

Welkom! 14 juni – NNP-dag 2023 Buitenplaats Kameryck

IN DIT NUMMER:

- NNP vindt gastvrij onderdak in 'Het Groene Hart'
- Vernieuwingstraject SVDJ inspireert lokale nieuwsmedia
- Welkom NEO Media en Den Heijer Uitgeverij
- Henk van Zanten: 'Lokale krantenman in hart en ziel'
- Nieuwe NNP-vriend: Reli Groep
- Terugblik op Uitgeversdag 2023: Fort IJmuiden



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

+ Drukken van (meerdere) staande stroken in- en om de krant

+ Verschillende katernen (of magazine) op verschillende papiersoorten

Bekijk de mogelijkheden op
bduprint.nl

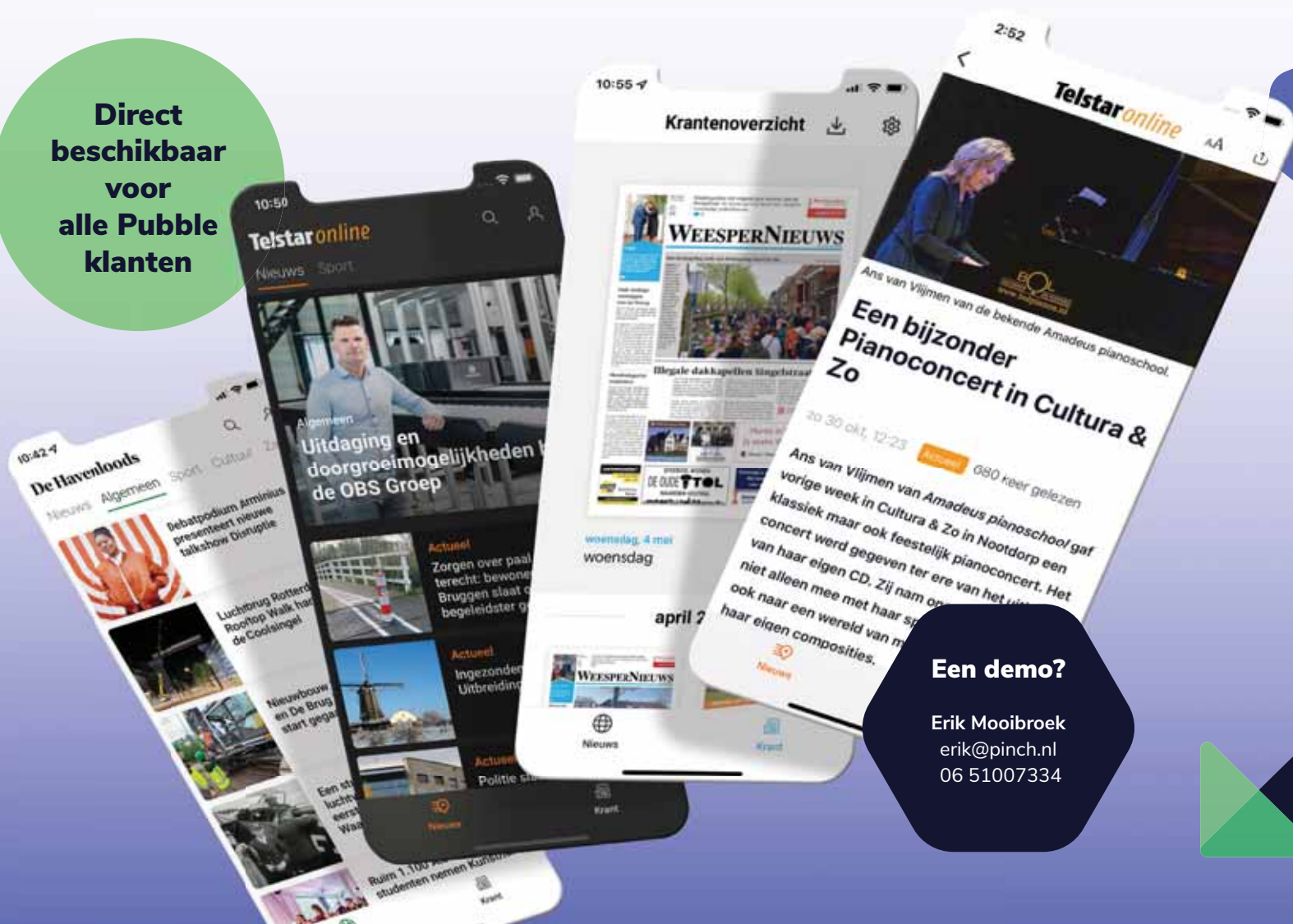
+ Magazine-producties tot 96 pagina's

+ Maximaal 6 katernen met daarin maximaal 2 magazines

Marconistraat 10-14, 3771 AM Barneveld

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



Bruggen bouwen

Een idyllische plek in Het Groene Hart vormt dit voorjaar het decor van de NNP-dag. Na de sportieve ontmoeting op de KNVB Campus in Zeist in 2022 is ons oog gevallen op Buitenplaats Kameryck. Een droomlocatie die wordt omgeven door een oer-Hollands veen- en weidegebied. Sportief wordt de NNP-dag zeker; alle bezoekers kunnen meedoen aan een ontspannen potje pitch & putt. Lees er alles over in deze editie van NNP Nieuws.

Over NNP Nieuws gesproken... bij het samenstellen van deze editie sta ik graag even stil bij het feit dat onze eigen krant toe is aan de 75e jaargang. Een mijlpaal! Drie jaar na de oprichting van de Nederlandse Nieuwsblad Pers verscheen het nulnummer van het NNP Orgaan waarin naast verenigingsnieuws ook actuele discussies gevoerd werden, bijvoorbeeld over de kostbare toezending van nieuwsbladen aan militairen in toenmalig Nederlands-Indië. NNP Nieuws is, samen met de online nieuwsbrieven die we verspreiden, een waardige opvolger van het NNP Orgaan.

SAMENWERKING

Laten we er geen doekjes om winden: het gaat goed met de NNP. De coronapandemie ligt achter ons en heeft duidelijk gemaakt dat samenwerking tussen uitgevers van lokale nieuwsmedia loont. Het positieve gevolg is dat we als branchevereniging veel nieuwe leden begroeten en vrienden verwelkomen die de NNP graag ondersteunen. In deze editie van NNP Nieuws reizen we naar Scheveningen, Hardinxveld-Giessendam en de Veluwe om nieuwkomers te verwelkomen. In het bijzonder heet ik het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) welkom als vriend.

De kracht van de NNP is én blijft verbinden, inspireren, faciliteren en belangen behartigen. Als bruggenbouwers zoeken we samenwerking, bijvoorbeeld met het SVDJ dat voor uitgevers van lokale nieuwsmedia écht iets te bieden heeft. De banden met het SVDJ worden steeds verder aangehaald; een aantal NNP-leden heeft zich inmiddels aangesloten bij een ambitieus innovatietraject. Deelnemers gingen al op ontdekkingstocht naar mediabedrijven in Utrecht, Antwerpen, Brussel en Bonn en legden zo een gedegen basis voor hun reis naar de toekomst.

