Het geheim achter het succes van Voorster Nieuws? ‘Betrokkenheid’, zegt Michel gedecideerd. ‘Toen ik hier kwam wonen, heb ik me in het maatschappelijk leven gestort en ben ik lid geworden van de winkeliersvereniging.’ Grinnikend: ‘Inmiddels mag ik mezelf een BT’er noemen, een Bekende Twellonaar. Je komt me overal tegen, ik weet

wat er speelt en onze redactie zit bovenop het nieuws. We hebben aandacht voor alles, ook gouden bruidsparen of duivensportberichten die andere uitgevers steeds vaker links laten liggen.’

MAGAZINES EN SPECIALS

Naast het wekelijks uitgeven van Voorster Nieuws verzorgt Michel met zijn team talrijke magazines en specials, zoals

Voorster Voorjaar, Voorster Zomer en de Klompenkrant. ‘Dat zijn populaire uitgaven die in een oplage van 100.000 exemplaren in de regio verspreid worden en bezoekers naar onze gemeente lokken.’

Lezers waarderen de manier waarop de redactie zich inzet om zoveel mogelijk nieuws en advertenties onder de aandacht te brengen. Michel wordt regelmatig verrast door lovende reacties uit de lezerskring. Van onbekenden vaak, maar soms ook van bekenden. ‘Een bekende dorpsgenoot is Jan Terlouw, de voormalig D66-politicus en schrijver’, straalt Michel. ‘Hij is altijd lovend over ons.’

NIUW NNP-LID



Michel van den Hengel

MARTIJN COEHORST VAN EPUBLISHER:

‘Digitale oplossingen voor lokale nieuwsmedia’

De NNP-dag in het Nederlands Openluchtmuseum, eerder dit jaar in Arnhem, was voor Martijn Coehorst (44) de eerste kennismaking met de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Maar helemaal nieuw in de wereld van lokale nieuwsmedia is de directeur-eigenaar van ePublisher in Tilburg beslist niet. Sterker nog, zijn bedrijf biedt al meer dan tien jaar digitale oplossingen voor uitgevers die een website, webshop en app optimaal willen aanbieden aan hun lezers.



Martijn geeft in een kantoorpand op bedrijventerrein Het Laar in Tilburg leiding aan een team van vijf digitale specialisten. Ook buiten Nederland heeft ePublisher een vestiging. ‘In de Indiase universiteitsstad Mangalore hebben we een nevenvestiging. De stad staat bekend als het Silicon Valley van India. Hier werken veertien medewerkers onder leiding van een manager mee aan onze digitale producten die we in negen landen verkopen.’ ‘Ik ben ooit begonnen met een webdevelopmentbedrijf’, gaat Martijn verder. ‘Toen Apple de iPad op de markt bracht, vroeg uitgeverij Audax of ik een digitale oplossing kon bedenken voor haar vele tijdschriften. Die moesten ook op de iPad goed gelezen konden worden. Ik herinner me dat ik in Amerika een iPad heb gekocht en helemaal in de techniek gedoken ben. Audax werd launching partner van ons nieuwe digitale product, dat niet alleen digitaal lezen van tijdschriften mogelijk maakte, maar ook weblinks en filmpjes bevatte.’

LOGISCHE STAP

Martijn groeide op in Goirle en las naast lokale weekkrant Goirles Belang ook het Stadsnieuws, een huis-aan-huiskrant die sinds 1979 elke week in de regio Tilburg op de mat valt. Lid worden van de NNP vindt de directeur-eigenaar van ePublisher nu een logische stap. ‘We werken al een tijdje nauw samen met andere vrienden van de NNP, zoals Pubble, AdFactory en ToLocal. Om te weten wat speelt in de wereld van de lokale nieuwsmedia, leek het me verstandig, zinvol en leerzaam om vriend te worden.’

