! nnp nieuws

74e jaargang, nr. 2 - December 2022

- NNP viert jubileum op zonnig Ibiza

Verder in dit nummer:

- Maak kennis met Frank van der Sman en Niels Ackermans
- Terugblikken op NNP-dag in voetbalwalhalla
- ‘Evenwichtig beeld schetsen van dossier Soestdijk’
- John Wijntjes: ‘Iedereen noemt zichzelf fotograaf’
- NNP verwelkomt nieuwe vrienden: Pinch en BDU Print

WWW.NNP.NL

to local

www.tolocal.nl
020 760 4970

de lokale planner

Een hoopvolle toekomst

Als ik 2022 overzie schieten me geen andere woorden te binnen, ook al staan delen van de wereld in brand en worstelen we - ook de leden en vrienden van onze Nederlandse Nieuwsblad Pers - met de gevolgen van de verschrikkelijke oorlog in Oekraïne. Onze wereld is in rep en roer en dat heeft zijn weerslag op ons bestaan. Tel daar rap stijgende papier- en energieprijzen bij op en je hebt een verklaring voor de bezorgdheid waarmee uitgevers straks 2023 inluiden.

SUPERCIJFERS

2022 heeft echter laten zien dat het niet louter kommer en kwel is in uitgeversland. De uitkomsten die het Commissariaat voor de Media optekende in het rapport 'De staat van de lokale nieuws- en informatievoorziening 2022' laten onomwonden zien dat huis-aan-huisbladen het allerhoogste bereik hebben, op afstand gevolgd door regionale publieke omroepen en regionale dagbladen. Het zijn in mijn ogen supercijfers waar we als uitgevers écht iets aan hebben en die onbetwist gaan bijdragen aan een hoopvolle toekomst.
Ons NNP-bestuur zat eind september op de eerste rij toen voorzitter Amma Asante van het Commissariaat voor de Media 'De staat van de lokale nieuws- en informatievoorziening 2022' overhandigde aan staatssecretaris voor Cultuur en Media, Gunay Uslu. Ons nieuwe bestuurslid Jolanda de Rijk nam enthousiast deel aan een boeiende paneldiscussie waarin het belang van lokale nieuwsmedia nog eens breed voor het voetlicht werd gebracht. Hulde!

MISSIE

Op 31 oktober publiceerde het Nationaal Media Onderzoek de laatste cijfers over het bereik van huis-aan-huisbladen. Deze NOM-cijfers laten zien dat 74 procent van alle Nederlanders van 13 jaar en ouder wel eens een huis-aan-huisblad leest. Nog mooier: 58 procent leest driekwart of meer van een nummer. Liefst 75 procent van de lezers is geïnteresseerd in gemeentelijk nieuws en aankondigingen van de lokale overheid. Mooie rapportcijfers. Maar daarmee zijn we er nog niet. Ik zie het als onze missie om gemeenten (opnieuw) te overtuigen van het belang van lokale nieuwsmedia. Om die reden roepen we staatssecretaris Uslu op een bijdrage uit het rijksbudget voor media-ondersteuning in te zetten voor uitgevers van huis-aan-huisbladen. Het staat nu zwart op wit dat lokale nieuwsmedia vrijwel alle burgers bereiken. Mogen we dan ook een graantje meepikken en rekenen op een groter advertentiebudget?

DYNAMIEK

De NNP bruist, dat heeft 2022 andermaal duidelijk gemaakt. De NNP-dag op de KNVB-campus was op een zomerse woensdag in mei een voltreffer. De benoeming van bestuursleden Niels Ackermans, Jolanda de Rijk en Frank van der Sman - in de bossen van Zeist officieel bekrachtigd - draagt bij aan de verdere professionalisering van onze vereniging. Niels, Jolanda en Frank beschikken over onmetelijk veel kennis en ervaring en brengen heel veel dynamiek in ons bestuur. Om in voetbaltermen te blijven: als voorzitter ben ik trots op mijn cluppie.
Net zoals ik fier ben op al die enthousiaste leden die elke dag met toewijding werken aan hun krant, maar ook de toekomst niet schuwen. Lees de verhalen in dit nummer van NNP Nieuws maar eens door en ontdek dat onze leden op alle fronten werken aan innovatie. Magazines, jaarboeken en opiniepeilingen op jaarmarkten en braderieën worden moeiteloos gecombineerd met verfrissende websites (met of zonder betaalmuur), nieuws-apps, podcasts en webinars. En natuurlijk pakken ze als hoeders van de lokale democratie uit met onthullende journalistieke producties. Stuur die bijdragen in en maak kans op een van de felbegeerde NNP-prijzen die we ook in 2023 uitreiken.

ZONNIGE TOEKOMST

Met veel plezier denk ik terug aan de uitgestelde jubileumreis die ons in september naar het Middellandse Zee-eiland Ibiza bracht. Met veertig NNP'ers beleefden we een heerlijk weekend waarin ontmoeting centraal stond en aan de hand van een afwisselend programma werd stilgestaan bij 75 jaar Nederlandse Nieuwsblad Pers. Het was fan-tas-tisch.
Als ik de herinneringen aan Ibiza nog eens voorbij laat komen, denk ik terug aan de zomerse wandeling die we maakten in de middeleeuwse binnenstad van Eivissa, zoals Ibiza-stad ook wordt genoemd. De foto van de stadspoort op de voorpagina van deze NNP Nieuws - een prachtprent van ons bestuurslid Rick den Besten - werd tijdens die tour gemaakt en beschouw ik als een metafoor van onze toekomst.
Voorbij die historische poort, die symbool staat voor onze 75-jarige geschiedenis, gloort een zonnig vooruitzicht. De steile weg er naartoe is even hobbelig als die eeuwenoude kasseien; het is een route vol uitdagingen. Maar verenigd binnen de NNP staan we als uitgevers van lokale nieuwsmedia sterk. Bedenk straks als de kerstboom staat en de zuinige led-lampjes fonkelen: we moeten er hard voor werken, maar we hebben goud in handen.
Een voorspoedig 2023!

Roy Keller
Voorzitter NNP

COLOFON

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

COÖRDINATIE, REDACTIE EN EINDREDACTIE
Marc Cleutjens
Ans van Sligtenhorst
Henk van Zanten

FOTOGRAFIE
Iep Bergsma Fotografie
Rick den Besten,
Het Kontakt Mediapartners
Suzanne Heikoop, SHe Fotografie
NNP-leden
Tessa Renes, BrugMedia
COVERFOTO: Rick den Besten - Soportales del Rastrillo, Eivissa (Ibiza-stad)

REDACTIESECRETARIAAT EN ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Ans van Sligtenhorst

Bureau NNP
Hogebrinkerweg 10
3871 KN Hoevelaken
tel.: 033 – 448 16 50
e-mail: nnpnl@nnp.nl
website: www.nnp.nl

ALGEMEEN BESTUUR NNP
Roy Keller (voorzitter)
Niels Ackermans
René Bakelaar (penningmeester)
Rick den Besten
Johan van der Kolk
Jolanda de Rijk
Frank van der Sman
Henk van Zanten

VORMGEVING EN DTP
Jeroen Steneker
West Media, Naaldwijk

DRUK
Rodi Media,
Diemen

Het bestuur van de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) is dit kalenderjaar uitgebreid met drie nieuwe leden. In de vorige editie van NNP Nieuws stelde Jolanda de Rijk, directeur van Enter Media in Weesp, zich uitgebreid voor. In dit nummer aandacht voor de nieuwe bestuursleden Niels Ackermans en Frank van der Sman.

NIEUW BESTUURSLID FRANK VAN DER SMAN (TELSTAR MEDIAGROEP):

‘Lokale nieuwsmedia naar een hoger niveau tillen’

‘Het bestuur van de NNP zit barstensvol kennis. Ik vind het eervol een steentje bij te mogen dragen.’ Commercieel directeur Frank van der Sman (40) van de Telstar Mediagroep in Pijnacker geniet van de vergaderingen en bijeenkomsten die hij als kersvers bestuurslid van de Nederlandse Nieuwsblad Pers bijwoont, inclusief de sportieve NNP-dag op de KNVB-campus in Zeist waar hij werd geïnstalleerd en de onvergetelijke jubileumtrip naar Ibiza.

De lat ligt hoog bij de NNP, ook als het aankomt om het organiseren van de jaarlijkse hoogtijdag voor de lokale journalistiek op een aansprekende locatie. Het mee organiseren van dit soort evenementen behoort tot Franks portefeuille, die verder vooral ‘algemene’ zaken omvat. ‘Ik praat graag mee over alles wat binnen lokale nieuwsmedia belangrijk of actueel is’, licht Frank toe. ‘Ik vertrouw erop dat ik vanuit mijn achtergrond nieuwe inzichten toevoeg.’

WARME EN LEUKE CLUB

Frank vertelt dat voorzitter Roy Keller hem meermaals polste om toe te treden tot het NNP-bestuur. ‘Ik heb bedenktijd gevraagd en was tweemaal toehoorder alvorens ik volmondig ja zei’, blikt hij terug. ‘Een bestuurslid moet zich volledig kunnen inzetten. Na een paar maanden besef ik dat ik me binnen de NNP ook ontwikkel. Ik heb een enorme drive om lokale nieuwsmedia naar een hoger plan te tillen en deze vereniging is daarvoor een prima platform.’
De NNP omschrijft Frank als een warme en leuke club. ‘Wat mij opvalt is dat de NNP zware dossiers professioneel oppakt. Denk aan de coronasteunregeling met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en de strijd tegen de ja/ja-sticker. Veel uitgevers hebben daar veel waardering voor en sluiten zich aan.’
Dat lokale nieuwsmedia het grootste bereik hebben, zoals het Commissariaat voor de Media recent aantoonde, is een opsteker. Frank, fier: ‘Bij de presentatie regende het felicitaties aan ons adres.’

DOORGROEIEN

Binnen het managementteam van de Telstar Mediagroep is Frank onder meer verantwoordelijk voor vijf mediacentra: Telstar (Pijnacker), Groot Hellevoet (Hellevoetsluis), Talvi (Uden), DAS (Deurne) en Arena (Schaijk). ‘In de praktijk betekent dit dat ik structureel op elke locatie kom en belangrijke zaken agendeer en bespreek. Daarnaast ben ik de direct leidinggevende van alle commerciële en redactiecollega’s bij Telstar, Groot Hellevoet en DAS. Alle kantoren hebben een grote eigen verantwoordelijkheid, veel kwaliteit en leuke collega’s. Dat werkt ontzettend fijn.’
Pakweg twintig jaar geleden klopte Frank als stagiair aan de voordeur van Telstar, de zelfstandige huis-aan-huiskrant die destijds in zijn woonplaats Pijnacker verscheen. ‘Daarna werd het telefonisch verkopen van advertenties een bijbaantje. Later werd ik fulltime media-adviseur en was ik verantwoordelijk voor De Eendracht in Nootdorp.’ Voordat hij toetrad tot het management van de Telstar Mediagroep, was Frank media-adviseur bij nieuw verworven titels in Leidschendam en Voorburg. ‘Ik ben blij met alle doorgroeimogelijkheden die de uitgeverij me heeft geboden.’

INNOVATIE

Als commercieel directeur maakt Frank zich sterk voor een nog groter bereik van alle titels van de Telstar Mediagroep, ook online. ‘Ik houd van innovatie die bijdraagt aan een nog grotere leesdichtheid. Ons nieuwste instrument is een nieuwsapp die we samen met de appbouwers van Pinch voor alle titels ontwikkelen.’

Niels Ackermans

NIEUW BESTUURSLID NNP: NIELS ACKERMANS (RODI MEDIA):

‘Liever niet langs de zijlijn staan’

Warm. Met één woord omschrijft Niels Ackermans (49) uit Purmerend zijn kennismaking met het bestuur van de NNP in 2022. De directeur van Rodi Media kijkt met plezier terug op de NNP-dag in Zeist waar hij werd geïnstalleerd als bestuurslid. Ook genoot hij met volle teugen van de jubileumreis die de NNP in september ondernam naar Ibiza. ‘Ik wil graag kennis delen en de NNP is daarvoor het juiste platform.’

De NNP is niet nieuw voor Niels, die al sinds 1996 werkzaam is in de lokale nieuwsmedia. ‘Ik ken veel mensen die binnen de NNP actief zijn of zich ermee verbonden voelen al vele jaren. Het voordeel van de jaarlijkse NNP-dag en een feestelijke reis naar Ibiza is dat er op die momenten meer tijd is om elkaar beter te leren kennen, gemakkelijker successen gedeeld worden of juist geëvalueerd wordt waarom sommige ideeën minder goed uit de verf komen.’