SLAGVAARDIG

Dichter bij huis regent het ook goed nieuws. Op onze thuisbasis in Hoevelaken wordt met veel dynamiek gewerkt aan een nog slagvaardigere NNP. Het bestuur werd vorig jaar versterkt met Niels Ackermans, Jolanda de Rijk en Frank van der Sman, die hun taak met veel toewijding hebben opgepakt. In januari van dit jaar namen we afscheid van Henk van Zanten, op de NNP-dag treedt hij nog eenmaal op als onze dagvoorzitter. Trots meld ik dat Jolanda de Rijk binnen ons bestuur is benoemd tot vicevoorzitter.

De Uitgeversdag bracht ons in het vroege voorjaar naar Fort IJmuiden, waar ruim dertig uitgevers zich onderdompelden in de wereld van kunstmatige intelligentie en kennismaakten met ChatGPT. Technologie en innovatie kennen geen grenzen en ik voorspel dat ook de lokale journalistiek aan de vooravond staat van alweer een (digitale) revolutie. Let wel, lokale journalistiek blijft mensenwerk. Maar ik zie meer kansen dan bedreigingen.

PRIJZENREGEN

Het sportieve programma van de Uitgeversdag in IJmuiden krijgt een passend vervolg op de NNP-dag waar op de golfbaan een pitch-and-putt-toernooi wordt gehouden. Natuurlijk reiken we op onze hoogtijdag ook de NNP-prijzen uit voor de beste journalistieke, fotografische en commerciële producties. En bouwen we samen bruggen. Geen betere plek om dat te doen in een waterrijk stukje Nederland. Tot ziens op woensdag 14 juni in Kamerik!

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

FOTOGRAFIE

Rick den Besten
Marc Cleutjens
Marina Kemp
(Buitenplaats Kameryck)
NNP-leden
Stimuleringsfonds voor
de Journalistiek

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

VORMGEVING EN DTP

Jeroen Steneker
West Media, Naaldwijk

DRUK

Rodi Media,
Diemen





NNP-DAG 2023: NNP VINDT GASTVRIJ ONDERDAK IN 'HET GROENE HART'

Buitenplaats Kameryck: samenkom

De Nederlandse Nieuwsblad Pers houdt haar jaarlijkse NNP-dag dit jaar even buiten de dorpskom van het Utrechtse plaatsje Kamerik. Woensdag 14 juni is het zover en komen uitgevers, (hoofd) redacteurs, salesmensen, fotografen en natuurlijk vrienden van lokale media bijeen op een van de meest idyllische plekken in Het Groene Hart: Buitenplaats Kameryck. Het onbetwiste hoogtepunt? De uitreiking van de jaarlijkse NNP-prijzen.

De NNP zoekt elk jaar een aansprekende en als het even kan centraal gelegen locatie om de hoogtijdag van de lokale journalistiek in Nederland te vieren. Recente NNP-dagen werden gehouden in het Spoorwegmuseum in Utrecht, het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum en natuurlijk de KNVB Campus in Zeist. Hier streek de NNP vorig jaar neer en dompelden de honderden bezoekers zich onder in de wereld van het (betaald) voetbal.

ZELDZAME VONDST

Kort voordat de zomer zich aandient, is de NNP dit jaar te gast in de groene long tussen gemeenten als Woerden, Utrecht, Alphen aan den Rijn en Vinkeveen. Buitenplaats Kameryck kan gerust omschreven worden als een zeldzame vondst. Een locatie die voorzien is van de meest moderne technologie en alle ruimte biedt aan meeting en events. Prachtig gelegen in de natuur én midden in de Randstad.

Buitenplaats Kameryck is volgens insiders een must-see locatie. Van congres tot meerdaagse meeting, alles is mogelijk. 'Eén nadeel: je wilt er niet meer weg!', zegt een woordvoerster enthousiast. 'Als je Buitenplaats Kameryck met één woord zou beschrijven, dan is het wel 'ruimte'.

Gelegen in een heerlijke groene omgeving; je kunt hier alle kanten op.'

HUISELIJK WARM

Buitenplaats Kameryck beschikt over de modernste faciliteiten voor zakelijke evenementen. Wat vooral opvalt is de sfeer. En die gaan ook alle bezoekers van de NNP ontdekken. 'Door de inrichting, het groen en veel licht voelt het huiselijk en warm. Bij mooi weer kunnen bezoekers gebruik maken van één van de terrassen.'

LOKALE CATERING

Geen NNP-dag zonder eten en drinken. Buitenplaats Kameryck beschikt over een eigen keukenbrigade die zoveel mo-



Bezoekers v
degens kruisen.
aantal spannende
gevorderden m

Op het lommerijk
ruimte om te pitche
woensdag 14 juni
in
Net als bij golf is h
golfbal met e
De holes zijn echt
gebruikt: één om me

Een pitch-and-put
van par 3 die v
90 meter lan
in West-Eu
wor



men in rust en ruimte



DOE MEE MET PITCH AND PUTT!

an de NNP-dag kunnen ook dit jaar de sportieve
Werden vorig jaar op de KNVB Campus in Zeist een
potjes footgolf gespeeld, ditmaal kunnen beginners en
gedoeden aan een onderling pitch-and-putt-toernooi.

gelegen terrein van Buitenplaats Kameryck is volop
en putten. In het programma van de NNP-dag op
is anderhalf uur ingeruimd voor het spel dat
1929 in Ierland is ontstaan.

et ook bij pitch & putt de bedoeling dat een
een golfclub in een hole wordt gespeeld.
er korter en er worden slechts twee clubs
e te pitchen en één om mee te putten.

tbaan bestaat uit achttien holes
van de afslag tot de vlag 30 tot
g zijn. De sport is vooral populair
ropa en Australië. Als het spel in teamverband
dt gespeeld, wordt gesproken over Texas
Scramble. Veel succes!

gelijk met biologische én eigen streekproducten werkt. 'We
hebben een eigen groenten- en kruidentuin, Kameryckse
appelsap, jam, honing en Kameryck Blond, een speciaalbier
uit het nabijgelegen Kamerik', vertelt de woordvoester.

Bijzonder: bezoekers kunnen bij de locatie overnachten.
Op het terrein staat een aantal zogeheten 'veldhuysjes' dat
op aanvraag gehuurd kan worden. Wie na de NNP-dag nog
geen afscheid wil nemen van deze prachtige plek in Het
Groene Hart, kan zich verplaatsen naar een minidorpje
waar al een kampvuurtje brandt.

Meer weten over Buitenplaats Kameryck?
Bezoek www.kameryck.nl.



PROGRAMMA NNP-DAG 2023

Het programma van de NNP-dag in Buitenplaats
Kameryck bevat ook dit jaar een aantal vertrouwde
elementen, zoals de uitreiking van de NNP-prijzen
en de mediabeurs waarop alle vrienden van de NNP
zich aan de deelnemers presenteren. Net als vorig
jaar bij de KNVB in Zeist is ook nu een laagdrempelig
sportief onderdeel aan het programma toegevoegd:
pitch and putt.

Het programma van de NNP-dag ziet er als volgt uit.

10.30 uur

algemene ledenvergadering voor NNP-directies en
uitgevers

12.00 - 13.00 uur

lunch

13.00 - 14.30 uur

pitch-and-putt-toernooi

15.30 - 16.45 uur

plenair programma en uitreiking NNP-prijzen

17.00 - 19.00 uur

borrel met aansluitend buffet

Buitenplaats Kameryck beschikt over voldoende
parkeerplaatsen en zes elektrische laadpalen.
Belangstellenden kunnen ervoor kiezen om te
overnachten op locatie. Op het landelijk gelegen
terrein kunnen zogeheten 'veldhuysjes' geboekt
worden. De kosten zijn voor eigen rekening. De
minimale afname voor de NNP is vijf 'veldhuysjes'.