Er is volgens Martijn nog een reden om aansluiting te zoeken bij de NNP. ‘Als aanbieder van digitale oplossingen hebben we vooral contact met klanten op momenten dat digitale ondersteuning vereist is. We helpen op afstand mee om oplossingen te bedenken, sturen waar nodig bij en lossen eventuele problemen op. Maar daarmee leer je elkaar niet kennen en bouw je geen netwerk op. Dat gebeurt wél als je elkaar ontmoet, bijvoorbeeld op de NNP-dag. Onze eerste deelname aan de mediabeurs was meer dan geslaagd.’

WEBSITES EN APPS

ePublisher richt zich op de ontwikkeling en voortdurende verbetering van websites en apps waarmee uitgevers van lokale nieuwsmedia hun lezers informeren. ‘We zijn dus geen aanbieder van redactieplatforms’, onderstreept Martijn. ‘We werken wel nauw samen met verschillende NNP-leden en NNP-vrienden zoals Het Kontakt, Weespernieuws, Pubble en AdFactory. Daarnaast hebben we apps ontwikkeld voor buitenlandse uitgevers, zoals de Deense krant Flensburg Avis, het Luxemburgse dagblad Le Quotidien en Trends Magazine, een Amerikaans zakenblad.’ De digitale omgeving die ePublisher heeft gemaakt voor het magazine Zeilen laat volgens Martijn prima zien welke mogelijkheden er ook voor lokale uitgevers zijn. ‘Naast een digitale versie van het tijdschrift biedt de app een interactieve kaart van Nederland, waarop je niet alleen jachthavens vindt, maar als lezer ook op linkjes naar zeilscholen, zeilmakers en verhuurders van zeilboten kunt klikken. Zo ontstaat online een extra mogelijkheid om inkomsten te genereren. Elke uitgever zou in de eigen regio voor zo’n extra verdienmodel kunnen kiezen.’



Directeur-eigenaar Martijn Coehorst poseert in de werkkamer van zijn bedrijf ePublisher in Tilburg.

Communicatieplan voor meer zichtbaarheid NNP

Hoe zorg je goed voor je bestaande leden én maak je niet aangesloten uitgevers van lokale media enthousiast om ook lid te worden van de NNP? BrugMedia uit Kampen gaat in opdracht van het bestuur van de NNP met die vragen aan de slag. 'Eigenlijk zou elke uitgever van lokale media aangesloten moeten zijn bij de NNP', zegt Joop de Haan, een van de communicatiespecialisten van BrugMedia.

BrugMedia is niet alleen een uitgever van huis-aan-huiskranten maar heeft ook een ontwerpstudio en een marketing- en communicatiebureau. Dat bureau heeft een Communicatie Kompas geschreven voor de NNP. Joop: 'Dat is een concept van BrugMedia. Het is een op maat geschreven communicatieplan, het beschrijft je doel en hoe je dat bereikt. Daar ga ik invulling aan geven.'

BELANGEN CENTRAAL

In het Communicatie Kompas voor de NNP staat centraal hoe de communicatie naar de leden kan worden verbeterd en hoe betere communicatie ertoe kan leiden dat nog meer uitgevers van lokale nieuwsmidia kennismaken met de NNP en zich bij de vereniging aansluiten.

'We hebben dat uitgewerkt in een missie en visie. De missie is waarvoor de NNP staat: een branchevereniging voor en door uitgevers die ervoor zorgt dat ondernemers met elkaar in contact komen, de branche vertegenwoordigt in de media en politiek. De belangen van de leden staan centraal.'

De visie is waar de NNP voor gaat, de kernwaarden. 'Dat is het delen van kennis, proactief, oplossingsgericht, transparant, verbindend, inspirerend, faciliterend en het behartigen van belangen.'