TOEWIJDING EN INZET

Niels voelt zich thuis binnen het NNP-bestuur. ‘Het was een bewuste keuze om aan de oproep van voorzitter Roy Keller gehoor te geven’, blikt hij terug. ‘Lid worden van een bestuur vraagt toewijding en inzet, dat doe je er niet even bij. Als directielid van Rodi Media weet ik hoe belangrijk de NNP is. Denk aan de coronasteunregeling die met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) is opgetuigd. Het was dus een bijna logische stap om me aan te sluiten.’
Namens het NNP-bestuur onderhoudt Niels met Jolanda de Rijk warme banden met het SvdJ. In zijn portefeuille zit ook het vraagstuk rondom het stukloon voor bezorgers. ‘Daarnaast houd ik me bezig de verspreiding van lokale nieuwsmedia. Momenteel is de Vereniging van Weekbladverspreiders in oprichting en ook daar word ik bestuurslid om nauw betrokken te zijn bij actuele ontwikkelingen die hiermee te maken hebben, zoals de discussie over de ja/ja-sticker.’

Jolanda de Rijk
Frank van der Sman

SAMENWERKING LOONT

De in Amsterdam geboren Niels begon ooit als media-adviseur bij de huis-aan-huiskrantentak van De Telegraaf. Lang geleden stond hij mee aan de wieg van het Noord-Amsterdams Nieuwsblad, een titel die nog altijd door Rodi Media wordt uitgegeven. Daarna werkte hij bij zijn huidige werkgever als verkoopmanager; twee jaar geleden trad hij toe tot de directie. ‘Samenwerking loont en daarom heeft het voor mij én Rodi Media meerwaarde om toe te treden tot het NNP-bestuur’, zegt Niels.
Hij vervolgt: ‘Ik ben iemand die liever niet langs de zijlijn staat, maar onderneemt en uitdagingen oppakt. Ik bespeur die ambitie ook bij de andere bestuursleden. Toen het Commissariaat voor de Media eind september haar onderzoek naar de rol van lokale nieuwsmedia in de lokale en regionale democratie presenteerde, was ik present met collega-bestuurders Jolanda de Rijk, Frank van der Sman en Rick den Besten. Het onderzoek onderstreept het belang van lokale nieuwsmedia en het is belangrijk dat we onze regierol als NNP pakken.’

NNP neemt afscheid van ‘snelle denker’ René de Lange

Innovatief, koersvast, doelgericht en debatsterk. Met deze vier woorden omschreef NNP-bestuurslid Rick den Besten scheidend collega René de Lange. Tijdens de laatste NNP-dag, gehouden op de KNVB-campus in Zeist, nam de in Volendam opgegroeide Texelaar afscheid als bestuurder van de Nederlandse Nieuwsblad Pers. René was vijftien jaar actief.

De algemene ledenvergadering van de NNP was het moment waarop René dit jaar werd uitgeluid. In 2007 trad hij als toenmalig directeur-uitgever van de Texelse Courant toe tot het NNP-bestuur. Hij deed dat tegelijkertijd met hoofdredacteur Rick den Besten van Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan. Tussen beide bestuursleden ontwikkelde zich een collegiale samenwerking én een hechte vriendschap, zo memoreerde Rick in zijn afscheidsrede.

ENERGIEGEVEND

René was binnen het bestuur ‘de slimme accountant en de snelle denker’, aldus Rick. René zelf omschreef zijn vijftien NNP-bestuursjaren als ‘energiegevend’. ‘Lid zijn van het NNP-bestuur bood mij alle gelegenheid kennis en ideeën naar het op afstand gelegen Texel te halen’, blikte hij terug. De excentrische ligging van Texel, samen met de strakke vaartijden van de veerboot, waren voor René nooit een hindernis om naar het vasteland te komen en de NNP te dienen.
Jaarlijks ontving hij het NNP-bestuur gastvrij op ‘zijn’ Waddeneiland. Naast bestuursvergaderingen in het door hem fraai gerestaureerde Polderhuis in Den Burg, organiseerde René tal van ontspannende activiteiten, zoals fiets- en solextochten, een bezoek aan een strandjutter en natuurlijk een kennismaking met de culturele en culinaire rijkdom van Texel. Menig bestuurslid werd getroffen door de verborgen schoonheden van het Waddeneiland, die René onderweg trots liet zien.

OP DE NNP-KAART

Rick sprak in Zeist de hoop uit dat Texel in de toekomst weer vertegenwoordigd wordt in het NNP-bestuur. ‘Over twee jaar neem ik afscheid. Is het een idee dat hoofdredacteur Job Schepers van de Texelse Courant dan klaarstaat om de vacante bestuurszetel in te nemen en Texel weer op de NNP-kaart te zetten?’

BDU print

Dé specialist in krantendruk!

Flexibiliteit, kwaliteit en betrouwbaarheid.

Onze drukkerij heeft als enige in Nederland een aantal uitzonderlijke mogelijkheden voor productie van speciale features binnen een kranten product. Dit zijn onder andere:

- **2 pagina-sprong tot 48 pagina's omvang**
- **vanaf 48 pagina's 4 pagina-sprong**
- **Katernen achter elkaar in plaats van in elkaar**
- Hechting door middel van lijmen
- Verschillende katernen (of magazine) op verschillende papiersoorten
- Drukken van (meerdere) staande stroken in- en om de krant
- **Magazine-producties tot 96 pagina's**
- Maximaal 6 katernen met daarin maximaal 2 magazines

Bekijk de mogelijkheden op

bduprint.nl!

Marconistraat 10-14, 3771 AM Barneveld

KNVB BIEDT IN ZEISTER BOSSEN GASTVRIJ ONDERDAK AAN JAARLIJKSE NNP-DAG

NNP voelt zich prima thuis in voetbalwalhalla

Nee, bondscoach Louis van Gaal liet zich niet zien. Maar de NNP-dag op de zonovergoten KNVB Campus stond woensdag 18 mei voor een groot deel in het teken van het voetbal. Het lommerrijke complex in Zeist ademt topsport en was de perfecte locatie voor de jaarlijkse hoogtijdag van de lokale journalistiek in Nederland. Het regende niet alleen journalistieke prijzen op de 'Middenstip van Nederland'. Ook de beste NNP-footgolfers ontvingen in de Zeister bossen een uitbundig eerbetoon.

De NNP-dag op de KNVB Campus gaat ongetwijfeld de geschiedenisboeken in als de meest sportieve ooit. Bijna alle leden, vrienden en sponsors die present waren in Zeist, werden geselecteerd voor een uitdagend potje footgolf, dat rondom het bondsgebouw, het sportmedisch centrum, het trainingscentrum en de voetbalvelden van de KNVB werd gehouden. Vanwege de vele aanmeldingen moest het footgolf in twee etappes afgewerkt worden.
NNP-bestuurslid Johan van der Kolk huldigde daarom twee winnende equipes. Het viertal Duncan Whyte (Texelse Courant) Dick Ranzijn (Rodi Media), Frank van der Sman (Telstar Mediagroep) en Gert Klok (Eilanden-Nieuws) werd net als het driemanschap Coen Berendse (West Media), Dennis de Jongste (Xebius Media Groep) en Almar van Lohuizen (BrugMedia) verrast met een vaantje, een bal én natuurlijk een glimmende beker.

TOPSPORTKLIMAAT

De NNP-dag begon in Zeist met de algemene ledenvergadering (ALV) en een even gezonde als sportieve lunch, die helemaal aansloot bij het topsportklimaat dat de KNVB op haar campus heeft gecreëerd. In optimale omstandigheden bereiden alle Nederlandse vlaggenteams zich hier voor op interlands en internationale toernooien. Operationeel manager Jacco Rozenberg en sportperformance diëtist Naomi Brinkmans staan met hun team elke dag klaar om zowel voetballers als KNVB-gasten te trakteren op topsportbeleving.
En die beleving bood ook de NNP-dag. Aan de hand van creatief gemonteerde introductiefilmpjes van Mick van Herk van Soep Media werden de NNP'ers door het programma geloodst en zagen ze directeur Peter Smet van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek een (online) pleidooi houden voor versterking van de lokale journalistiek. Smets collega's Quint Kik, Nina Rijnierse en Hugo Roosenschoon waren in Zeist aanwezig om de banden met de NNP verder aan te halen.

DRIE DOELSTELLINGEN

Voorzitter Roy Keller beet het spits af met zijn jaarrede waarin hij kort terugblikte op de coronapandemie. 'Zo zie je elkaar twee jaar niet, zo ontmoet je elkaar binnen acht maanden tweemaal', refereerde hij aan de NNP-dagen van 22 september 2021 in Arnhem en 18 mei 2022 in Zeist.
Keller somde drie doelstellingen op die het bestuur van de NNP onlangs heeft geformuleerd. Allereerst wordt ingezet op het behoud van de ja/ja-, ja/nee- en nee/nee-sticker en blijft de NNP zich met hand en tand verzetten tegen de dreigende komst van een digitale brievenbussticker. 'De eerste slag hebben we gewonnen, maar het proces is nog in volle gang en eist onze aandacht op.'
Met de benoeming van drie nieuwe bestuursleden acht de NNP zich volgens Keller in staat meer en betere workshops aan haar leden aan te bieden. De ALV stond unaniem achter de voordracht van bestuursleden Niels Ackermans, Jolanda de Rijk en Frank van der Sman. 'De vernieuwingsslag die eerder is ingezet, gaat voort en resulteert in een reeks nieuwe workshops', zo beloofde de voorzitter.

OP DE BARRICADEN

In Den Haag wil de NNP haar stem nog vaker later horen, zo omschreef Keller de derde doelstelling. 'Staatssecretaris Gunay Uslu wil onze uitgevers bezoeken, zo heeft ze in NNP Nieuws beloofd. We ontvangen haar met open armen en zullen duidelijk maken dat wij de hoeders van de lokale democratie zijn. De lokale krant was, is en blijft belangrijk en wij staan op de barricaden om duidelijk te maken dat de burger het beste bereikt kan worden met de lokale krant.'
Met enige zorg blikte Keller vooruit. Na twee jaar corona zorgt de in maart begonnen oorlog in Oekraïne voor ongekende effecten op de wereldeconomie. 'Die effecten laten ook de omzet van uitgevers van lokale nieuwsmedia niet onaangeroerd', klonk het bezorgd. 'Tel daar de explosieve stijging van papier- en energieprijzen, de stijgende bezorgkosten én de discussie over de digitale brievenbussticker bij op en je hebt het script voor een horrorfilm. Gelukkig heeft de pandemie ons geleerd dat wij uitgevers tegen een stootje kunnen. Wat we óók weten: het is cruciaal om goed georganiseerd te zijn. En dat zijn we bij de NNP.'

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADJOURNALISTIEK 2022: BAARNSCHE COURANT

‘Evenwichtig beeld schetsen

‘De manier waarop de Baarnsche Courant is omgegaan met de recente ontwikkelingen rond paleis Soestdijk is uniek in de geschiedenis van onze krant.’ Eindredacteur Christine Schut is trots op het winnen van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2022. Vanaf het moment dat de rijksoverheid in 2017 besloot het paleis in de etalage te zetten, verdiepte ‘Soestdijk-watcher’ Eugène Leenders zich in alle ontwikkelingen die zich rondom het iconische rijksmonument afspeelden.

‘Royal Park Live’ is een concertcyclus in de tuin van Paleis Soetsdijk. Baarnaars kunnen er op de fiets naartoe. ‘Hoe leuk is dat?’

‘Geloof me, dossier Soestdijk is nog lang niet gesloten’, steekt Eugène van wal. Vijf jaar nadat het vroegere woonpaleis van koningin Juliana en prins Bernhard werd verkocht en na een aanbestedingsprocedure in bezit kwam van de MeyerBergman Erfgoed Groep, sleept de discussie in Baarn over de toekomst van paleis en park zich voort.

Als freelance journalist van de Baarnsche Courant - een abonnementenkrant van BDU Media die driemaal per week verschijnt - zette Eugène zijn tanden in de plannen die voor Soestdijk werden en worden bedacht. En is hij er vaak te vinden, bijvoorbeeld als er popconcerten zijn in de zomercyclus Royal Park Live. ‘Lekker op de fiets naar Sting, hoe leuk is dat?’

VOER VOOR JOURNALISTEN

‘Iedereen in Nederland kent Soestdijk van de vroegere defilés op Koninginnedag’, verduidelijkt Eugene. ‘Alles wat je schrijft over het paleis, vooral in de Baarnsche Courant, heeft een hoge attentiewaarde omdat alle inwoners van Baarn het als hun eigendom zien. Hier leeft het gevoel dat Soestdijk van ons is en dat je daar voorzichtig mee om moet gaan. Daarom waren de meeste mensen woedend toen staatssecretaris Raymond Knops op 20 december 2017 de handtekening onder de koopovereenkomst zette.’
Meer dan 120 initiatiefnemers, ondernemers en projectontwikkelaars hadden zich tot dan toe gebogen over Soestdijk en allerlei plannen bedacht. ‘In Baarn

Christine Schut en Eugène Leenders poseren voor Paleis Soestdijk.

van dossier Soestdijk’

Zicht op Paleis Soestdijk.

heerste destijds veel onbegrip dat paleis Het Loo in Apeldoorn voor 120 miljoen euro werd gerestaureerd en paleis Soestdijk over de schutting werd gegooid’, blikt Christine terug. ‘Zo’n dossier is veel te groot voor een bescheiden gemeente en de kiem was gelegd voor een brede discussie. Voer voor ons journalisten!’