MEDIABEURS

Een belangrijk onderdeel van de NNP-dag is de
mediabeurs. Daaraan wordt deelgenomen door
bijna alle vrienden van de NNP. Versterk je netwerk
en breng beslist een bezoek aan de stands van BDU
Print, ePublisher, Hellenique, Janssen Pers, Jawel
Media, Het Mediacentrum, Opt Out Advertising,
Pinch, Pubble, Reli Groep, Rodi, Spread-IT, SVDJ en
ToLocal (HYPR).

AANMELDEN

Aanmelden voor de NNP-dag kan tot en
met 31 mei via nnpnl@nnp.nl. Vermeld
met hoeveel personen je komt en aan welke
programmaonderdelen je deelneemt. Deelname
kost 40 euro per persoon.

Aan de slag met organisatieontwikkeling of vernieuwing?

Met kennis, begeleiding en subsidie van SVDJ zet jij een stap vooruit!



Wil je weten wat we voor jouw organisatie kunnen betekenen?

Ga naar: www.svdj.nl



svdj

stimuleringsfonds
voor de
journalistiek

UITGEVER DAVE VAN DE STREEK (NEO MEDIA):

‘Lid zijn van de NNP betekent erbij zijn en meedoen’

De Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) was voor Dave van de Streek (47) geen onbekende toen hij zich begin 2023 met NEO Media aansloot bij de vereniging van lokale nieuwsmedia. De uitgever van drie huis-aan-huiskranten op de Veluwe was in zijn BDU-jaren een enthousiast bezoeker van de NNP-dag en bewaart mooie herinneringen aan samenkomsten in Voorthuizen en Alkmaar. Reden dus om weer toenadering te zoeken. ‘De NNP verbindt en dat is pure rijkdom.’



NEO Media is een jonge onderneming die op 1 september 2022 werd opgericht door Regio Uitgevers en BDU Media en vanuit Genemuiden drie krachtige huis-aan-huiskranten uitgeeft: Huis aan Huis Oldebroek, Huis aan Huis Elburg en Nunspeet Huis aan Huis. De totale oplage telt wekelijks 33.000 kranten die eerder verschenen onder de naam Veluwe Koerier (in Oldebroek en Elburg) of Nunspeet Koerier (in Nunspeet). Naast Dave werken bij NEO Media nog zeven medewerkers die alle redactionele en commerciële activiteiten voor hun rekening nemen.

‘De naam NEO Media is een verwijzing naar de drie gemeenten waar we verschijnen’, legt Dave uit. ‘Onze huis-aan-huiskranten verschijnen in Nunspeet, Elburg en Oldebroek en daarmee is de naam verklaard. Nunspeet Huis aan Huis is een krant die op zichzelf staat, de inhoud van Huis aan Huis Oldebroek en Huis aan Huis Elburg is grotendeels identiek, maar heeft een lokaal ingekleurde voorpagina en gemeenteberichten van Oldebroek of Elburg. Onze kranten worden gedrukt bij de BDU omdat we binnen NEO Media nauw samenwerken met deze partner in Barneveld.’

HANDSCHOEN OPPAKKEN

Dave’s wortels liggen bij de BDU. ‘In 2016 besloot ik terug te gaan naar het reclamevak. Ik werd mede-eigenaar bij reclame- en marketingbureau Comceptum waar inmiddels 25 medewerkers in dienst zijn. Door een samenloop van omstandigheden ging in 2019 BDU uit het gebied en werden met DPG Media krantentitels geruild. Dat was een mooie gelegenheid voor ons om in Nunspeet, Elburg en Oldebroek drie titels te lanceren. Een gebied dat ik heel goed ken, waar we de handschoen oppakten en kranten zijn gaan uitgeven. Freelancers maakten de overstap, adverteerders bleven trouw.’

De samenwerking met de BDU kreeg vorig jaar gestalte toen die uitgeverij door de overname van de DPG-titels weer terugkwam in het gebied. ‘De coronacrisis hebben we prima

doorstaan’, gaat Dave verder. ‘Met veel energie en een heel klein beetje ondersteuning hebben we onze titels overeind kunnen houden. Sterker nog, we hebben ons ingespannen om ondernemers in deze moeilijke periode op alle fronten in de schijnwerpers te zetten en plukken daar nu de vruchten van. Niet alleen geven we drie sterke titels uit, ook bieden we adverteerders de mogelijkheid om hun reclameboodschap eenvoudig door te plaatsen in Harderwijk en Ermelo.’ Zelf woont Dave in Kampen waar hij De Brug leest, een uitgave van BrugMedia.

INNOVATIE

NEO Media pakt regelmatig uit met specials, bijvoorbeeld over vakmannen en -vrouwen in de regio. Ook vacaturekrant BaanDichtbij verschijnt regelmatig. ‘We houden van innovatie en werken steeds meer crossmediaal, bijvoorbeeld voor de automotive-branche. Niet alleen verschijnen specials in de krant, we produceren ook video’s en advertorials en schrijven ceo-teksten die op onze website staan en natuurlijk voorzien zijn van belangrijke linkjes.’

Trots is Dave op de app die momenteel binnen NEO Media in ontwikkeling is. ‘Het wordt meer dan een nieuwsapp’, vertelt hij. ‘We willen ook adverteerders in de app opnemen, zodat onze lezers straks met de aanbieding van de lokale slager of bakker op stap kunnen gaan en aan de toonbank digitaal korting krijgen. De app bevat veel meer mogelijkheden, zoals een klantspaarsysteem. Ik vertel er graag meer over als ik op de NNP-dag ben en de andere leden ontmoet.’

Want dat is het vooruitzicht waarvan Dave geniet: leden en vrienden van de NNP ontmoeten, verbinden en kennis delen. ‘De NNP is nooit weggeweest en ik ben blij dat ik met NEO Media weer bij de club hoor. Verwacht niet dat ik alleen maar achterover leun. Als je ergens lid van wordt, moet je erbij zijn en meedoen. Dat doe je bij een businessclub, maar ook bij de NNP.’



HENK VAN ZANTEN NEEMT AFSCHIED VAN NNP-BESTUUR

Lokale krantenman in hart en ziel



‘Dompel je onder in de lokale samenleving.’ Het is één van de wijze lessen die Henk van Zanten (68) wil meegeven aan alle leden van zijn dierbare Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Begin januari nam Henk na ruim acht jaar afscheid als bestuurslid van de vereniging van lokale nieuwsmedia. Op de NNP-dag staat hij als dagvoorzitter nog eenmaal in de schijnwerpers, daarna is het krantenboek gesloten.

Henk treedt op 14 juni in Kamerik met een gerust hart terug nu het NNP-bestuur is versterkt met Niels Ackermans, Jolanda de Rijk en Frank van der Sman. ‘Jonge honden die bruisen van enthousiasme, een eigen netwerk meebrengen en een goed ontwikkeld oog voor vernieuwing hebben’, omschrijft hij het drietal. ‘Bijna twee jaar na mijn pensionering is het een mooi moment om te stoppen, ook omdat de uitgeverwereld wat meer op afstand staat. Ik kijk terug op fantastische bestuursjaren waarin we eensgezind hard gewerkt hebben, maar ook oog hadden voor ontspanning’ De NNP heeft Henk tijdens zijn lange carrière binnen de lokale journalistiek veel gebracht. ‘Contacten leggen met andere uitgeverijen vond ik altijd waardevol. De jaarlijkse activiteiten - naast de NNP-dagen ook de kennissessies, de uitgeversdagen en de uitreiking van gemeenteprijzen - heb ik met plezier bijgewoond. Leerzaam vond ik het successen delen, dat ik als lid van de commissie Marketing & Sales samen met Johan van der Kolk heb geïntroduceerd. Elke bijeenkomst leverde nieuwe inzichten op. Met Ans van Sligtenhorst heb ik talrijke NNP-dagen georganiseerd.’