SUCCESEN

De NNP mag de spotlights wel wat meer richten op successen die zijn behaald, vindt Joop. 'Zoals de steun die de NNP heeft gegeven aan het Stadsblad Utrecht in de succesvolle rechtsgang tegen de ja-ja-sticker. En de NNP heeft zich in 2020 met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek sterk gemaakt voor het Tijdelijke Steunfonds Lokale Informatievoorziening. Zo zijn 740 huis-aan-huiskranten, lokale omroepen, lokale nieuwswebsites en lokale nieuwsbladen financieel ondersteunt tijdens de coronacrisis.'

Maar wat gaat er nu concreet gebeuren? 'We kijken eerst naar de website, waar de leden hun informatie vandaan halen en wat het eerste kennismakingsmoment is voor potentiële leden. De website van de NNP is al een informatieve site voor de leden, actueel, goed bijgehouden. Maar het kan overzichtelijker, juist om de meerwaarde van het lidmaatschap te laten zien aan nog niet aangesloten uitgeverijen.'

'DE NNP MAG DE SPOTLIGHTS WEL WAT MEER RICHTEN OP SUCCESEN DIE ZIJN BEHAALD'

'We gaan de teksten herschrijven die nu op de website staan en de indeling iets aanpassen. De knop 'Vereniging' iets prominenter plaatsen, de vereniging is toch waar het op de site om draait. We willen een gestructureerde feed op de site, met nieuwsberichten, maar bijvoorbeeld ook ondernemers in beeld. En er komen ook wekelijks berichten op Facebook en LinkedIn om de leden te informeren.'

ZICHTBAARHEID EN BEKENDHEID

Om de site te voeden is interessante, unieke en vernieuwende informatie nodig. Want hoe meer dat het geval is, hoe groter ook de kans dat deze verder wordt verspreid en de zichtbaarheid en bekendheid van de NNP beter wordt. 'We hebben daarvoor ook nieuws van de aangesloten uitgeverijen nodig. Ik zie die graag tegemoet in mijn mailbox.'

Wie nieuws, suggesties of ideeën heeft voor de website van de NNP kan die mailen naar nnpnl@nnp.nl. ¹

Op de foto: communicatiespecialisten Tessa Renes en Joop de Haan van BrugMedia.

FAMILIEBEDRIJF KEMPEN MEDIA SLAAT VLEUGELS UIT IN NOORD-LIMBURG

‘Hyperlokaal in een actieve en ondernemende regio’

Kempen Creëert mag met recht een familiebedrijf genoemd worden. Eric en Ingrid van Kempen stonden aan de wieg van de onderneming die vanuit Horst aan de Maas communicatieboodschappen bedenkt, maakt en deelt. Onder de paraplu van bedrijfsonderdeel Kempen Media verschijnen in de Noord-Limburgse regio vier succesvolle huis-aan-huiskranten. ‘Lokaal nieuws moet voor iedereen toegankelijk zijn’, zegt trafficmanager en toekomstig eigenaar Mike van Kempen.

Mike (28) is de zoon van directieleden Eric en Ingrid en draait sinds januari 2021 mee in Kempen Creëert. Daarnaast is de jonge ondernemer eigenaar van Garçon, een bedrijf dat zich toelegt op de verspreiding van kranten en reclamedrukwerk. ‘Voordat ik het levenswerk van mijn ouders ga voortzetten, wil ik het bedrijf goed leren kennen. Als trafficmanager ben ik een spil binnen onze onderneming. Ik onderhoud veel klantcontacten, bouw een netwerk op en zorg ervoor dat advertenties de juiste route van adverteerder naar opmaakafdeling en drukpers afleggen.’

MODERNE VORMGEVING

Kempen Media is de uitgever van drie Hallo-titels. Mike: ‘Mijn vader is in 2009 gestart met Hallo Horst aan de Maas. Hij vond dat lokaal nieuws zo breed mogelijk verspreid moest worden onder de inwoners en richtte daarom een huis-aan-huiskrant op. Hij koos voor moderne vormgeving en eenduidige advertentieta-rieven. Met succes. Niet alleen de inwoners van Horst aan de Maas reageerden enthousiast. Ook de gemeente was blij en plaatste haar wekelijkse publicaties in onze krant.’