COMMENTAAR

Eugène verdiept zich al veertig jaar in alles wat in en om Soestdijk gebeurt. Hij schreef met collega Hanneke Kiel-de Raadt al eens een interessant boek (‘Op de stoep van Soestdijk’) over gewone Baarnaars die regelmatig in en om het paleis te vinden waren en heeft uitstekende contacten om het dossier uit te diepen in interviews, reportages en achtergrondverhalen. ‘Christine heeft me alle ruimte gegeven om de kolommen van de Baarnsche Courant regelmatig te vullen met dit dossier’, zegt hij. ‘Daarnaast heeft de redactie alle andere middelen ingezet, zoals sociale media en liveblogs tijdens bewogen raadsvergaderingen. Het is echt teamwork.’

‘SOMMIGE TEGENSTANDERS NOEMEN ME EEN PALEISLAKEI. ACH...’
(EUGÈNE LEENDERS)

De redactie van de Baarnsche Courant heeft volgens Christine alles in het werk gesteld om alle meningen rondom de toekomst van Soestdijk te belichten. ‘Voor- en tegenstanders van nieuwbouw- en restauratieplannen komen aan het woord, net als mensen die de tuinen rond het paleis willen beschermen of inwoners die zich tot aan de Raad van State verzetten tegen de plannen van de nieuwe eigenaren.’ Eugène vult aan: ‘We hebben een evenwichtig beeld geschetst. Zo af en toe hebben we in een commentaar onze eigen mening door laten klinken.’

OP HET JUISTE SPOOR

Met dossier Soestdijk heeft de Baarnsche Courant zich als lokale krant onderscheiden. ‘Tijdens de coronacrisis werd duidelijk dat veel inwoners aan ons gehecht zijn. Ze vinden het belangrijk dat de abonnementenkrant bestaat en hebben ons gesteund door extra lidmaatschappen af te sluiten’, vertelt Christine. Eugène vindt het prettig dat hij na alle redactionele inspanningen nog steeds op het juiste spoor zit als een bijdrage aan dossier Soestdijk wordt toegevoegd. ‘Deze maand (september 2022 – red.) verschijnt een film van Frans Bromet die ‘Het nieuwe Soestdijk’ heet. Ik heb de film al mogen zien en kom tot de conclusie dat ik alle ontwikkelingen goed in kaart heb gebracht. Al noemen sommige tegenstanders me een paleislakei. Ach...’

FELICITATIES

Hoe het verder gaat met dossier Soestdijk durven Christine en Eugène niet te voorspellen. ‘Momenteel buigt de Raad van State zich over een reeks bezwaren en dat gaat nog minstens een halfjaar duren’, verwacht Eugène. Christine: ‘We hebben na het winnen van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek veel felicitaties gehad. Inwoners zien de prijs het als een erkenning van hun krant. Wij genieten er van, maar zijn ook weer aan het werk gegaan. Soestdijk staat niet stil.’

De jury van de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2022 bestond uit Froukje Nijholt, Lou Lichtenberg, Miranda van Dijk-Kedde en Simon Hofland.

Het team van de Baarnsche Courant ondervraagt het publiek over de toekomst van Paleis Soestdijk.

Christine Schut en Eugène Leenders poseren in Zeist met de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2022. Ze worden geflankeerd door genomineerden Alex Monster (rechts) van BDU Media en Gert Klok van Eilanden-Nieuws (links).

5 sterren
nieuwsapp bereikbaar voor iedereen
van de makers van de apps van NRC Media & De Telegraaf

Direct beschikbaar voor alle Pubble klanten

Een demo?

Erik Mooibroek
erik@pinch.nl
06 51007334

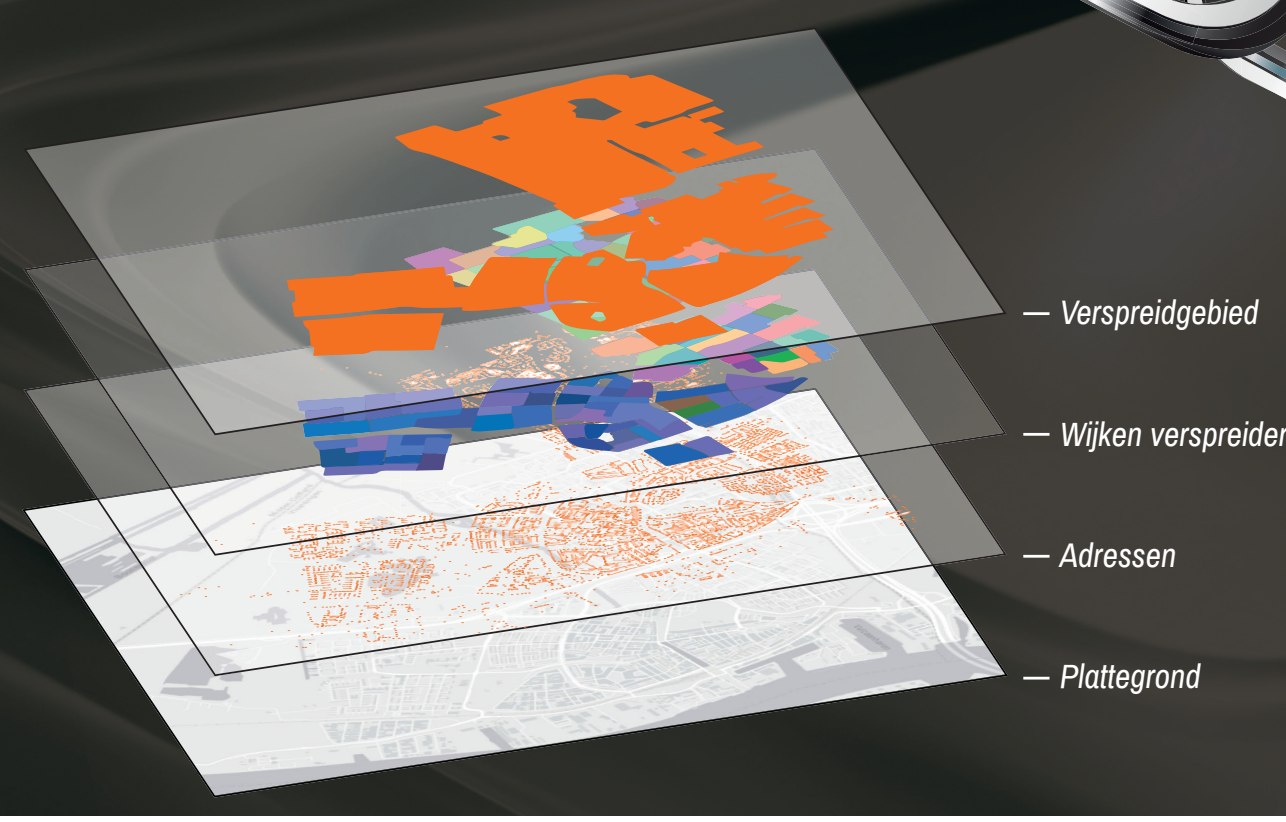
Media Apps
BY PINCH

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

SIMPLY DELIVER

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

NIEUWE ONTMOETINGEN EN KENNIS UITWISSELEN IN SPAANSE ZON

NNP viert uitgesteld jubileum op Ibiza

(Tekst: Job Schepers. Foto's: Rick den Besten)

'Zijn jullie helemaal naar boven geweest? Of zijn jullie op de nette paadjes gebleven? Is de auto wel vies? Anders telt het niet', lacht Rick ten Besten van Het Kontakt. Geef mannen een '4x4' en het worden weer jongens. Met een groep van veertig personen vierde de NNP op Ibiza haar uitgestelde 75-jarige verjaardagsfeest. Een trip waarbij gelachen en gedronken werd, maar waar ook actief kennis met elkaar werd gedeeld.

Ibiza, een locatie die niet iedereen zou verwachten voor een gezelschap dat bestond uit journalisten en uitgevers. Deze tropische locatie zorgde echter voor een dusdanig goede sfeer, dat het inspirerend werkte. Het werden vier onvergetelijke dagen en iedereen is het er achteraf over eens dat een diepe buiging voor Ans van Sligtenhorst en Henk van Zanten zeker op zijn plaats is. De twee konden helaas zelf niet mee, maar door een uitstekende voorbereiding liep alles op rolletjes.

Wat het duo goed heeft ingeschat, is dat deelnemers een voorkeur hadden voor een mix tussen programma en vrije tijd. Zo werd er een gezamenlijk geluncht en gedineerd en werd met een gids een wandeling door de oude stad van Ibiza gemaakt. Het is het laatste stukje pracht in een debacle van toeristische hoogbouw en clubs in de hoofdplaats van het Spaanse eiland. In de jeeps werd in viertallen het eiland verkend. 'Het is veel groener dan ik had verwacht. Ik vind het heel mooi hier', merkte Margret Ticheler van De Toren uit Hardenberg op. De meegegeven route was matig of de branche kan gewoon geen kaart lezen. Feit is dat bijna alle groepen direct overschakelden op Google Maps. De groep die dat niet deed, kwam een uur te laat voor de lunch.

'DE ORGANISATIE VAN IBIZA 2022 HEEFT DE LAT HOOG GELEGD'

STRANDBEDJES

De vrije tijd die was gegeven, werd door iedereen op een eigen manier ingevuld. Twee mensen gingen golfen, weer een ander ging een stuk wandelen of huurde een auto. De verstandigste groep besloot het simpel te houden. Onder de bezielende leiding van NNP-voorzitter Roy Keller huurde zij strandbedjes en deed bij temperaturen van 28 graden vooral zo weinig mogelijk.

'JE BENT MAAR ÉÉN KEER OP IBIZA'

Een deel van de groep koos voor een wel heel bijzonder uitstapje. Om drie uur 's nachts bezochten zij een show van dj David Guetta, een buitenkansje dat ze niet wilden laten lopen. Adrie de Bruijn van Pubble vond 'vijfduizend man en een bak herrie' in een zaal achteraf toch wat veel van het goede. 'Zeker voor negentig euro.' Spijt had hij overigens niet. 'Je bent maar één keer op Ibiza.'

Was het allemaal even journalistiek verantwoord? Wellicht niet. Maar op een informele manier in gesprek gaan over hoe om te gaan met bedreigingen en kansen in krantenland, is zeker waardevol. Mag je Canva gebruiken of is dat een absolute no go? In Pijnacker gruwelen de vormgevers ervan, bleek tijdens een discussie. Op Texel ook, zo gaf Job Schepers van de Texelse Courant en Texel dit Weekend aan, maar het wordt wel ingezet om een duidelijk gezicht te geven aan de Instagram-uitingen en winacties. Toen hij het resultaat liet zien aan zijn tafelgenoten, waren ze toch enthousiast. Sommige programma's zijn geen vervanging van vormgevers, maar een aanvulling.

CATAMARAN

Na een hoop gezelligheid, goed eten en veel minder regen dan verwacht, werd de laatste dag doorgebracht op een catamaran. Er werd gezwommen, weer gegeten en gedronken en er werd aangelegd bij een strandje. Juist daar ging het regenen en ondanks dat het gezelschap er wat verzopen bijliep, was de hilariteit groot. Eenmaal geland op Eindhoven Airport werd de reis onverwacht verlengd. Wegens personeelsgebrek konden de trappen niet bij het vliegtuig worden gereden en bleef het toestel veertig minuten gesloten. Kleinigheidjes houd je altijd...

De volgende trip staat gepland voor 2025. De organisatie van Ibiza 2022 heeft de lat hoog gelegd.

NNP PRIJS VOOR DE NIEUWSBLADFOTOGRAFIE 2022: JOHN WIJNTJES (HET KONTAKT)

‘Iedereen noemt zichzelf tegenwoordig fotograaf’

Met deze foto van dakloze Marco won John Wijntjes voor de derde maal op rij de NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie 2022.

‘Heb de jury omgekocht?’ ‘Er was zeker maar één inzending!’ John Wijntjes (1963) grinnikt als hij een paar grappen oplepelt die hij na het winnen van de derde NNP Prijs voor de Nieuwsbladfotografie op rij te horen kreeg van vakbroeders. Op de NNP-dag in Zeist sleepte John de prijs ditmaal in de wacht met een intrigerend portret van Marco, een dakloze in de Krimpenerwaard. ‘Als je naar Marco’s hoofd kijkt, zie je meteen dat dit iemand is die een hard leven leidt.’