BESTAANSRECHT

Henk roept in herinnering dat de NNP er kort voor de uitbraak van de coronapandemie minder rooskleurig voorstond. ‘Eerlijk is eerlijk, veel grotere uitgevers trokken zich terug en als bestuur hebben we ons wel eens hardop afgevraagd hoeveel bestaansrecht onze branchevereniging nog had.’ Glimlachend: ‘De oudjes in het bestuur maakten dat het een beetje gezapig dreigde te worden.’ Serieus: ‘Tijdens de coronacrisis hebben we evenwel laten zien waar we voor staan en hebben we met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek een steunpakket opgetuigd.’

‘ZORG EERST DAT JE EEN GEWELDIGE LOKALE KRANT NEERZET!’

De energie die daaruit voortkwam, inspireerde en verbond velen. De NNP verwelkomt sindsdien veel nieuwe leden, ook uitgevers die ooit afzwaaiden. ‘Het besef dringt door dat gezamenlijk optrekken in tijden van crises loont. Als bestuur hebben we hier trouwens onze stinkende best voor gedaan. Samen met voorzitter Roy Keller heb ik tientallen uitgevers bezocht.’ Glunderend: ‘Mijn krantenhart ging open tijdens al die bezoeken. Wat een geweldige kranten worden overal in Nederland gemaakt.’

HENK OF HENNIE?

Henk is geboren en getogen in Badhoevedorp. ‘Thuis verslonden we De Badhoevense Slotense Courant. Ik denk dat deze krant ertoe heeft bijgedragen dat ik lokale media in mijn hart heb gesloten.’ Na afronding van de grafische mts ging Henk aan het werk bij het Amstelveens Weekblad, een abonnementenkrant van Amstelland Pers. ‘Ik herinner me dat ik mezelf bij het eerste sollicitatiegesprek voorstelde als Henk van Zanten omdat ik die voornaam stoer vond klinken’, lacht hij. ‘Alleen mijn vrouw Annemiek en intimi noemen me zoals ik écht heet: Hennie.’



Henk van Zanten nam in januari afscheid als NNP-bestuurslid. Collega-bestuurslid Johan van der Kolk verraste hem met enkele passende cadeaus.

POTEN IN DE MODDER

Bij Amstelland Pers leerde Henk alle kneepjes van het commerciële krantenvak. ‘Een mooie leerschool’, blikt hij terug. ‘Altijd werken met je poten in de modder, bovenop het nieuws en dicht bij de klant. Als je een goede lokale krant wilt maken, moet je weten wat er leeft in je gebied. Daarom vond je ons elke week na de afsluiting van de krant in de plaatselijke kroeg. Daar ontmoette je immers de lokale middenstand, daar lagen de nieuwtjes voor de volgende editie alweer voor het oprapen.’

‘IK HEB DE LOKALE MEDIA IN MIJN HART GESLOTEN’

Nadien gaf Henk bij de Perscombinatie leiding aan het advertentiebedrijf van Het Parool Weekmedia en was hij eigenaar van een reclame- en adviesbureau. De krantenwereld bleef lokken en hij trad in dienst van West Media waar hij Het Hele Westland, de oudste krant van de gemeente Westland, onder zijn hoede nam. ‘Een krant die in de haarvaten van de gemeente zat én zit’, meent hij. Na drie jaar werd Henk manager verkoop bij Rodi Media.

PAPIEREN HENKIE

Enkele jaren voordat Henk met pensioen ging, keerde hij als uitgever terug bij West Media. Hij leidde een fusieproces in goede banen en genoot van jonge mensen die alle ruime kregen om zich te ontwikkelen. De ontwikkeling van online media werd op de voet gevolgd, al lag en ligt Henks hart bij de papieren krant. ‘Weet je dat mijn bijnaam Papieren Henkie is?’, schatert hij. ‘Ik heb ooit een krantenlied gezongen en verkled als krant een ode aan het papier gebracht.’ Volgens Henk zijn veel uitgevers van lokale nieuwsmedia ten onrechte bang dat ze online de boot missen. ‘Corona heeft ons geleerd dat een goede krant met betrouwbare content zeer gewaardeerd wordt. Mensen willen ook anno 2023 weten wat er in hun eigen omgeving gebeurt. Zorg daarom eerst dat je een geweldige krant maakt. Dompel je onder in de lokale samenleving maar richt je vooral ook op online en bedenk een uitgekende mix.’

Henk richt zich sinds zijn afscheid bij West Media en de NNP op bijzonder vrijwilligerswerk. ‘In Badhoevedorp vind je me elke week bij een dagbesteding voor mensen met lichte dementie. Samen zingen we liedjes, spelen we spelletjes als Rummikub en koken we samen ouderwetse gerechten. Mijn specialiteit? Rijstebrij! Elke dag die ik daar doorbreng is een feestje; de lach van deze mensen is onbetaalbaar.’



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



DAVE VAN REKOM (RELI GROEP):

‘Verspreiding huis-aan-huiskranten is onze corebusiness’

Niet alleen op de werkvloer van Reli Groep in Hardinxveld-Giessendam gaat het over de huis-aan-huisverspreiding van lokale kranten en reclamedrukwerk. Ook aan de keukentafel van eigenaar Dave van Rekom (54) is het dagelijkse kost. Waarom? Echtgenote Ingrid en zoons Jelle en Hidde werken fulltime mee aan de wekelijkse verspreiding van 350.000 kranten van Alblasserdam tot voorbij Tiel en van Woudenberg tot en met Hank.



Met veel enthousiasme heeft Reli Groep zich dit jaar als vriend aangesloten bij de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP). Sterker nog, het NNP-bestuur hoefde amper in actie te komen om de in 1978 gestarte onderneming te verleiden om toe te treden tot de uitgebreide vriendenkring. ‘Ik heb Reli Groep hoogstpersoonlijk en uit volle overtuiging als vriend aangemeld’, lacht Dave. Hij vervolgt: ‘Deze welbewuste stap komt voort uit de coronatijd waarin ik zag dat de NNP zich enorm inzette om uitgevers van lokale nieuwsmedia te steunen en alles op alles zette om steunmaatregelen in het leven te roepen. Voor die aanpak heb ik veel bewondering omdat het juist in deze crisistijd belangrijk was dat burgers goed geïnformeerd werden. Lokale kranten hebben deze rol met verve vervuld.’

COREBUSINESS

Dave vult aan dat de NNP voor Reli Groep een interessante vereniging is omdat onder de paraplu van de vereniging voor lokale nieuwsmedia vele tientallen uitgevers in heel Nederland huis-aan-huiskranten en betaalde nieuwsbladen uitbrengen. ‘Al die kranten moeten elke week verspreid en bezorgd worden en dat is al 45 jaar onze corebusiness. Tijdens de NNP-dag

maak ik graag nader kennis en verwelkom ik iedereen bij onze stand op de mediabeurs.’ Reli Groep zet wekelijks 1.200 bezorgers in die ervoor zorgen dat elke lezer op tijd de krant in de brievenbus ontvangt, in stad, dorp én buitengebied. ‘De folders en flyers die we ook verspreiden, worden altijd samen met de krant bezorgd omdat die een hoge attentiewaarde heeft’, stelt Dave. ‘Dus niet in een plastic verpakt pakket dat maar al te vaak in één keer wordt weggegooid.’