In 2015 zag Hallo Peel en Maas het levenslicht. ‘Met het ontstaan van deze herindelingsgemeente bereikte ons het verzoek om één krantentitel voor alle kernen van Peel en Maas te starten’, gaat Mike verder. ‘De gemeente wilde haar boodschappen het liefst via één krantentitel communiceren en dat heeft geleid tot de oprichting van deze krant.’

Twee jaar later verscheen Hallo Venray, een huis-aan-huiskrant die wekelijks in deze Noord-Limburgse centrumgemeente op de deurmat valt. De nieuwste loot aan de stam van Kempen Media is de Blerickse Krant, een titel die in 2020 werd overgenomen van twee krantenmakers die hun bedrijf wilden stopzetten maar hun uitgave graag wilden behouden voor de regio.

THUIS IN DE HELE REGIO

Een gemeenschappelijk kenmerk van alle uitgaven van Kempen Media is de hyperlokale aanpak. ‘Onze redactie schrijft alleen over onderwerpen die écht met onze regio te maken hebben. Alles wat gebeurt in de eigen buurt, wijk, dorp of stad vind je terug in de kolommen van onze kranten. Dat varieert van politiek nieuws tot culturele evenementen en sport. Onderwerpen die onvoldoende raakvlakken met ons verspreidingsgebied hebben laten we links liggen, ook omdat onze eigen regio heel actief en ondernemend is.’

De redactie van de drie Hallo-titels en de Blerickse Krant telt vier redacteuren, die ondersteund worden door weekendverslaggevers en sportcorrespondenten. Mike legt uit dat de redacteuren niet gekoppeld zijn aan één specifieke titel. ‘Zo voorkomen we dat ze het vizier uitsluitend op hun eigen krant richten. Onze redacteuren zijn thuis in de hele regio en zorgen er met deze aanpak voor dat in elke krant verschillende schrijfstijlen zichtbaar zijn.’

BAKEN

Mike vertelt dat Kempen Media in 2021 heeft besloten zich weer aan te melden als lid van de NNP. ‘Een paar jaar geleden waren we ook bij de NNP aangesloten, maar voelden we onvoldoende chemie met de branchevereniging’, blikt hij terug. ‘Nu liggen de kaarten anders. Onze commercieel directeur Wouter Hermans doet momenteel onderzoek naar de toekomst van lokale nieuwsmedia en kwam daardoor ook in contact met de NNP. Na een inspirerend gesprek hebben we ons lidmaatschap hernieuwd.’

Mike geeft aan dat Kempen Media graag meepraat en meedenkt over het veranderend medialandschap en zich de komende jaren meer wil richten op het gebruik van sociale media. ‘Ik proef dat de NNP een baken voor uitgevers is. Het is fijn dat we met collega’s in andere regio’s in gesprek raken en bij elkaar kunnen aankloppen voor informatie én inspiratie.’



Mike van Kempen (rechts) poseert met vader Eric, de grondlegger van Kempen Creëert en Kempen Media in Horst aan de Maas.

BREDE ERKENNING VOOR HARLINGER JOURNALIST

Koninklijke onderscheiding voor Henry Drost

Journalist Henry Drost (79) uit Harlingen is op 11 november benoemd tot Lid in de orde van Oranje Nassau. Henry werd onderscheiden tijdens de officiële presentatie van zijn boek 'Holland. 100 jaar Terschellinger sleepboothistorie'. Dat gebeurde aan boord van de roemruchte zeesleepboot die in het boek centraal staat.



Henry Drost poseert met Maria van Stekelenburg, kort na de uitreiking van de koninklijke onderscheiding op zeesleepboot Holland. (Foto: Joachim de Ruijter, Harlinger Courant).