Een paar maanden na de prijsuitreiking op de KNVB Campus in Zeist is John nog steeds een beetje verwonderd dat de jury opnieuw voor een van zijn foto’s heeft gekozen. En dat hij niet alleen de eerste prijs won maar ook een nominatie in de wacht sleepte, maakt deze prestatie nog specialer. ‘Ik vind het eervol dat ik nu voor de derde keer heb gewonnen, maar ik ga heus niet naast mijn schoenen lopen hoor’, klinkt het bescheiden. ‘Omdat ik nu driemaal op het podium heb gestaan, is het misschien tijd om een jaartje over te slaan.’

John is zelfstandig fotograaf sinds 1996 en werkt onder meer voor de edities Krimpenerwaard en IJssel- en Lekstreek van Het Kontakt Mediapartners in Goudriaan. Daarnaast fotografeert hij voor enkele gemeenten en middelbare scholen in de regio en is hij beschikbaar voor trouwreportages. ‘Mijn hart ligt bij de lokale fotojournalistiek’, benadrukt John. ‘Dat doe ik het allerliefst. Stuur mij op reportage naar een evenement om de hoek of laat me foto’s maken bij een sportwedstrijd waaraan clubs uit de regio meedoen. Ik werk graag met mensen die ik ken en houd van ons kent ons.’

NIET OPTIMAAL

De prijswinnende foto van Marco maakte John in opdracht van de redactie van Het Kontakt-editie Krimpenerwaard. ‘De krant was een dakloze op het spoor gekomen die al een tijdje rondzwierf in onze regio. Hij sliep in parken of op bankjes en kon niet aan woonruimte komen.’ Op de plek waar de foto gemaakt moest worden,

trof John de dakloze met zijn moeder aan. ‘De omstandigheden waren niet optimaal’, legt John uit. ‘En dat is een eufemisme. Marco zat in een piepklein kamertje dat helemaal vol stond met spullen. Er werd continu gerookt dus het was er bovendien heel mistig.’ Hij vervolgt: ‘Omdat er in die kamer zo weinig ruimte was, heb ik gekozen voor een close-up portret. De foto laat in één oogopslag zien dat Marco een hard leven leidt waarin alcohol en softdrugs alomtegenwoordig zijn. Tijdens het interview bleek ook dat hij ooit zwaar mishandeld was door de broers van zijn ex-vriendin. Heel heftig!’ John vertelt dat Marco een verstandelijke beperking heeft omdat zijn moeder tijdens de zwangerschap veel Pleegzuster Bloedwijn dronk. ‘Dit alles heeft zijn leven getekend. Mijn foto laat dat zien.’

PORTFOLIO

In het zomernummer van Villamedia verscheen in augustus een uitgebreid portfolio van Johns werk. Naast alle prijswinnende foto’s koos de redactie van het NVJ-vakblad voor een reeks opvallende prenten die het werk van de lokale fotojournalist verbeelden. Opvallend is dat John in Villamedia geen blad voor de mond neemt en kritisch is over een reeks actuele ontwikkelingen in de lokale journalistiek. ‘Waar ik vroeger een goede boterham kon verdienen en foto’s maakte voor meerdere kranten, zie je nu dat het aantal titels vermindert en fotografen de bakens moeten verzetten’, licht hij toe.

Wat hem irriteert is dat professionele fotografen steeds vaker worden verdrongen door vrijwilligers die gratis foto’s aan kranten aanbieden. ‘Iedereen noemt zichzelf tegenwoordig fotograaf’, moppert John. ‘In elke gemeente loopt tegenwoordig zo’n figuur rond dat met pensioen is, een dure camera om de nek heeft hangen en de markt verziekt door van elke gebeurtenis driehonderd foto’s op Facebook te gooien. Veel uitgevers zijn hier gevoelig voor en kiezen steeds vaker voor dit soort gasten. Daar heb ik moeite mee. Ik heb op de Fotovakschool gezeten, mijn opleiding zelf betaald en sta voor mijn vak. Ik word boos als zo’n pensionado opduikt die zich persfotograaf noemt en ervoor zorgt dat er straks geen fotografen meer zijn.’

GOEDE RECLAME

Het portfolio in Villamedia heeft John geen extra opdrachten opgeleverd. ‘Ik moet eerlijk bekennen dat ik het blad niet eens kende’, lacht hij. ‘Maar ik ben blij met alle aandacht, het is goede reclame voor de professionele fotografie.’

Hoe het met dakloze Marco gaat, weet John niet. ‘Ik ben hem snel na het interview weer uit het oog verloren, maar ik hoop dat het goed met hem gaat en hij zijn plekje heeft gevonden.’

De jury van de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie 2022 bestond uit Joost Berends, Merijn Stillebroer en Jeroen Wielaert.

FOTO LINKSBOVEN: *‘Ik wil naar school!’ Jamie uit Ouderkerk aan den IJssel poseert in de coronapandemie voor fotograaf John Wijntjes. De foto werd genomineerd voor de NNP-prijs.*

FOTO RECHTSBOVEN: *Een actueel beeld uit 2022: boerenprotest langs de N210 van Krimpen aan de Lek naar Schoonhoven.*

FOTO LINKSONDER: *John Wijntjes (midden) poseert met de twee andere genomineerden voor de Prijs voor de Nieuwsbladfotografie. Rechts winnend sportfotograaf Iman Fase, links Remko Vermunt.* (Foto: Rick den Besten).

FOTO RECHTSONDER: *Op het Bevrijdingsfeest in Lekkerkerk maakte John Wijntjes dit jaar deze foto van rapper Donnie.*

Siebe Kuipers is uitgever en mede-eigenaar van Sa!, dat huis-aan-huis verschijnt in Opsterland en delen van Heerenveen, Smallingerland en Weststellingwerf.

SIEBE KUIPERS VAN SA! MEDIA:

‘SA!, veel meer dan een krant’

‘De NRC van de huis-aan-huisbladen.’ Zo omschrijf uitgever en mede-eigenaar Siebe Kuipers (61) van Sa! Media de krant die hij met compagnon Arend Waninga wekelijks in een oplage van 20.000 exemplaren op de deurmat laat vallen. Die krant heet Sa! en wordt verspreid in alle kernen van de Friese gemeente Opsterland en delen van Heerenveen, Smallingerland en Weststellingwerf. Sinds 2022 is Sa! Media lid van de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Een kennismaking…

Bijna drie jaar geleden sloot Siebe zich aan bij het enthousiaste team dat onder regie van Arend Waninga aan Sa! werkt. Wat hem zo aanspreekt? ‘De bevlogenheid waarmee Arend deze krant in 2014 is begonnen en heeft uitgerold. Sa! is geen krant die gevuld is met 112-nieuws, maar verdiept zich in de gemeenschap. We hebben een grote interesse in lokale politieke ontwikkelingen en volgen elke raadsvergadering op de voet omdat daar besluiten worden genomen die inwoners rechtstreeks raken. Daarnaast staan human-interestverhalen bij ons hoog in het vaandel en belichten we natuurlijk ook gouden en diamanten bruiloften.’

TOEKOMSTVISIE

Siebe kwam bij Sa! Media in beeld toen de advertentiemarkt onder druk stond en een ambitieus plan werd ontwikkeld om een zogeheten 2.0 versie van Sa! te maken. ‘Naast het uitgeven van een wekelijkse papieren krant zijn we sindsdien veel meer online gaan publiceren. Met een gemeentelijke subsidie hebben we een toekomstvisie opgesteld waarin we de plannen voor onze online aanpak hebben uitgewerkt. Daarnaast hebben we onze organisatie beter gestroomlijnd en werken we dankzij Pubble een stuk efficiënter.’

Siebe vervolgt: ‘We zijn onze vleugels gaan uitslaan op sociale media en hebben geïnvesteerd in video. We maken met moderne camera-apparatuur reportages, organiseren livestreams en in onze studio is ruimte voor het opnemen van podcasts of het houden van webinars. Dat maakt Sa! veel meer dan een krant, ook omdat we samen met ondernemers in onze regio bekijken welk kanaal het beste aansluit bij hun specifieke communicatiebehoefte.’

TIPI

Het team van Sa! bestaat uit vijftien medewerkers, waarvan ongeveer 70 procent als zzp’er het merendeel van de beschikbare tijd besteedt aan journalistieke producties. Om zichtbaar te zijn in alle kernen heeft de uitgeverij een tipi die regelmatig opduikt tijdens activiteiten en evenementen. ‘Met deze tipi zijn we duidelijk aanwezig en halen we ‘tipische’ verhalen op’, lacht Siebe. ‘De tipi is een ontmoetingsplek voor lezers en adverteerders en een thuisbasis voor het maken van video-opnamen.’

De keuze om lid te worden van de Nederlandse Nieuwsblad Pers werd gemaakt tijdens de NNP-dag op de KNVB-campus in Zeist. ‘Ik vind het fijn onderdeel te zijn van een groep mensen die met hetzelfde bezig is: kranten maken’, motiveert Siebe de stap. ‘Lid zijn van de NNP betekent voor ons sparren met collega’s, kennis ophalen en feeling houden met ontwikkelingen die elders in het land gebeuren. Dat de NNP zich in de coronacrisis enorm heeft ingespannen voor lokale uitgevers is misschien wel de belangrijkste reden voor Sa! Media om aan te sluiten.’

ZO IS HET!

Siebe grinnikt als naar de betekenis van de opvallende krantennaam Sa! wordt gevraagd. ‘Sa!, mét uitroepteken, is een woord dat we in Friesland uitspreken als iets is afgerond of klaar is. ‘Sa!’ betekent zoiets als ‘Zo!’ of ‘Zo is het!’.’

De studio van SA! Media biedt onderdak aan allerlei online activiteiten, zoals podcasts en webinars.

A.M. BANDAPRIJS 2022: UITGEVERIJ DE BODE (ZUNDERT)

‘In onze jaarboeken bundelen we alle bijzondere verhalen’

Uitgeverij de Bode verrast de lezers van alle vijftien edities in West-Brabant en Midden-Zeeland sinds 2020 met een lijvig jaarboek. Daarin blikt de redactie van elke titel uitgebreid terug op het nieuws van het afgelopen jaar en presenteren grote en kleine ondernemers zich in prettig leesbare advertorials. Op de jaarlijkse NNP-dag in Zeist werd het jaarboekidee bekroond met de A.M. Bandaprijs.

Monique Elst van De Bode (midden) poseert in de beeldentuin van de KNVB-campus in Zeist. Ze wordt omringd door de andere genomineerden voor de A.M. Bandaprijs.

De A.M. Bandaprijs is in het leven geroepen om uitgevers van lokale nieuwsmedia die zich onderscheiden met innovatieve commerciële initiatieven in het zonnetje te zetten. Op de KNVB-campus in Zeist ging het team van Uitgeverij de Bode in Zundert er met de trofee vandoor. Nominaties waren er ook voor de Gezond & Fit-kwartaalbijlage van de Texelse Courant en de multimediale vacaturekrant Baandichtbij.nl van BDU Media.

LIJVIG NASLAGWERK

‘Het idee om een jaarboek samen te stellen, leefde al een tijdje’, vertelt financieel directeur en eigenaar Monique Elst van Uitgeverij de Bode. ‘De redacties van onze vijftien titels pakken elke week uit met mooie verhalen en het leek ons bijzonder die te bundelen en zo een langere levensduur te geven. Zo ontstaat een lijvig naslagwerk waarin alle gebeurtenissen van het voorbije jaar op een rijtje worden gezet.’
Naast interviews en reportages, die in sommige gevallen werden geactualiseerd, blikken alle redacties per maand terug op de acht meest in het oog springende gebeurtenissen. ‘Omdat 2020 voor een groot deel in het teken stond van corona, liep de pandemie als een rode draad door het eerste jaarboek’, vertelt Monique. ‘In 2021 was er natuurlijk ook aandacht voor de lokale gevolgen van corona. Gelukkig was er daarnaast ook meer ruimte voor andere berichtgeving omdat het openbare leven weer op gang kwam.’

ADVERTORIALS

Monique vertelt dat Uitgeverij de Bode serieus werk maakt van de jaarboeken. ‘Alle redacties hebben goed gekeken welke onderwerpen passend zijn om in een jaarboek terug te laten keren. Daarnaast hebben we veel aandacht besteed aan de vormgeving en is samen met de drukkerij gekozen voor een opvallend vierkant formaat dat in het oog springt. De jaarboeken tellen 96 tot 112 pagina’s.’
Om de uitgave van vijftien verschillende jaarboeken te kunnen financieren, bood Uitgeverij de Bode adverteerders de mogelijkheid om advertorials in een of meerdere jaarboeken te plaatsen. ‘Vaak waren dat lokale adverteerders, zoals de bakker of slager om de hoek. In andere gevallen meldden zich grotere klanten, zoals het Amphia Ziekenhuis in Breda dat in meerdere jaarboeken in de schijnwerpers stond. Alle advertorials werden geschreven door onze redacteuren.’