FLATWONING

De geschiedenis van Reli Groep gaat terug naar het moment waarop Dave’s ouders Pieter van Rekom en Margaretha Lievaart samen Bureau Reli oprichtten. De bedrijfsnaam is een samenvoeging van de eerste twee letters van hun achternamen. Vanuit hun Sliedrechtse flatwoning zetten ze tien bezorgers aan het werk om huis-aan-huiskranten en folders in de Alblasserwaard te verspreiden. Later werd de zolder van een eengezinswoning een heus sorteercentrum.

Sinds 2022 is Reli Groep gehuisvest aan de Industriestraat in Hardinxveld-Giessendam. ‘Met achttien verschillende weekbladen worden

wekelijks 350.000 kranten en meer dan 500.000 flyers en folders bezorgd’, vertelt Dave. ‘Sinds 2022 bundelen we onze kennis en ervaring met meer dan tachtig andere lokale huis-aan-huisverspreiders in Nederland. In totaal bezorgen zij wekelijks ruim driehonderd lokale kranten met een oplage van ruim 10 miljoen stuks.’

HET KOMPAS

Dave is trots op de groei die zijn onderneming doormaakt. ‘Het is bijzonder om je als familiebedrijf te kunnen onderscheiden in deze markt. Mijn vrouw is in onze onderneming als bezorgcoördinator werkzaam, onze zonen Hidde en Jelle rijden op de bus om het drukwerk te verspreiden. Hidde doet dat fulltime, Jelle combineert die job met een stukje bezorgcoördinatie. Acht andere medewerkers maken ons hechte team compleet.’

Thuis leest Dave huis-aan-huiskrant Het Kompas Sliedrecht, een uitgave van BDU Media. ‘Het is een krant waar ik elke week naar uitkijk en als eerste uit de brievenbus pak. De krant houdt me op de hoogte van het gemeentelijke en politieke nieuws. Daarnaast zijn de sportpagina’s favoriet. Ik ben een fanatieke volleyballer bij Sliedrecht Sport en lees graag alles wat over mijn club wordt gepubliceerd.’

Het komt zelden voor dat Dave’s krant niet wordt bezorgd. En als dat eens gebeurt – elke nieuwe bezorger maakt wel eens een foutje – weet hij haarfijn wie van zijn 1.200 bezorgers de brievenbus van huize Van Rekom heeft gemist. Lachend: ‘Daarna gebeurt het nooit meer...’

WWW.RELI.NL



Makers van magazines weten ons te vinden

Niet alleen krantenuitgevers werken graag met Pubble, ook makers van vak- en maandbladen weten ons te vinden. Dit voorjaar verwelkomden we FoodPersonality en VM.

Foodpersonality is een uitgave van Shelflife Publishing en richt zich op managers in de levensmiddelenbranche. Het laatste nieuws staat online op de in Pubble gemaakte website FoodPersonality.nl. Het maandblad komt ook al grotendeels uit Pubble. De redactie werkt met een gevarieerde set stramienen, waarna de opmaker nog altijd de creatieve rol kan vervullen. De productie wordt hierdoor uiteindelijk efficiënter zonder dat er aan uitstraling wordt ingeboet.

Ook de opmaak en indeling van het tijdschrift VM rolt nu uit Pubble. Het aprilnummer was de eerste editie die op deze manier zijn weg

naar drukkerijen en lezer vond. In dit abonnementsblad van de Orde van Vrijmetselaren vinden zowel redactionele stukken als aangeleverde bijdragen soepel hun weg binnen de heldere opmaak van de stramienen.

Hippische magazines

De eisen en wensen die krantenuitgevers stellen aan flexibele opmaak zorgen ervoor dat Pubble ook steeds beter met de productie van magazines kan omgaan, waarbij de snelle combinatie met online een belangrijke meerwaarde is. Uitgever Media Primair is bijvoorbeeld erg tevreden met de manier waarop zij in Pubble zowel de websites als de magazines maken voor hun hippische titels, waaronder Hoefslag, Mensport, Het Showpaard en BIT & CAP. Meer weten over hoe je magazines aanpakt in Pubble? Neem gerust contact met ons op.

Bouwen aan ‘de nieuwe Pubble’

Laatst zei een Pubble-gebruiker tegen ons: fijn dat jullie het programma blijven ontwikkelen. Dat vinden wij zelf nou ook.

Onze ontwikkelaars staan te trappelen om ook de allernieuwste webtechnieken te benutten. Met als gevolg dat we op de achtergrond al een tijdje druk zijn om Pubble te vernieuwen. Eerst technisch, aan de achterkant. Maar uiteindelijk ook op het beeldscherm, waar je

een nieuwe lay-out kunt verwachten die frisser, functioneler en intuïtiever wordt. Voorlopig bouwen we alleen achter de schermen aan ‘de nieuwe Pubble’. Pas als alles klaar is volgt een geleidelijke introductie. Dat doen we met een periode waarin iedereen eerst even lekker kan uitproberen en wennen. Of dat dit jaar nog te verwachten is? Dat is nu nog moeilijk in te schatten. Op onze blog en via onze nieuwsbrieven houden we je op de hoogte.

Van harte welkom

De Pubble-familie blijft groeien! Naast VM en Foodpersonality hebben we sinds de vorige NNP-krant van eind 2022 Kempen Me-

dia (o.a. Hallo Horst aan de Maas), de Steenbergse Courant, Wijchens Weekblad Wegwijs en het Hofweekblad welkom geheten.

Vernieuwde module in testfase

Een agenda-vermelding die geld oplevert

De techniek achter onze Agendamodule hebben we vernieuwd. Als uitgever kun je de agendapagina's nu meer naar eigen smaak inrichten. Maar nog interessanter is dat het systeem nu de mogelijkheid biedt om agendaberichten tegen betaling in te sturen.

Een expositie van lokale kunstenaars, een open huis of de maandelijkse bingo. Wie wil weten wat er te doen is in de buurt, kijkt natuurlijk in de krant en/of op de website van de lokale uitgever. Wat ooit een tijdrovende klus voor de redactie was, heeft de slimme Agendamodule van Pubble grotendeels geautomatiseerd, zodat de stroom aan aankondigingen efficiënt en overzichtelijk in de website en in de krant vloeit.

Wat die website betreft: die techniek hebben we nu vernieuwd. Om dat uit te leggen moeten we even terug naar vorig jaar, toen we de techniek achter de websites vernieuwden. Dat brengt allerlei voordelen met zich mee, zoals een grotere flexibiliteit in het aanpassen voor en achter de schermen, verregaande personalisering en een betere SEO. Dat begon met de nieuwsartikelen, gevolgd door de Vacature- en de Bedrijvengidsmodule. Nu sluiten we

■ Voor het overzicht van de activiteiten in de buurt moet je bij je lokale uitgever zijn.

dus ook de Agendamodule aan op de nieuwste webtechniek.