Henry is een journalist en fotograaf in hart en nieren die al op 16-jarige leeftijd zijn eerste foto's maakte voor de Harlinger Courant, een uitgave van Flevodruk die al vele jaren is aangesloten bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Later was hij jarenlang directeur van Flevodruk en uitgever van de lokale krant.

Hij groeide op in de drukkerij van zijn vader Fokke. Hij volgde zijn vader op als directeur en bouwde het bedrijf verder uit. De Harlinger Courant was altijd het paradepaardje van de onderneming en Henry stelde alles in het werk om de krant in eigen beheer te laten voortbestaan.

FOTOARCHIEF

Omdat Henry nooit zonder camera van huis ging, beschikt hij over een indrukwekkend fotoarchief. Alle negatieven zijn inmiddels gedigitaliseerd, waardoor een groot deel van de beeldgeschiedenis van Harlingen bewaard is gebleven. Nog steeds maakt Henry vrijwel dagelijks foto's en houdt hij zich bezig met het uitgeven van boeken. Veel foto's vinden hun weg op sociale media.

De Harlinger journalist is nog steeds

betrokken bij de publicatie van jaar-magazine 'Oud Harlingen', dat in 1985 mede door zijn vader werd gelanceerd. Verder werkte hij belangeloos mee aan de uitgave '75 jaar vrijheid' en was hij als vrijwilliger betrokken bij de totstandkoming van meer dan vijftig nummers van 'Cornelis Douwes', een tijdschrift dat wordt uitgegeven door de Vereniging Oud-leerlingen der Zeevaartschool Harlingen.

VOORPAGINA

De vormgeving van Vlieland Magazine is al ruim dertig jaar in Henry's vertrouwde handen. Zijn boeken over Harlingen tonen een grote betrokkenheid bij zijn geboortestad. Na zijn pensionering droeg hij nog jarenlang zorg voor de opmaak van de voorpagina van de Harlinger Courant. Vrijdag 12 november 2021 stond hij zelf op de voorpagina van de krant die dit jaar de 170e jaargang beleeft. Burgemeester Ina Sjerps roemde tijdens de plechtigheid aan boord van de zeesleepboot Henry's inzet voor de stad. Met zijn passie voor journalistiek en fotografie heeft hij Harlingen op de kaart gezet, zo sprak de burgemeester complimenteaus. **!**

*Het bestuur
van de NNP
wenst al haar
leden, vrienden
en relaties een
voorspoedig
en gezond 2022!*



COLOFON

NNP Nieuws is een uitgave van de NNP, de Nederlandse Nieuwsblad Pers, de organisatie van lokale nieuwsmedia. Deze uitgave wordt verspreid onder leden, vrienden en relaties.

COÖRDINATIE

Marc Cleutjens
Ans van Sligtenhorst

REDACTIE EN EINDREDACTIE

Marc Cleutjens
Ans van Sligtenhorst
Henk van Zanten

FOTOGRAFIE

Marc Cleutjens
Geurt Mouthaan
NNP-leden

REDACTIESECRETARIAAT EN ADVERTENTIE- EXPLOITATIE

Ans van Sligtenhorst
Bureau NNP
Hogebrinkerweg 10
3871 KN Hoevelaken
tel.: 033 - 448 16 50
e-mail: nnpn@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



NNP-LEDEN DELEN IDEEËN EN SUCCESVERHALEN

‘Gemeenteraadsverkiezingen... hoe pakken we die aan?’

Woensdag 16 maart 2022 is het weer zover: de inwoners van bijna alle gemeenten in Nederland kiezen een nieuwe gemeenteraad. Ver weg? Niet voor de leden van de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP), die zich in november al gezamenlijk hebben verdiept in de mogelijkheden om voor, tijdens én na de stembusgang redactioneel en commercieel uit te pakken. ‘Een inhoudelijk sterke bijeenkomst boordevol nieuwe inzichten’, blikt NNP-bestuurslid Johan van der Kolk terug.