‘VRIEND VAN DE BODE’

Om de West-Brabantse en Zeeuwse lezers nog meer aan De Bode te binden, is de uitgeverij gelijktijdig met de lancering van het jaarboek begonnen met het initiatief ‘Vriend van De Bode’. ‘Als uitgever van huis-aan-huiskranten zijn we grotendeels afhankelijk van de inkomsten uit advertenties’, legt Monique uit. ‘Het nieuws bieden we gratis aan, maar we bieden onze lezers nu ook de mogelijkheid om vriend te worden. Als ze per jaar 29,95 euro betalen, ondersteunen ze niet alleen de onafhankelijke nieuwsvoorziening in hun eigen regio, maar krijgen ze ook elk jaar het jaarboek cadeau.’
Wie ‘Vriend van De Bode’ wordt, kan rekenen op meer voordeelacties. Monique: ‘We hebben onze vrienden verrast met een theepakket en een cadeaubon van een lokale bloemisterij. Onder onze vrienden hebben we ook toegangskaartjes verloot voor het Bloemencorso in Zundert. We broeden op plannen om in 2023 nog meer lezersacties op touw te zetten. En ik mag onthullen dat we ook over 2022 een jaarboek gaan samenstellen. Het loont dus écht om ‘Vriend van De Bode’ te worden.’

De jury van de A.M. Bandaprijs 2022 bestond uit Monique Hendriks en Jean van Dijk.

pubble
maakt uitgeven makkelijk

Alle sites draaien op het nieuwe platform

Zo werkt de website-service van Pubble

Een nieuwe rubriek, een extra bannerpositie of een andere volgorde op de homepage: een nieuwssite is nooit af. Pubble kan een toevoeging of een aanpassing snel uitvoeren. Met een rittenkaart is dat voordeliger.

In de afgelopen maanden hebben we alle webtitels omgezet naar een nieuw platform. Nu kunnen we sneller webaanpassingen doen zonder de stabiliteit te verliezen. Voor elke uitgever betekent dat meer flexibiliteit en maatwerk. Denk aan het toevoegen van een uitgelichte artikelenserie op de homepage, een commerciële seizoensinhaker of gewoon omdat je vindt dat je de website af en toe eens moet vernieuwen (groot gelijk!).

Vanaf 2023

Het werkt eenvoudig: bespreek de gewenste aanpassing of toevoeging met onze helpdesk en wij zorgen dat dat snel en correct wordt uitgevoerd. Per 1 januari 2023 gaan wij met deze website-service van start. De werkzaamheden worden gefactureerd à € 19,25 per kwartier. Ter indicatie: een aanpassing die past binnen de standaard van ons nieuwe platform ronden we binnen een half uur af.

Met de rittenkaart van € 250,- wordt de website-service handiger en voordeliger. De eerste 4 uur zijn vooraf betaald, het scheelt tijd aan administratie en het biedt een financieel voordeel. De rittenkaart geldt ook voor het aanpassen of aanmaken van vaste pagina's zoals contactgegevens en de nieuwste advertentietarieven.

Rittenkaart voor 4 uur website-service, dat scheelt kosten en tijd

Vraag de rittenkaart 2023 alvast aan via een mailtje naar helpdesk@pubble.nl.

Nieuw platform

"Wij merken een behoefte aan een verdere personalisering van de nieuwssites. Daar kunnen we nu beter en sneller op inhaken", zegt Pubble-ontwikkelaar Joris de Bruijn. "Daarmee schakelen we meteen de nieuwste technieken in. Om een voorbeeld te geven: de foto's zijn nu scherper en de SEO-score is nog beter."

Maatwerk

Kortom: elke uitgever kan de nieuwssite naar eigen smaak (laten) inrichten en/of aanpassen. Het nieuwe webplatform biedt daarvoor uiteenlopende mogelijkheden. Buiten deze standaard blijven we uiteraard ook specifieker maatwerk leveren, maar dat doen we in overleg en valt buiten de rittenkaart.

Een Pubble-training is altijd waardevol

Beter snappen is prettiger werken

Een Pubble-training is niet alleen handig voor nieuwkomers, ook wie zich een ervaren Pubble-gebruiker mag noemen, hoort graag wat er handiger kan. De ervaringen bij uitgevers en bij ons zijn positief.

Bij een Pubble-training vertelt een van onze specialisten hoe het systeem het best kan worden benut. Daarbij richten we ons op de dagelijkse praktijk binnen jouw uitgeverij. We geven je direct antwoord, uitleg en advies. Tegelijk gaan wij met de feedback aan de slag. Zo zijn onze (opfris)trainingen voor iedereen waardevol.

Redactie, verkoop en opmaak

De Pubble-trainingen zijn er voor redactie, verkoop en opmaak, zowel op locatie als via beeldverbinding. Vooraf nemen we het doel van de training door. Na afloop kent iedereen de specifieke mogelijkheden van Pubble beter, met als resultaat dat je er efficiënter en prettiger mee werkt. Meer weten? Bel vrijblijvend met Pubble voor meer informatie en een prijsopgave.

Benut je alle mogelijkheden online?

Meer omzet met PLUS-modules van Pubble

Natuurlijk, online-omzet wordt steeds belangrijker. Maar dat kan op meer manieren dan met banners alleen. Kijk eens naar onze extra modules waarmee je de (mobiele) website uitbreidt en de mogelijkheden voor online-omzet vergroot. Wij noemen het: Pubble PLUS.

➔ De ervaringen met de Pubble-training zijn positief, bij de uitgever en bij ons

Lees meer op deze pagina

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

Ook de mobiele doelgroep bereiken? Plaats de krantenadvertentie ook online, zonder extra werk.

Als lokale uitgever weet je als geen ander weet wat er speelt in jouw gebied. Dat leidt tot een sterke krant én een drukbezochte website. Met zo'n stevig onlinenieuwsmerk bouw je vervolgens verder aan een lokale community: een onlineplek waar mensen ook makkelijk naartoe gaan als ze andere informatie uit de buurt zoeken. Vacatures bijvoorbeeld, of de aanbiedingen van de lokale ondernemers.

Advertentie ook online

Zoals bekend plaats je in Pubble snel en makkelijk de nieuws- en agendaberichten door van krant naar online – en andersom. Dat geldt ook voor andere onderdelen van de krant: de advertenties bijvoorbeeld. Bij het inboeken is dat een kwestie van één vinkje zetten en de onlineprijs toevoegen. Meer niet! Plaatsing en facturatie gaan automatisch en er is geen extra opmaakwerk nodig.

Inzetten op vacatures

De klant is er blij mee: tegen (bijvoorbeeld) een geringe meerprijs is hij in de krant én online zichtbaar. Dus ook op mobiel. Dankzij de Vacature-module van Pubble is ook het doorplaatsen van een vacature uit de krant geen extra werk. De vacatures worden online getoond in een aparte sectie die makkelijk doorzoekbaar is. Zo bied je de lokale ondernemer een extra, goedbekeken kanaal in deze tijden van personeelskrapte.

> Zonder extra werk zet je advertenties en vacatures ook online

Daarnaast heeft Pubble eenzelfde handige doorplaatsmodule voor familieberichten.

Begin een nieuwsbrief

De nieuwsbrief is weer een andere manier om de betrokken doelgroep te bereiken of te vergroten. De cijfers spreken voor zich: liefst 93% van de Nederlanders is ingeschreven op een nieuwsbrief, terwijl 75% reageert op een link in de nieuwsbrief. Een goed voornemen voor 2023 is dus: begin een nieuwsbrief. Via een wekelijkse mail met de digitale editie van de weekkrant bijvoorbeeld. Een mailtje met de belangrijkste nieuwe berichten kan ook. Of allebei. Zo breng je je website structureel en effectief onder de aandacht. Het versterkt je onlinepositie in de lokale samenleving, maar de nieuwsbrief kan ook commercieel worden ingezet. Uiteraard is ook het maken en versturen van nieuwsbrieven in Pubble makkelijk en snel: als je wilt kan het zelfs helemaal automatisch.

Meer weten?

Op onze blog staat meer informatie over deze en andere Pubble PLUS-modules, zoals: premium content, de app-connectie, bedrijvengids, digitale editie en rubrieksadvertenties.

Ga naar blog.pubble.nl en kijk bij Pubble PLUS. Of maak een afspraak!

Welkom bij de Pubble-familie

Van Friesland tot Limburg en van de Achterhoek tot Walcheren: in 2022 mochten we de volgende uitgevers en titels van harte welkom heten bij de Pubble-familie.

Sa!, Journaal van Beekdaelen, Groot Eindhoven, Veldhovens Weekblad, De Havenloods, Heinink Media (o.a. de Wiezer en Week van Twenterand), Regio Media Groep (o.a. Nieuwe Meerbode en de Heemsteder), Quaeris Media (o.a. de Vlissinger en tijdschrift VIVACE) en Media Primair (o.a. de Hoefslag).
Rond de jaarwisseling rollen we de loper uit voor: Nieuw Volendam, Kempen Media (o.a. Hallo Horst aan de Maas), de Steenbergse Courant, Wijchens Weekblad Wegwijs, Weekkrant De Loop Helmond en het maçonniek tijdschrift VM.

meer gemak
meer overzicht
minder kosten

maak kennis
met Pubble

blog.pubble.nl
www.pubble.nl

ALEX MONSTER ADJUNCT-HOOFDREDACTEUR BDU MEDIA ÉN ONDERZOEKSJOURNALIST HET KOMPAS

‘In hele kleine stapjes een

‘Als ik niet in deze moordzaak was gedoken, was het dossier beslist in een bureaula blijven liggen.’ Alex Monster (44) onderstreept dat hij geen veren op zijn journalistieke hoed wil zetten, maar benadrukt ook dat zijn publicaties in Het Kompas hebben bijgedragen aan het weer tot leven wekken van het vastgelopen onderzoek naar de gewelddadige dood van Johan de Waal in Hardinxveld-Giessendam. De artikelenreeks leverde Alex een nominatie op voor de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek 2022.

In het dagelijks leven is Alex adjunct-hoofdredacteur bij BDU Media. Binnen die drukke baan blijft hij graag als schrijvend journalist werkzaam om naar eigen zeggen ‘feeling met het veld te houden’. ‘De regio waarin de moord op Johan de Waal is gepleegd ken ik goed. Ik spreek de taal van de mensen in deze streek en heb een persoonlijke fascinatie voor grotere zaken die in het gebied tussen grofweg mijn woonplaats Dordrecht en mijn werkplek Gorinchem spelen.’

MIJMEREND

Juist de ligging van het BDU-redactiekantoor in Gorinchem was begin 2021 aanleiding voor de start van een knap staaltje onderzoeksjournalistiek. ‘Mijn bureau kijkt uit op het Kanaal van Steenenhoek waarin het lichaam van Johan de Waal tien jaar geleden werd gedumpt. Op de redactie filosofeerden we wel eens hoe het met die zaak zou zijn en of de daders ooit gevonden zouden worden. Al mijmerend ontstond het idee om de moordzaak uit de anonimiteit te trekken.’

‘MIJN BELANGRIJKSTE TIP AAN ALLE LOKALE JOURNALISTEN: NEEM DE TIJD’
(ALEX MONSTER)

De inwoner van Hardinxveld-Giessendam werd in januari 2012 - vermoedelijk na een worsteling op een boerenerf - om het leven gebracht. Het levenloze lichaam werd negen maanden later, verzwaard met 65 kilo beton en kettingen, door vissers

Woensdag 19 januari 2022

DOSSIER JOHAN DE WAAL 15

Ina is bij toeval **‘oorgetuige’** in de zaak Johan de Waal

Kabaal, gillen en krijsen. Ina van Houwelingen slaat er 9 januari 2012 nauwelijks acht op als ze langs het huis van Johan de Waal fietst. Een dag later valt het kwartje wèl: Ina beseft dat ze ‘oorgetuige’ is in een vermissingszaak met -naar later blijkt- fatale afloop.

door Alex Monster

Fietsende meisjes blijken dochters getuige

Tips of informatie?

moordzaak ontrafelen’

gevonden. ‘In het onderzoek zijn ooit twee verdachten aangehouden, maar die zijn door gebrek aan bewijs vrijgelaten’, blikt Alex terug. ‘Het vermoeden bestaat dat de dader een bekende van het slachtoffer was of in elk geval goed bekend was met de lokale situatie. Ook lijkt vast te staan dat meerdere personen bij de moord betrokken zijn geweest. Zo’n verzwaard lichaam dump je niet alleen.’