Opvallen tegen betaling

Op verzoek van verschillende uitgevers hebben we er een nieuwe functie aan toegevoegd: opvallen tegen betaling. Het werkt als volgt: wie via de website een activiteit aanlevert, krijgt na het inzenden de mogelijkheid om tegen betaling de activiteit uit te lichten. Betalen kan meteen via iDEAL. Als dat is gelukt, laat



Pubble experimenteert met

Dat we de techniek achter OpenAI en ChatGPT terugzien in Pubble, daar lijkt geen twijfel meer over. We zijn volop aan het experimenteren met toepassingen die je uiteindelijk in Pubble kunt gebruiken.

“Er valt een ongelooflijke hoeveelheid winst te behalen voor redacties, al op korte termijn”, zei technologie-expert Remy Gieling laatst nog tijdens de uitgeversdag van de NNP in IJmuiden. Pubble is er dus al volop mee bezig. Bij onze OpenAI-werkgroep stromen de monitoren over van de tests, prompts en veelbelovende resultaten. Daarnaast klankborden

we met uitgevers, die net zo gefascineerd zijn over deze ontwikkeling als wij.

Want de visie van Pubble is altijd geweest om het werk in een uitgeverij makkelijker te maken door tijdrovende en vaak terugkerende klussen te automatiseren. OpenAI doet precies hetzelfde. Met hun veelbesproken ChatGPT-robot kunnen we het werken met Pubble mogelijk nog weer makkelijker maken.

Kundige koppenmaker

Maar hoe dan? Sommige toepassingen liggen voor de hand. Het automatisch verwerken



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



Pubble deze aankondiging automatisch opvallen in het online-activiteitenoverzicht. De uitgever kan zo dus een extra service leveren aan activiteitenaanbieders en inkomsten halen uit de agenda op de website. Prijs en voorwaarden bepaal je uiteraard zelf. Hoe dat opvallen eruitziet, kun je zien op onze blog.

Ook nieuw is het het aanbieden van verschillende inzendformulieren, toe-

Na het insturen krijg je de mogelijkheid om tegen betaling de activiteit uit te lichten

ChatGPT-techniek

van een persbericht tot een redactioneel bericht is al mogelijk. Ook de opdracht om de nieuwswaardige punten uit een lange mail te halen werkt al wonderbaarlijk goed. ChatGPT blijkt bovendien een kundige koppenmaker te zijn, zowel inhoudelijk als qua lengte. Onze testresultaten worden alleen maar beter, want de techniek raast voort.

Niet alleen op redactioneel gebied worden nieuwe werelden geopend. Als we de OpenAI-techniek koppelen aan Pubble, ontstaan er ongetwijfeld nieuwe, han-

dige manieren om de verkoop te stimuleren of het contact met de klant te verbeteren. Ook op het gebied van planning zien we allerlei nieuwe mogelijkheden.

Kom met suggesties

En zo zijn er vast meer toepassingen te bedenken. Pubble nodigt gebruikers dan ook uit om met ideeën en suggesties te komen. Welke werkzaamheden zouden sneller en beter kunnen? Wie weet heeft OpenAI een gave oplossing. Een knopje waarmee je een tekst laat aanpassen zodat het precies in het stramien past? Het

gespitsd op een specifieke activiteit. Zo kun je bijvoorbeeld voor kerkdiensten of sportwedstrijden andere gegevens laten invullen dan voor reguliere activiteiten. Al het nieuwe van de Agendamodule richt zich op de opbouw, indeling en layout van de onlineweergave: in de Pubble-omgeving zijn er geen veranderingen. De nieuwe Agendamodule testen we op GooiAgenda.nl, de regioagenda van Enter Media. We verwachten de nieuwe module snel aan te kunnen bieden. Nieuws daarover verschijnt op onze blog en in onze nieuwsbrief voor uitgevers (zie rechts onderaan deze pagina).

TexelAgenda.nl

Een fraai voorbeeld van wat je uit onze Agendamodule kunt halen, vinden we al enige tijd op Texel. Met 5 miljoen bezoekers per jaar is de TexelAgenda.nl daar toonaangevend. Het is een initiatief van de Texelse Courant en uitgever Langeveld & de Rooy. Een sterk punt is de uitwisseling van de gegevens met de VVV. Daarmee is de TexelAgenda dé plek waarop aanbieders hun activiteiten kunnen aanmelden: één keer insturen en je bent overal op het eiland vermeld. Niet in de laatste plaats in De Vakantiekant, ook een uitgave van de Texelse Courant. Wie in Den Helder op de boot stapt, kan meteen het nieuwste exemplaar meepakken. In deze krant, die in de zomer elke week in een verse editie verschijnt, staan alle activiteiten op het eiland op een rij, in het Nederlands en in het Duits. De TexelAgenda maakt gebruik van de Agendamodule van Pubble. De tientallen aanbieders voeren hun honderden activiteiten online in. Om dat weer even op te frissen, belegde de Texelse Courant begin maart een geslaagde voorlichtingsavond in de bioscoop van Den Burg. Uitgever Duncan White kijkt tevreden terug. “De reacties tijdens de gezellige borrel na afloop waren positief.”

Meer op blog.pubble.nl

zit nu nog niet in Pubble, maar wie weet... “OpenAI verandert de manier van denken en doen”, zegt Pubble-ontwikkelaar Joris de Bruijn. Hij is er nu bijna dagelijks mee bezig en merkt dat dingen die vorige maand nog als tovenarij klonken nu al bijna gewoon zijn. “De ontwikkeling gaat enorm snel. We proberen dingen uit waarvan wij denken dat het een uitgever helpt om zijn workflow verder te verbeteren.”

Het leuke mensenwerk

Joris is niet bang dat de robots straks alles overnemen. “We willen OpenAI op zo’n manier inzetten dat je meer tijd overhoudt voor het leuke mensenwerk binnen de uitgeverij.”

Webbuilder

Nieuwssites met een eigen gezicht

Fris, overzichtelijk en toekomstbestendig, zo noemt Rodi haar vernieuwde stijl, die we terugzien in de krant en op de nieuwssites. Voor veel uitgevers is een van onze standaard webuitstralingen al een uitstekende optie, maar Rodi benutte de flexibiliteit van de webonderdelen en paste die naar hartelust aan. Eerder gaven de webmakers van het Nederlands Dagblad en BDU hun Pubble-gedreven websites al een eigen gezicht.

rodi.nl | nd.nl | edestad.nl

Bedrijvengids

Steenbergse kijk op content

Voor Kijkopsteenbergen.nl hebben we de Bedrijvengids meer mogelijkheden gegeven. Zo kunnen bijvoorbeeld de bedrijfspagina’s makkelijk worden gekoppeld aan aanbiedingen van diezelfde bedrijven. Dat past in de visie die uitgever Vermeulen Steenbergse heeft op onlinecontent. En dat kan een inspiratie zijn voor andere uitgevers.

kijkopsteenbergen.nl

Nieuwsbrieven

Ontvang onze nieuwtjes

Ken je onze blog al? Daar vind je meer nieuws en tips van Pubble. Je kunt je meteen inschrijven voor onze nieuwsbrieven: voor uitgevers of voor gebruikers. Ontdek ze allebei!

blog.pubble.nl

pubble
maakt uitgeven makkelijk

WILLEMIJN DEKKER (STIMULERINGSFONDS VOOR DE JOURNALISTIEK):

‘Vernieuwingstraject SVDJ inspireert lokale nieuwsmedia’

Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) lanceert elk jaar een reeks aantrekkelijke subsidie- en begeleidingsprogramma's. Begin dit jaar ging speciaal voor lokale journalistieke organisaties en onderzoeksredacties een vernieuwingstraject van start. Bedenker en ontwerper is Willemijn Dekker, innovatiecoördinator bij het SVDJ. ‘Kleine vernieuwingen kunnen bijdragen aan grote veranderingen en leiden tot betere lokale én onderzoeksjournalistiek.’