Uitgevers van lokale nieuwsmedia hebben bij uitstek een belangrijke rol als het aankomt op berichtgeving over plaatselijke politieke thema's. Politieke verslaggevers berichten over gemeentelijke besluitvorming en duiden ontwikkelingen die van invloed zijn op het leven in buurt, wijk, dorp en stad. Elke vier jaar vinden de gemeenteraadsverkiezingen plaats en

ontstaan extra mogelijkheden om het politieke landschap te verbeelden.

TAS VOL NIEUWE IDEEËN

Onder het motto ‘Hoe pakken we de gemeenteraadsverkiezingen aan?’ hield de NNP woensdag 10 november een bijeenkomst over de eerstvolgende gang naar de stembus. Vanwege de weer oplaaiende coronacrisis werd de

bijeenkomst online gehouden en namen vertegenwoordigers van tien bij de NNP aangesloten uitgeverijen deel aan de sessie. ‘Alle deelnemers stelden zich uitgebreid voor en vertelden uitgebreid over de gekozen aanpak, zowel redactioneel als commercieel’, aldus Johan. ‘Iedereen ging in figuurlijke zin naar huis met een tas vol nieuwe ideeën.’

SAAIE KOST?

Natuurlijk werd stilgestaan bij de vraag in hoeverre lokale nieuwsmedia een rol spelen in de berichtgeving over gemeenteraadsverkiezingen. Is dat saaie kost? Of juist een buitenkans om het lokale politieke landschap in te kleuren en de afstand tussen politiek en burger wellicht te verkleinen. Sommige uitgevers zien de gemeenteraadsverkiezingen als een kleine goudmijn en bieden politieke partijen een totaalpakket: naast redactionele aandacht ook advertentieruimte en soms zelfs campagnedrukwerk.

MEEDENKEN

Johan: ‘De bijeenkomst was weer een goed voorbeeld van de manier waarop de NNP meedenkt met haar leden en een platform biedt om kennis te delen. Ik weet zeker dat alle deelnemers voldoende inspiratie hebben opgedaan om in de aanloop naar 16 maart 2022 met een goed verhaal te komen. Nu al staat vast: de NNP laat haar stem niet verloren gaan.’



Impressie van de online NNP-bijeenkomst over de gemeenteraadsverkiezingen die in het voorjaar van 2022 worden gehouden. Deelnemers deelden kennis en ideeën om de stembusgang redactioneel en commercieel tot een succes te maken.

DEADLINE 1 FEBRUARI 2022

Inzending NNP-prijzen van start

De uitreiking van de NNP-prijzen ligt amper twee maanden achter ons. In het Nederlands Openluchtmuseum te Arnhem reikten onze bestuursleden Johan van der Kolk en Rick den Besten de prijzen uit aan de winnaars van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek, de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie, de A.M. Bandaprijs en de Aanmoedigingsprijs voor de Videojournalistiek. Nu is het alweer tijd de beste inzendingen van 2021 te verzamelen en digitaal in te sturen.

Woensdag 18 mei 2022 staat de volgende NNP-dag op het programma. Dan blikt onze vereniging terug op een ongetwijfeld bewogen (corona)jaar en

proosten we op de successen die uitgevers verspreid over Nederland uitbundig met elkaar delen. En natuurlijk reiken we de prijzen uit waarnaar uit-

gevers, redacties en verkoopafdelingen elk jaar weer reikhalzend uitkijken. Wie worden de opvolgers van redacteur Anne Marie Hoekstra en fotograaf

John Wijntjes (Het Kontakt), het team van de Texelse Courant en de redactie van De Dalfser Marskramer? Die vraag staat centraal tijdens de volgende NNP-dag. Uitgevers die willen meedingen naar een van de felbegeerde NNP-prijzen, sturen hun inzendingen uiterlijk 1 februari 2022 digitaal naar het NNP-bureau in Hoevelaken, www.nnp.nl/pagina/inzendformulier

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