VERTROUWEN WINNEN

Alex vertelt dat hij in de voorbereiding van een artikelenreeks in Het Kompas projectmatig te werk is gegaan. ‘Voordat er ook maar één letter over Johan de Waal werd gepubliceerd, ben ik vanaf februari 2021 gaan praten met betrokkenen. Familieleden en vrienden van het slachtoffer, buren, journalisten, advocaten, een oud-burgemeester, een begrafenisondernemer en natuurlijk rechercheurs van het onderzoeksteam. Ik heb me grondig verdiept in het slachtoffer en zijn omgeving en heb het vertrouwen gewonnen van de mensen met wie ik in gesprek wilde gaan.

Alex vervolgt: ‘Pas in november 2021 heb ik een publicatiestrategie gemaakt en verschenen wekelijks artikelen in Het Kompas.’ Die brachten de zaak hernieuwd aan het rollen. De politie richtte een coldcaseteam op dat alle losse eindjes in de moord op Johan de Waal weer aan elkaar probeerde te knopen. ‘Andere media doken ook op de zaak, zoals NRC, het Reformatorisch Dagblad en RTV Rijnmond. Daarnaast besteedde Opsporing Verzocht aandacht aan de zaak. Die uitzending leverde 110 tips op.’

GEEN VERLENGSTUK

De vraag werpt zich op hoe Alex erin slaagt zijn werk als adjunct-hoofdredacteur te combineren met onderzoeksjournalistiek. ‘Het geheim van mijn aanpak is dat ik alles in kleine stapjes doe en op die manier probeer deze moordzaak te ontrafelen. Dat is dus ook mijn belangrijkste tip aan alle lokale journalisten: neem de tijd. Omdat dit een zaak uit 2012 is, is geen sprake van tijdsdruk en bepaal ik zelf wanneer de tijd rijp is om te publiceren. Ook in 2022 schreef ik met enige regelmaat updates over de zaak. Ik onderhoud nog steeds nauwe contacten met het coldcaseteam.’

Omdat Alex niet beschikt over moderne opsporingstechnieken, is het lijntje met dat onderzoeksteam kort. ‘Ik ben beslist geen verlengstuk van de politie’, benadrukt hij. ‘Maar als ik een tip krijg, vraag ik altijd of de tipgever het goed vindt als die informatie gedeeld wordt met het coldcaseteam. Het allerbelangrijkst in deze zaak is vertrouwen. Ik heb ooit twintig uur met een vrouw gesproken die interessante informatie had over Johan de Waal. Aan het einde van het laatste gesprek gaf ze aan dat ze niet wilde dat ik erover zou publiceren. Met pijn in het hart blijven alle aantekeningen onuitgewerkt en zal haar verhaal nooit in Het Kompas verschijnen.’

Alex Monster poseert op de plek waar Johan de Waal in 2012 werd vermoord. Als onderzoeksjournalist verdiept de adjunct-hoofdredacteur van BDU Media zich sinds begin 2021 grondig in deze moordzaak. (Foto: Suzanne Heikoop).

Het Mediacentrum wenst jou fijne feestdagen en een succesvol

2023!

Hallo

collega-uitgever,

Het jaar loopt ten einde. Een moment om te reflecteren op het afgelopen jaar, maar vooral om vooruit te kijken. Het zal geen gemakkelijk jaar worden, maar er liggen ook vele mooie kansen.

Want de positieve resultaten uit het onderzoek van het Commissariaat voor de Media, de extra investeringen in lokaal nieuws vanuit de overheid en ons megagrootte bereik als lokale nieuwsvoorzieners, zijn een goede basis om op door te bouwen. Wij gaan er in ieder geval weer vol goede moed tegenaan! Jij ook?

Groeten,
Erhard Soeterbroek

P.s. Mochten we je ergens mee kunnen helpen, dan staan we ook in 2023 voor je klaar.

Dit is Het Mediacentrum

- Het opmaken van kranten en magazines voor maar liefst 17 uitgeverijen.
- Het opmaken van de gemeentepagina's voor 30 gemeentes.
- Verzorgen van optimale automatisering en kostenbesparing.
- Pubble-specialist: beheer en onderhoud van 17 verschillende Pubble-omgevingen en 42 Pubble-websites.
- Ondersteuning op het gebied van marketing en commercie.
- Een team van 24 specialisten op het gebied van DTP, ICT, marketing en design.

Het Mediacentrum biedt uitgevers van huis-aan-huisbladen en magazines een totaalpakket voor alles wat met uitgeven te maken heeft. Zij ontzorgt haar klanten maximaal door middel van professionele ondersteunende processen, zoals magazine- en kranten-opmaak, doeltreffende vormgeving en creatie, opmaak gemeentepagina's en complete Pubble-ondersteuning. Door deze werkzaamheden bij Het Mediacentrum uit te besteden, kan er een flinke structurele kostenbesparing worden gerealiseerd.

Het Mediacentrum werkt stap voor stap met de klant om tot een zo optimaal mogelijk resultaat te komen.

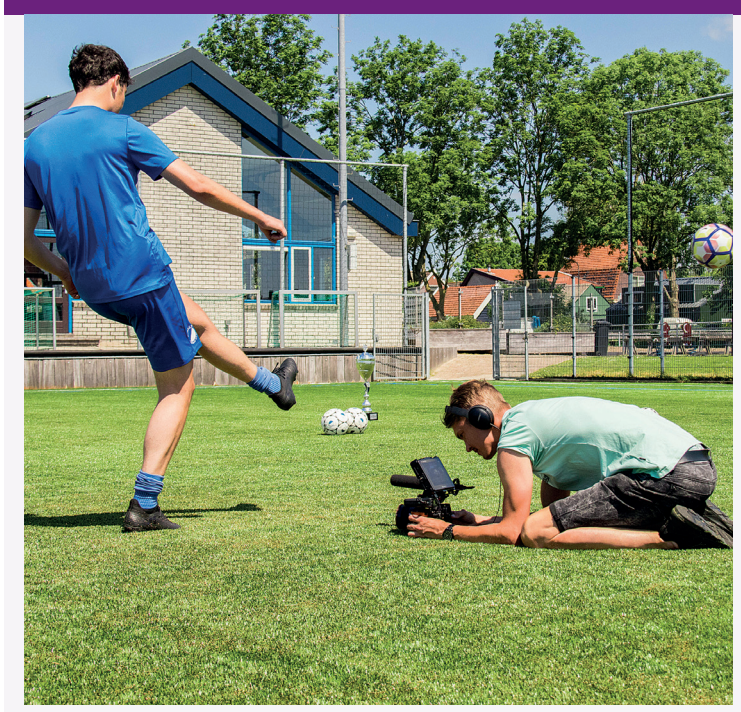
Het Mediacentrum

www.hetmediacentrum.nl

NNP AANMOEDIGINGSPRIJS ONLINE 2022: KIJK OP BODEGRAVEN-REEUWIJK

'Voetbal Challenge impuls

Acht amateurvoetbalclubs in de gemeente Bodegraven-Reeuwijk hebben in de zomer van 2021 meegedaan aan de eerste Jumbo Voetbal Challenge. Het idee werd bedacht door de redactie van Kijk op Bodegraven-Reeuwijk, de huis-aan-huiskrant van uitgeverij en multimediabedrijf Graficelly. De Jumbo Voetbal Challenge leverde een reeks professionele videofilms op YouTube én leuke artikelen in de krant op, maar was jammer genoeg geen online voltreffer. Er was wel veel lof op de NNP-dag…



'We kijken met gemengde gevoelens terug op de Jumbo Voetbal Challenge', bekent redacteur Key Tengeler van Kijk op Bodegraven-Reeuwijk. 'Natuurlijk waren we op de NNP-dag in Zeist heel blij met de aanmoedigingsprijs die ons ten deel viel. We hebben heel veel tijd en energie in het idee gestoken en dan is het leuk als je daarvoor waardering krijgt van vakgenoten. Terugkijkend vinden we dat ons mooie product onvoldoende onder de aandacht van de inwoners van onze gemeente is gekomen en dat is teleurstellend.'

TOEGEVOEGDE WAARDE

Key vertelt dat de Jumbo Voetbal Challenge in 2021 is bedacht om ook online meer in de schijnwerpers te komen. 'Kijk op Bodegraven-Reeuwijk is geen krant die 24/7 bovenop het nieuws zit en continu 112-berichten en andere snelle nieuwtjes deelt. Liever kiezen we voor een inhoudelijk sterke krant en zoeken we naar wegen om online van toegevoegde waarde voor onze lezers te kunnen zijn en die bijdragen aan de verbinding van inwoners. Een leuk voetbalspel met alle regionale clubs leek ons daarvoor zeer geschikt.'
De redactie ging met een professionele videoproducent en presentator aan de slag en bezocht op enkele zomerse draaidagen alle amateurclubs: VV Bodegraven, CVC Reeuwijk, VV De Rijnstreek, ESTO, Rohda '76, RVC '33, WDS en VV Zwammerdam. In een onderlinge competitie werden enkele voetballers van elke club uitgedaagd zo vaak mogelijk op de lat of de paal te schieten en daarmee punten te verdienen.
De winnende club kreeg een cheque ter waarde van 500 euro, te besteden bij een plaatselijke elektronicaketen. De nummers twee en drie ontvingen waardebonnen van dezelfde keten en konden boodschappen doen bij de supermarkt die zich als hoofdsponsor aan de competitie had verbonden. Alle deelnemende voetballers kregen bovendien een cheque die bij lokale modewinkels verzilverd kon worden.

Redacteur Key Tengeler (links) van Kijk op Bodegraven-Reeuwijk poseert me

SNEEUWBALEFFECT

Meteen na de zomervakantie publiceerde Kijk op Bodegraven-Reeuwijk filmpjes op YouTube waarin de voetballers in actie kwamen. In andere video's stelden alle clubs zich aan de kijkers voor. 'Daarnaast legden we de koppeling met de krant waarin verhalen, reportages en interviews over de Jumbo Voetbal Challenge verschenen', blikt Key terug. 'Jammer genoeg kwam er van het online sneeuwbaleffect dat we hadden verwacht niet zo heel veel terecht.
De clubs waren na de vakantie alweer bezig met het nieuwe seizoen en leken hun deelname vergeten.

voor groter online bereik’

hoofdredacteur Elly de Knikker op de KNVB-campus in Zeist.

Het bereiken van een groot publiek bleek lastig, ondanks het taggen van clubs, teams en spelers.’
Key beschouwt de Jumbo Voetbal Challenge ondanks de teleurstellende respons niet als een mislukking. ‘We zijn trots op ons product, maar we hebben ons ook vergist in de uren die ermee gemoeid waren. Als het bereik dan tegenvalt, is dat erg jammer.’ De redacteur van Kijk op Bodegraven-Reeuwijk spreekt van een ‘leerzaam traject’. ‘We zijn toevallig vandaag (20 september 2022 – red.) gestart met iets nieuws: de podcast ‘Oor op Bodegraven-Reeuwijk’. Samen met onze redactiecoördinator neem ik elke week het nieuws door dat in de krant staat en geef ik duiding aan actuele politieke ontwikkelingen. We blijven ons dus ontwikkelen.’

MEER NNP-PRIJZEN

De redactie van Kijk op Bodegraven-Reeuwijk viel in het verleden vaker in de prijzen op de NNP-dag. In het verleden won de huis-aan-huiskrant van uitgeverij Graficelly de Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek met een serie waarin jonge journalisten zich verdiepten in de werking van de lokale politiek. De Recreatiekrant werd enkele jaren geleden bekroond met de A.M. Bandaprijs.

JAWEL MEDIA

UITGEVERSSUPPORT

Parallelweg 7
Woudenberg (Gebouw Perron 7)
Tel: 033 - 2864711
info@jawelmedia.nl

JAWEL MEDIA SHOP

Activeer de button van "JAWEL Media" in uw dashboard van Pubble.

Met één druk op de knop zit u in de shop en kunt u kiezen uit:

- Themapagina's over Wonen, Tuinen, gezondheid, duurzaamheid, ouderen recreatie enz.
- Puzzels (Woordzoekers, Kruiswoord of Sudoku's).

Kijken kost niets en de tarieven zijn laag. Na bestelling heeft u het met een paar minuten in uw mail, opgemaakt en wel maar ook met alle losse elementen.

Makkelijker kan niet.
Voor vragen kunt u contact opnemen.

LOKALE NIEUWSPAGINA

Wekelijks een lokale pagina geleverd zonder er iets voor te hoeven doen.
Wij bieden het.

De LNP pagina heeft een actueel landelijk thema die wij lokaal aanbieden met een foto en lokale data. De thema's worden ruim van te voren doorgegeven.

Goedkoper, makkelijker en beter kan niet.

Een uitstekende aanvulling op uw lokale krant.

pubble OFFICIAL PARTNER LNP

KOOP LOKAAL & WIN

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

Wij faciliteren de actie en uitgevers zetten hun mediakanalen in.