Willemijn Dekker is innovatiecoördinator bij het SVDJ.



Schoolreisje. Dat woord valt als Willemijn terugblijkt op de Innovatietour die deel uitmaakte van het vernieuwingstraject en in maart werd gehouden. In die maand stapten uitgevers, (hoofd)redacteuren en marketeers van lokale nieuwsmedia in een riante VIP-bus om in een tijdsbestek van vier dagen kennis te maken met tal van innovatieve projecten en ideeën in de binnen- en buitenlandse journalistiek. ‘In een ontspannen en soms uitgelaten sfeer zijn we op pad gegaan, compleet met drankjes en snacks voor onderweg’, blikt Willemijn terug. Schoolreisje... Willemijn vervolgt: ‘De Innovatietour bracht ons onder meer naar Utrecht waar de deelnemers aanschoven bij vertegenwoordigers van Nu.nl en de Volkskrant. Nu.nl gaf uitleg over de manier waarop het tamelijk hoge taalniveau van de nieuwssite is teruggeschoefd naar niveau B1 waardoor veel meer lezers bereikt worden.’ De Volkskrant liet zien hoe het contact met lezers versterkt is door te werken met een open redactie. ‘Abonnees kunnen rechtstreeks in contact treden met de redactie en meedenken over onderwerpen die ze graag uitgebreider in de krant willen lezen.’

LAAGDREMPELIG

Het SVDJ werkt al enkele jaren met de Accelerator en de Accelerator Light, twee programma's die bijdragen aan de versterking en vernieuwing van de journalistiek in Nederland. De Accelerator is bedoeld voor ‘gevorderde vernieuwers’ die in een strak systeem van begeleiding, sprints, experimenten en

subsidie een programma van zeven maanden volgen. Voor mensen die innovatie nog willen leren kennen en (nog) niet willen investeren in zo'n strak systeem, is het programma Accelerator Light in het leven geroepen: een serie inspirerende bijeenkomsten en persoonlijke begeleiding naar eigen behoefte, zonder subsidie. ‘Het viel ons op dat weinig lokale journalistieke organisaties zich aanmeldden voor de Accelerator en de Accelerator Light’, legt Willemijn uit. ‘In de zomer van 2022 hebben we onderzocht hoe dat kwam en werd duidelijk dat tijd, geld en menskracht vaak ontbreken om vol overtuiging voor een van deze programma's te kiezen. Als innovatiecoördinator van het SVDJ heb ik daarop een laagdrempelig programma geschreven dat beter aansluit bij de doelgroep. Je kunt het ook zien als een eerste kennismaking met het SVDJ waarin we laten zien dat we graag een spin in het journalistieke web van Nederland zijn.’

NETWERKEN

Het vernieuwingstraject duurt zo'n zes maanden en omvat twee onderdelen. Deelnemers kunnen allereerst rekenen op begeleiding van een innovatiecoach, die helpt bij het signaleren en aanpakken van uitdagingen die binnen een lokale journalistieke organisatie spelen. ‘Daarnaast ontvangen ze een budget waarmee die uitdagingen ook daadwerkelijk aangepakt kunnen worden’, legt Willemijn uit. Voor deelnemende lokale nieuwsmedia was een vernieuwingsbudget van 10.000 euro beschikbaar. In januari ging de eerste fase van start en gingen



deelnemers met hun coach aan de slag om problemen te signaleren en eventuele oplossingen te bedenken. In het voorjaar brak de tweede fase aan en werden oplossingsrichtingen verkend. ‘Belangrijk onderdeel was de Innovatietour, die ons niet alleen naar Utrecht maar ook naar Antwerpen, Brussel en Bonn bracht’, vertelt Willemijn. ‘In Antwerpen brachten we een bezoek aan het Mediahuis en maakten we kennis met de innovatieve aanpak van de Gazet van Antwerpen.’ In Brussel werd aangeklopt bij omroep VRT (foto links) en de redactie van lokale krant Bruzz. De redacties van General-Anzeiger en journalistiek platform Deutsche Welle in Bonn werden op de derde dag bezocht. ‘Niet alleen werd kennism gemaakt met innovatieve ideeën, onderweg in de bus werd volop genetwerkt en kennis gedeeld.’ Na de Innovatietour brak de derde fase van het vernieuwingstraject aan en gingen alle deelnemers geïnspireerd aan de slag met hun coach. ‘Oplossingen om problemen aan te pakken worden in deze fase ontwikkeld en waar mogelijk geïmplementeerd binnen de organisatie’, aldus Willemijn.

JOURNALISTIEKE WINST

Kort voor de zomervakantie eindigt het vernieuwingstraject met een evaluatie en wordt alle opgedane kennis gedeeld met andere deelnemers. ‘Een van de opbrengsten van het vernieuwingstraject is dat zelfs de kleinste vernieuwingen kunnen bijdragen aan grote veranderingen’, stelt Willemijn. ‘Een geringe aanpassing in je werkwijze kan tot meer efficiëntie leiden en levert journalistieke winst op.’ Belangrijk voor het welslagen van het vernieuwingstraject is dat iedereen er binnen het lokale nieuwsmidium mee aan de slag gaat. ‘Zorg ervoor dat je beschikt over een multidisciplinair team waarin zoveel mogelijk geledingen zijn vertegenwoordigd’, adviseert de innovatiecoördinator van het SVDJ. ‘Alleen als je iedereen meeneemt, dus naast de directeur en de hoofdredacteur óók de journalisten en de marketeers, creëer je voldoende draagvlak voor vernieuwing.’

Willemijn Dekker werkt ruim vier jaar bij het SVDJ, waar ze zich aanvankelijk bezighield met innovatie en communicatie. Na de benoeming van Peter Smet tot directeur in 2022 nam ze diens innovatieportefeuille integraal over. Willemijn woont in Amsterdam en volgt het nieuws via een dagbladabonnement, regionale tv-zender AT5 en een aantal lokale nieuwssites. Meer weten over de subsidie- en begeleidingsprogramma’s van het SVDJ? Kijk op www.svdj.nl.