De actie vergroot de lokale betrokkenheid, de krant wordt beter gelezen en de bereikcijfers van uw website stijgen enorm.

Het is een bewezen succesvol verdienmodel.

Wij informeren u graag vrijblijvend over deze actie.

BEL OF MAIL EN VRAAG NAAR MEER INFORMATIE

▷ 033 - 2864711 ▷ info@jawelmedia.nl

Ben jij al klaar voor een cookieloze toekomst?

Bedien je adverteerders optimaal, behoud je omzet
én waarborg de privacy van je bezoekers!

Scan de code of kijk op
www.optoutadvertising.com

optout

Rodi Media, BrugMedia, Kontakt Mediapartners en Enter Media gingen je al voor

TIM KLEIN HANEVELD VAN PINCH:

‘App heeft meerwaarde voor lokale nieuwsmedia’

Appbouwer Pinch heeft zich in 2022 als vriend aangesloten bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). De maker van apps voor bijvoorbeeld De Telegraaf en NRC en ondernemingen als Albert Heijn, Parkmobile en Qmusic wil volgens directeur Tim Klein Haneveld (46) graag bijdragen aan een vergroting van het (digitale) bereik van lokale nieuwsmedia. ‘Onze whitelabel-app voor het Nederland Dagblad kan door alle uitgevers op het Pubble-platform relatief eenvoudig ingezet worden.’

NIEUWE NNP-VRIEND

Recent onderzoek laat zien dat nieuwsapps momenteel de belangrijkste nieuwsbronnen zijn, meer nog dan tv, radio, sociale media en de krant. Pinch presenteerde in september de cijfers van de Nationale Nieuwsapp Monitor. Bij die gelegenheid werd ook bekend gemaakt dat regionale nieuwsapps niet onderdoen voor landelijke. ‘Tel daarbij de onderzoeksresultaten op die het Commissariaat voor de Media in dezelfde periode publiceerde en je beseft dat lokale nieuwsmedia ertoe doen’, zegt Tim.
Hij vervolgt: ‘De behoefte aan betrouwbaar lokaal nieuws is groter dan ooit. De stormachtige groei van het appgebruik laat zien dat je als uitgever, ook van een lokaal nieuwsmedium, in een grote behoefte kunt voorzien. De vele duizenden downloads bij landelijke kranten tonen bovendien aan dat er een behoorlijk abonneepotentieel is. Het is wel belangrijk dat je journalistieke kwaliteit biedt. Hoe mooi de app ook is, de content zorgt ervoor dat een hechte band met de lezer ontstaat of verder versterkt wordt.’

EXPERTISE

Waar de meeste landelijke nieuwsmedia al jaren vertrouwd zijn met een eigen app, staan lokale nieuwsmedia in Tims ogen aan de vooravond van eenzelfde beweging. ‘De expertise die we als Pinch hebben opgebouwd met uitgevers van landelijke kranten, gebruiken we voor het bouwen van lokale nieuwsapps. De onlangs gelanceerde app van het Nederlands Dagblad, dat gemaakt wordt met Pubble, bevat alle ingrediënten die ook toepasbaar zijn voor andere gebruikers van dit platform.’
Dit maakt dat een Pinch-app niet telkens opnieuw bedacht en ontwikkeld hoeft te worden en de drempel om zelf een app te hebben laag is. ‘De whitelabel-app bestaat eigenlijk uit twee versies’, legt Tim uit. ‘In de ene versie kiest de uitgever voor één app per titel. De andere versie omschrijven we als een soort kiosk: verschillende edities van een krantentitel worden in een en dezelfde app gepresenteerd. Het is aan de lezer om de eigen regio te kiezen.’
De appbouwers van Pinch kunnen in een tijdsbestek van drie tot vier weken een nieuwe app opleveren. ‘Het eindproduct ligt in wezen al op de plank. Een uitgever start met het aanleveren van een logo, het eigen lettertype, de vertrouwde huiskleuren en content die we via Pubble kunnen gebruiken om de app te vullen. Na een testfase kan de app gelanceerd worden en is deze te verkrijgen in de Apple- en de Google Play-store.’

KRITISCH EN ONAFHANKELIJK

Tim vertelt dat hij groot is geworden in een krantenbedrijf. ‘Ik ben opgegroeid in Culemborg, waar ik de Culemborgse Courant en De Zakengids (uitgaven van NNP-lid Het Kontakt Mediapartners – red.) las’, vertelt de directeur van Pinch. ‘Ik heb zo’n twaalf jaar bij TMG (nu Mediahuis Nederland – red.) gewerkt waar ook huis-aan-huiskrant De Echo werd uitgegeven. Journalistiek is een belangrijk onderdeel van onze samenleving, ook op lokale schaal. Het is belangrijk dat lokale media kritisch en onafhankelijk berichten over het nieuws, in de krant maar ook steeds meer in een app.’
Pinch werd in 2011 opgericht en telt momenteel zo’n veertig medewerkers die werken in Amsterdam en Málaga, waar eerder dit jaar een tweede vestiging is geopend. ‘De arbeidsmarkt is krap, zeker in ons werkveld’, vertelt Tim. ‘In Málaga en Córdoba vind je twee vooraanstaande universiteiten die veel talent voortbrengen waarop we graag een beroep doen. Een voordeel is dat de Nederlandse Pinchers zo nu en dan ook naar Spanje kunnen afreizen en in een zonnig klimaat apps kunnen bouwen.’

WWW.PINCH.NL

NU AANVRAGEN!

NNP verstrekt perskaart en parkeerkaart

Alle bij de NNP aangesloten uitgevers kunnen voor hun journalisten en fotografen de NNP-perskaart en parkeerkaart 2023 aanvragen. De kaarten worden zo snel mogelijk na aanvraag toegezonden.

Zowel de perskaart als de parkeerkaart zijn handige - en in sommige gevallen zelfs onmisbare - instrumenten bij de uitoefening van het journalistieke veldwerk. De kaarten bieden journalisten en fotografen van alle bij de NNP aangesloten uitgeverijen toegang tot bepaalde evenementen, publieke activiteiten en 112-incidenten.

De gepersonaliseerde kaarten worden aangeboden in een setje dat bestaat uit de pers- en de parkeerkaart. De kosten bedragen per setje 9,50 euro (exclusief BTW). Elke aanvraag dient te bestaan uit een digitale pasfoto, de naam van de aanvrager en de titel van de krant waarvoor de journalist of fotograaf werkzaam is. Aanvragen zijn welkom via e-mail: nnpnl@nnp.nl.

BEN KOOIMAN VAN KONINKLIJKE BDU PRINT:

‘Graag zichtbaar aanwezig in netwerk NNP’

NIEUWE NNP-VRIEND

Vriend worden van de NNP. Het was een van de eerste acties die Ben Kooiman (57) ondernam toen hij begin 2022 als salesmanager aan de slag ging bij Koninklijke BDU Print in Barneveld. ‘Als drukkerij denken we graag mee met onze klanten. Als vriend van de NNP voelen we ons nauw betrokken bij de kansen en uitdagingen waarvoor alle uitgevers staan.’

De betrokkenheid van de Koninklijke BDU binnen de NNP gaat ver terug. Oud-directeur Ton Roskam was jarenlang voorzitter van de vereniging van lokale nieuwsmedia, voormalig hoofdredacteur Jur van Ginkel van De Barneveldse Krant - ‘het kleinste dagblad van Nederland’ - gaf jarenlang enthousiast leiding aan een ‘genootschap’ van hoofdredacteuren binnen de NNP. Drukken doet BDU al sinds 1871.

ONTSPANNEN CONTACT

‘Voordat ik bij BDU Print aan de slag ging, werkte ik bij Hoekstra Krantendruk. Ik herinner me louter zinvolle en prettige samenkomsten met de NNP’’, vertelt Ben. ‘Toen ik de overstap maakte van Emmeloord naar Barneveld, heb ik meteen aangegeven dat ook BDU Print een vriend van de NNP moet zijn. Als drukker wil je er zijn voor je klanten en kun je via het netwerk van de NNP laten zien welke drukkwaliteit je kunt bieden.’

Hij vervolgt: ‘De NNP-dagen zijn altijd bijzondere bijeenkomsten voor de vrienden van deze vereniging. Meedoen aan de mediabeurs is belangrijk omdat je ontspannen contact hebt met bestaande en mogelijk ook nieuwe klanten. Er is tijd voor een praatje, je eet samen een broodje en je hoort van elkaar welke kansen en uitdagingen er zijn. Op een NNP-dag ontmoet je je collega’s eens op een andere manier en ga je altijd geïnspireerd naar huis.’

‘UITHANGBORDEN’

BDU Print maakt onderdeel uit van de BDU Holding en heeft een kleine veertig medewerkers in dienst die zes dagen per week dagbladen, weekkranten, magazines en specials drukken. Belangrijk is de druk van de ongeveer veertig eigen titels, waaronder natuurlijk De Barneveldse Krant die zes dagen per week aan het einde van de middag van de drukpers rolt. ‘Het drukken van de meeste weekbladen staat ingepland op de maandagen, dinsdagen en woensdagen’, licht Ben toe.

Trots is de salesmanager op de jarenlange verbintenis met het Reformatorisch Dagblad, dat al meer dan dertig jaar in Barneveld wordt gedrukt. Daarnaast wordt de drukpers vijf nachten per week ingezet voor een deel van de oplage van De Gelderlander, een van de dagbladen van De Persgroep. Andere ‘uithangborden’ die Ben graag noemt zijn de drukorders van Achterhoek Nieuws, Enter Media en niet te vergeten de zaterdageditie van NRC voor het Mediahuis.

IN DE SCHIJNWERPERS

De drukmogelijkheden bij BDU Print zijn legio, zo onderstreept de salesmanager. ‘Tien jaar geleden hebben we een hypermoderne drukpers geïnstalleerd die destijds groots in de schijnwerpers stond en ontzettend veel mogelijkheden biedt. Naast het drukken van kranten op tabloidformaat is het ook mogelijk A4-magazines op deze pers te maken. Je kunt deze magazines zelfs in dezelfde drukgang van een tabloid laten indraaien.’

Commercieel gezien is Ben enthousiast over de zogeheten ‘staande flap’ die op deze pers aan een krant kan worden toegevoegd. ‘De flap heeft een hoge attentiewaarde voor adverteerders en is dit jaar massaal door politieke partijen ingezet in hun campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen.’ Technisch gezien vindt hij de sprong van twee pagina’s in kranten tot 48 pagina’s aantrekkelijk. ‘Een uitgever die nog snel een extra advertentiepagina verkoopt, hoeft er niet meteen vier pagina’s bij te leggen en bespaart dus aardig op de kosten.’

KOPLOPER

BDU Print kan bogen op een historie van meer dan 150 jaar krantendruk. Ben: ‘We hebben de modernste krantenpers van Nederland en noemen ons koploper als het gaat om kranten drukken. Wekelijks drukken wij miljoenen kranten in zowel kleine als grote oplages, op tabloid- en magazineformaat.’

WWW.BDUPRINT.NL

DE KATWIJKSCHE POST: 100 JAAR LOKAAL, BETROKKEN EN BETROUWBAAR

‘Krant behoort tot het cultureel erfgoed van Katwijk’

De abonnees van De Katwijksche Post zijn in september verrast met een dubbeldikke jubileumeditie. Niet minder dan tachtig pagina’s bevatte de krant waarin het team van uitgeverij Verhagen uitgebreid terugblikte op een eeuw geschiedenis van De Katwijksche Post. De uitreiking van de erepenning van de gemeente Katwijk, als blijk van waardering voor honderd jaar journalistieke inzet, was natuurlijk voorpaginanieuws.

DE KATWIJKSCHE POST

Het voltallige college van burgemeester en wethouders van de gemeente Katwijk overviel de redactie van De Katwijksche Post op die vroege dinsdagochtend in september. Burgemeester Cornelis Visser, mét ambtsketen, verraste directeur Dirk Bouman, hoofdredacteur Teuntje van Delft en alle andere aanwezigen met de erepenning, een oorkonde, een bos bloemen en een taart waarop de foto van het gemeentebestuur prijkte. ‘Een bijzonder moment’, blikt Dirk (54) terug.

De directeur van uitgeverij Verhagen vertelt dat het eeuwfeest bescheiden is gevierd. Alle medewerkers werden in de feestweek verrast met een cadeaubon, een bloemetje en gebak. ‘Onze abonnees hebben een jubileumkrant ontvangen waaraan de redactie veel tijd heeft besteed’, aldus Dirk. ‘Zelf heb ik vol enthousiasme de advertentieverkoop voor mijn rekening genomen en mijn netwerk gebruikt. Op alle fronten was het een prachtige jubileumeditie.’

CULTUREEL ERFGOED

De geschiedenis van De Katwijksche Post gaat terug tot 1922. Sinds dat jaar bericht de krant volgens de website ‘over lokaal nieuws uit Katwijk, Rijnsburg en Valkenburg, nieuws dat daarmee te maken heeft en nieuws uit de regio’. ‘Ik durf te stellen dat de krant een fenomeen is in Katwijk en omgeving’, zegt Dirk trots. ‘De ‘Post’ is cultureel erfgoed en zonder twijfel het vlaggenschip van uitgeverij Verhagen. Waar we voor staan? Lokaal, betrokken en betrouwbaar.’

Uitgeverij Verhagen geeft De Katwijksche Post sinds 2002 uit; in dat jaar werd de titel overgenomen van uitgeverij Wouda die ophield te bestaan. ‘Bij de overname hebben we plechtig beloofd het levenswerk van Wouda voort te zetten’, vertelt Dirk. Dat lukt nog steeds, al erkent de directeur dat de coronajaren veel impact hebben gehad. ‘In de eerste maanden zagen we net als veel uitgevers de omzet kelderen.’

BEST ENG

De uitgeverij nam in die eerste coronamaanden maatregelen die effect sorteerden. ‘We zijn tijdelijk gestopt met onze huis-aan-huiskrant Katwijk Speciaal en zijn De Katwijksche Post overal gaan bezorgen. Dat was best eng, maar terugkijkend zie ik dat we een aantal fantastische kranten hebben gemaakt. De wervingsactie die erop volgde, heeft veel nieuwe abonnees opgeleverd. De kunst is deze nieuwe aanwas langdurig vast te houden. Ontlezing en vergrijzing gaan ook aan Katwijk niet voorbij...’

De jaren 2023-2025 wil Dirk gebruiken om de koers voor de toekomst te bepalen. ‘Veel uitgeverijen worstelen met dezelfde problemen en het is goed om met elkaar nieuwe wegen te verkennen. De coronapandemie heeft aangetoond dat print nog altijd springlevend is. Daarnaast richten ook wij ons vizier steeds meer op online. De tijd zal uitwijzen welke koers ons honderdjarige vlaggenschip uiteindelijk gaat varen.’

Uitgeverij Verhagen geeft naast De Katwijksche Post ook een reeks huis-aan-huiskranten uit in de Duin- en Bollenstreek. Naast Katwijk Speciaal zijn dat onder meer De Hillegommer, Lisser Nieuws, De Noordwijker, De Rijnsburger en de Oegstgeester Courant. Daarnaast verzorgt de uitgeverij tal van magazines, zoals Baan in de Bollenstreek.

Dirk Bouman poseert met een ingelijst exemplaar van het allereerste nummer van De Katwijksche Post, verschenen in juni 1922.

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

LEDEN DOEN (ONLINE) MEE AAN WORKSHOPS OVER VIDEO EN SALES

NNP houdt trainingen en inspiratiesessies

De NNP organiseert elk jaar meerdere inspiratiesessies, cursussen en trainingen voor medewerkers van alle aangesloten uitgeverijen. In het najaar van 2022 stonden twee drukbezochte bijeenkomsten op het programma, die veel belangstellenden naar het verenigingskantoor in Hoevelaken lokten, ook online...

Enkele weken geleden ontving de NNP onder leiding van videoconsultant Pelpina Trip (foto) een aantal redacteuren voor de training 'Video met je smartphone'.
Steeds meer redacteuren kiezen ervoor om hun nieuwsverhalen te vertellen voor de camera van een mobiele telefoon. Pelpina, bekend van het boek 'Videomarketing in 60 minuten' en haar werk voor de Amerikaanse televisie, leerde de deelnemers video's maken over bijvoorbeeld evenementen en nieuwsitems. Ook het voorbereiden, opnemen en editen van video-interviews passeerde de revue.

HANDIGE APPS

Het gebruik van video kan de redactionele content versterken, zo luidde de algemene boodschap die Pelpina haar cursisten meegaf. Ze maakten in Hoevelaken onder regie van de consultant kennis met de basistechnieken voor audio, licht en camera en leerden dynamisch filmen. Vragen die daarbij aan de orde kwamen waren: hoe leg je een ruimte, de sfeer of een locatie goed vast?
Natuurlijk oefende iedereen met het opnemen van een interview en werd kennisgemaakt met een handjevol handige apps die gebruikt worden om video's te editen. 'Meer dan je smartphone, een oplader en je oortjes heb je niet nodig', maakte Pelpina duidelijk.

INSPIRATIE DELEN

De NNP-commissie Marketing & Sales hield medio oktober een online inspiratiesessie over uiteenlopende commerciële initiatieven die uitgevers in de 'feestmaanden' november en december opzetten. Het doel van de digitale bijeenkomst was het delen van vindingrijke initiatieven die zowel eind 2022 en 2023 succesvol gelanceerd kunnen worden.
Aanleiding voor de inspiratiesessie was het naderen van het vierde kwartaal waarin uitgevers doorgaans succesvolle kranten boordevol advertenties uitgeven. 'De kans is aanwezig dat het dit jaar moeizamer wordt', aldus bestuurslid Johan van der Kolk. 'Door de hoge kosten waarmee onze adverteerders geconfronteerd worden, zal nog kritischer naar de uitgaven worden gekeken. Reden genoeg dus om met creatieve acties te komen.'
Deelnemers aan de NNP-inspiratiesessie werden uitgenodigd vooraf ideeën aan te dragen en die tijdens de online bijeenkomst met elkaar te delen. Aan het einde van de sessie was er volop gelegenheid om vragen te stellen.

(Foto: Iep Bergsma Fotografie)

Fotograaf Iman Fase maakt winnende NNP Sportfoto 2022

Het is een jaarlijks uitje voor de voetballiefhebbers in de buurdorpen Sint-Annaland en Sint-Philipsland op Tholen: de derby tussen NOAD '67 en WHS. Een heuse kraker tussen de mannen van Nooit Ophouden, Altijd Doorgaan tegen Wij Houden Stand. Fotograaf Iman Fase was erbij en maakte vorig voetbalseizoen deze spectaculaire foto voor De Thoolse Bode.
De ontmoeting tussen NOAD '67 en WHS wordt in de regio aangeduid als de Krabbendijkse Kraker en brengt doorgaans veel publiek op de been. Iman is er steevast bij en drukte op het juiste moment af toen de spelers van beide teams met elkaar het duel aangingen. Reden voor de jury om deze prent uit te roepen als de NNP Sportfoto van 2022.
Iman, die inmiddels niet meer werkzaam is voor De Thoolse Bode, reageert bescheiden op alle loftuitingen van de jury: 'Of het toeval of vakmanschap is, weet ik niet. Maar ik ben wel blij met de prijs.'

FAMILIEBERICHTEN

“ Met de white-label module van Rouwmedia heeft u er geen omkijken meer naar...”

Speciaal voor uitgevers heeft Hellenique Rouwmedia een online module ontwikkeld waarmee lezers heel eenvoudig een blij of droevig familiebericht kunnen plaatsen in uw krant. Bel ons op **088 799 70 77** voor een verhelderende demonstratie.

Rouwmedia by Hellenique

BEL +85 88 88 497

WWW.EPUBLISHER.WORLD

NIEUWS APP EN/OF WEBSITE VOOR LOKALE NIEUWSMEDIA

EPublisher

KOPPEL IEDER REDACTIESYSTEEM ✓ WEINIG EXTRA WERK ✓ CREËER EXTRA OMZET

JOHAN VAN DER KOLK PER 1 JANUARI 2023 ENIGE EIGENAAR

BrugMedia in Kampen bestaat dertig jaar

Zeven huis-aan-huiskranten, een marketing- en communicatiebureau en ontwerpstudio. Uitgeverij BrugMedia bestaat dertig jaar en is uitgegroeid tot een vooraanstaand regionaal communicatiebedrijf. Johan van der Kolk en Bauke Hoekstra vormen de directie, maar daarin gaat op 1 januari 2023 iets veranderen. 'BrugMedia is in Nederland een van de grotere van de kleinere uitgeverijen, misschien wel de grootste. Maar we zijn niet de kleinste van de groten.'

Johan en Bauke zijn geen onbekenden bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). 'Ik zit in het NNP-bestuur sinds maart 2011', licht Johan toe. 'Ik ben naast algemeen bestuurslid ook bijna twaalf jaar voorzitter van de marketing- en salescommissie. Verder draag ik graag een steentje bij aan de aanwas van nieuwe leden en vrienden van de NNP.' Bauke trad in 1985 toe tot het NNP-bestuur en was voorzitter van 1995 tot 2000.

BALKSTER COURANT

Bauke groeide op met huis-aan-huiskranten en betaalde nieuwsbladen. 'Ik ben geboren en getogen in Balk. Mijn overgrootvader begon daar de Balkster Courant, de drukkerij stond achter het huis. Met de kerstdagen stuurde ik geen kerstkaart naar mijn klasgenoten in Sneek maar een Balkster Courant. Omdat ik trots was op dat product.' Hij studeerde econometrie en werd uiteindelijk directeur van het familiebedrijf. Bauke vertelt: 'BrugMedia liet weekblad De Brug vanaf het begin in 1992 drukken bij Drukkerij Hoekstra. Dat leidde er toe dat Hoekstra een belang nam in BrugMedia. Met het afscheid van oprichter Henri Bouwmeester is dat vergroot naar 100 procent. Dat was in 2009. Ik was voor 50 procent aandeelhouder en de drukkerij was voor 50 procent aandeelhouder.'

AANDEELHOUDER

Johan werkt sinds 1995 bij BrugMedia. 'Ik heb de middelbare detailhandelsschool gedaan, maar ontdekte door stages dat de hele dag in een winkel staan niets voor mij was. Ik heb daarna het eerste jaar heao gedaan, moest in militaire dienst en heb een jaar in het buitenland gereisd en gewerkt.'
Terug in Nederland kwam hij terecht bij weekblad De Brug. 'Ik stapte in een wereld die ik niet kende en heel erg leuk vond', blikt Johan terug. Hij begon als media-adviseur, werd verkoopleider, daarna directeur. 'Bauke ging toen minder werken, maar we hebben het sindsdien altijd samen gedaan. In 2014 nam ik de aandelen van de drukkerij over en waren Bauke en ik aandeelhouder.'

WISSELKRANT

BrugMedia begon in 1992 met Weekblad De Brug voor Kampen. Het aanbod groeide in de loop van de jaren met de Swollenaer (Zwolle), de Stadskoerier (Hasselt, Genemuiden en Zwartsluis), De Schaapskooi (Heerde en Epe), Zeewolde Actueel, DeDrontenaar.nl en De Kop (Steenwijkerland). Ook worden verschillende periodieken uitgegeven en maakt BrugMedia wekelijks meer dan tien kranten voor andere uitgevers.
Johan: 'Inmiddels hebben we een mooi portfolio van zeven kranten. De Stadskoerier is een wisselkrant: er is een abonneekrant en een huis-aan-huiskrant. En we hebben nog Ondernemen in Kampen. BrugMedia is in Nederland een van de grotere van de kleinere uitgeverijen, misschien wel de grootste. Maar we zijn niet de kleinste van de groten. We zijn gewoon BrugMedia.'
Technisch veranderde er veel in dertig jaar, maar de basis bleef bestaan. Johan: 'Vroeger had je alleen de papieren krant, nu pak je de nieuwsdrager die bij je past. Je kunt berichten lezen op de websites of op Facebook. Of via de e-paper.'

'VROEGER HAD JE ALLEEN DE PAPIEREN KRANT, NU PAK JE DE NIEUWSDRAGER DIE BIJ JE PAST'

NATUURLIJK PROCES

In het jaar waarin BrugMedia het zesde lustrum viert, vindt een belangrijke verandering plaats. Johan neemt op de laatste dag van dit kalenderjaar de aandelen van Bauke over en wordt als enige eigenaar van BrugMedia. 'De overgangsperiode loopt al een tijdje', vertelt Bauke. 'Johan is hier elke dag en ik ben hier nog maar een paar dagen in de week. We doen het samen, maar het zwaartepunt ligt bij Johan. Dat is de laatste jaren zo gegroeid in een natuurlijk proces.'
Johan: 'Toen we dit samen gingen doen hebben we afgesproken dat als Bauke met pensioen gaat, ik zelfstandig verder wil. Ik heb veel geleerd van Bauke en ik ga er vanuit dat hij nog heel vaak komt binnenwandelen en goede adviezen geeft.' Het duo benadrukt dat BrugMedia meer is dan de directie. 'We doen ons werk met een enthousiast team van dertig medewerkers, plus een legertje freelancers. En vergeet onze bezorgers niet. Wat we doen, kunnen we niet zonder elkaar.'

RODI ROTATIEDRUK

DÉ KLEURRIJKE DRUKKER VAN DEZE NNP-KRANT

www.rodirotatiedruk.nl

RODI
rotatiedruk

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.rodirotatiedruk.nl