PIETER HEIJBOER (DE EENDRACHTBODE, THOLEN):

‘WERKEN AAN DE EENDRACHTBODE VAN DE TOEKOMST’

‘Bij veel van de regelingen van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek denk ik: dat is niks voor onze lokale krant. Zelfs toen ik las over de regeling waar we nu aan deelnemen, ging die gedachte door mijn hoofd. Met de kennis van nu ben ik blij dat Willemijn Dekker van het SVDJ ons heeft opgebeld met de vraag om ons toch in te schrijven.

tijd voor vrij te maken. Het wordt een uitdaging om dat na afloop van het traject vast te houden. Verstandig zou het zeker zijn. Op Tholen en Sint Philipsland speelt voor ons het volgende probleem: tegen de Zeeuwse trend in, komen er steeds meer inwoners bij. Mensen uit de Randstad weten de eilanden in onze gemeente inmiddels goed te vinden. Het lukt

‘NIET MET HAGEL SCHIETEN OP DE POTENTIËLE ABONNEES’

Met de inspirerende en ook gezellige Innovatietour nog vers in het geheugen zijn we eind maart weliswaar nog steeds in de onderzoeksfase, maar het loont op zich al om eens op een andere manier met je bedrijf bezig te zijn. Meestal ben je alleen bezig met het maken van het nieuws, dat bij ons nog voornamelijk via de papieren krant bij onze abonnees komt. De waan van de week, in ons geval. Nu zijn we bijna wekelijks bezig om actief te werken aan de Eendrachtbode van de toekomst. Toegegeven: het blijkt in de praktijk lastig om er altijd genoeg

ons alleen nog niet om deze kans te verzilveren en veel van nieuwe inwoner abonnee te maken. Onze onderzoeksvraag luidt: Hoe bereiken we de nieuwe Tholenaar? Nu zouden we daar als een kip zonder kop allerlei acties kunnen ondernemen om die nieuwe inwoners zo goed mogelijk te bereiken. De meerwaarde van het traject van het SVDJ is dat we, met behulp van de coach en de subsidie, juist beredeneerd stappen zetten, meten wat we gedaan hebben en niet met hagel schieten op de potentiële abonnees.’



Hoofdredacteur en eigenaar Pieter Heijboer nam in 2022 het stokje over van zijn vader Wim. De Eendrachtbode (Tholen en Sint Philipsland) stond in 1945 mee aan de wieg van de Nederlandse Nieuwsblad Pers. Andere NNP-leden die meedoen aan het SVDJ-vernieuwingstraject zijn BDU Media (Barneveld), Achterhoek Nieuws (Lichtenvoorde), Kempen Media (Horst), Kontakt Mediapartners (Goudriaan) en uitgeverij JeVanHet (Zierikzee).

(Foto: Arie de Viet).

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

TROTS OP LOKAAL NIEUWS



BEL +85 88 88 497

Publisher

WWW.EPUBLISHER.WORLD

✓ KOPPEL IEDER REDACTIESYSTEEM

✓ WEINIG EXTRA WERK

✓ CREËER EXTRA OMZET

NIEUW NNP-LID

PATRICK DEN HEIJER (DEN HEIJER UITGEVERIJ):

‘Diepgeworteld in Scheveningen’

‘Lokaal nieuws is zo verschrikkelijk belangrijk.’ Aan het woord is Patrick den Heijer (54), directeur-eigenaar van Den Heijer Uitgeverij in Scheveningen. Met een team van vier fulltimers, een parttimer en een enthousiaste groep freelancers werkt Patrick sinds 2017 met veel succes aan de wekelijkse verschijning van huis-aan-huiskrant De Scheveninger. Recent kwamen daar de stadsdeelkranten De Segbroeker en Het Haagse Hout bij, die tweewekelijks op de deurmat vallen.

De drie titels die onder regie van Patrick huis aan huis verschijnen, onderscheiden zich van andere lokale kranten door een opvallende voorpagina. Deze wordt gevuld met een bijna paginagrote foto waarop altijd een Scheveninger te zien is. ‘En in de Haagse stadsdelen Segbroek en Het Haagse Hout kiest de redactie natuurlijk voor iemand die daar in het nieuws is of een bijzonder verhaal te vertellen heeft. Een voorpagina waarop altijd een lezer staat, is een heuse aandachtstrekker. Onderaan vind je enkele opvallende advertenties.’

VERFRISSEND

Patrick is al meer dan twintig jaar thuis in de lokale journalistiek in Scheveningen en was eerder werkzaam bij De Scheveningsche Courant, een historische titel die in 1887 het levenslicht zag maar niet meer bestaat. ‘Ongeveer vijf jaar geleden ben ik een eigen uitgeverij begonnen en startten we met De Scheveninger. Met een handjevol echte Scheveningers zijn we gestart met een nieuwe en vooral verfrissende lokale krant die ook op sociale media heel actief is en veel bezoekers lokt.’

De kracht van De Scheveninger is dat alle uitgeverijmedewerkers in Scheveningen wonen en het stadsdeel aan zee op hun duimpje kennen. ‘Dat is de kracht van ons team’, zegt Patrick enthousiast. ‘Mensen die in Scheveningen wonen, krijgen het landelijke en internationale nieuws via allerlei kanalen binnen. Voor het lokale nieuws wendden ze zich tot onze krant omdat

wij alles in de gaten houden. Wij bieden als enige elke week artikelen met diepgang en hebben oog voor human interest.’

HYPERLOKAAL

De redactie van De Scheveninger trok kort na de start de aandacht met uitgebreide reportages over incidenten die ook landelijk veel aandacht kregen: de vuurregen in de Nieuwjaarsnacht van 2019 en de tragische dood van vijf surfers, die in mei 2020 aan de Noordzeekust verdronken in een dikke schuimlaag. ‘Inmiddels hebben we twee nieuwe titels die in naburige stadsdelen verschijnen: De Segbroeker en Het Haagse Hout’, legt Patrick uit. Hij vervolgt: ‘Omdat de productiekosten momenteel erg hoog zijn, verschijnen deze kranten vooralsnog tweewekelijks. Je zou kunnen spreken van een voorzichtige, maar weloverwogen stap op weg naar groei. De reacties in beide stadsdelen zijn positief, mede omdat we daar als enige titel verschijnen en iedereen uitkijkt naar onze hyperlokale uitgave.’

VREEMDE EEND IN DE BIJT?

De band met de Nederlandse Nieuwsblad Pers (NNP) ontstond in 2022, toen Patrick in contact kwam met voorzitter Roy Keller. ‘Als uitgeverij van slechts drie kleine kranten dacht ik dat we

bij de NNP een vreemd eend in de bijt zouden zijn. Op aanraden van een collega heb ik toch een lijntje uitgegooid en kwam ik al snel tot de conclusie dat de NNP ook voor onze uitgeverij betekenisvol is. Met z’n tweeën hebben we vorig jaar de NNP-dag in Zeist bezocht en daar veel interessante contacten gelegd, bijvoorbeeld met Pubble. Bij de NNP leer je van elkaar en ligt samenwerking voor het oprapen. Ik verheug me nu al op de volgende NNP-dag in Kamerik.’



**Eigentijdse concepten
en uitingen in jouw
stijl en kleur?!
Onze marketing- en
designafdeling
zorgt ervoor!**



Over ons

Het Mediacentrum is er voor uitgevers en ondernemers. Wij bieden uitgevers van huis-aan-huisbladen en magazines een totaalpakket voor alles wat met uitgeven te maken heeft, waarmee een aanzienlijke kostenbesparing gepaard gaat.

Met onze jarenlange ervaring, weten wij welke uitdagingen uitgeven met zich meebrengt. Ons uitgangspunt? Een optimaal ingerichte werkwijze met de blik op de toekomst!

Daarnaast zorgt de marketing- en designafdeling van Het Mediacentrum ervoor dat magazines en brochures van jouw onderneming of merk passen bij jouw doelgroep.



*Lisette
'Wij zijn jouw
sparringspartner en
denken mee over
doorontwikkelingen.'*

Vormgeving magazines

Onze designafdeling zorgt voor inspirerende magazines en brochures met een frisse en eigentijdse uitstraling die geheel passend is bij het ontwerp en toegankelijk is voor de doelgroep. Met de juiste kleuren, koppen en beelden is de eerste indruk gemaakt!



*Edwin
'Van kleurrijke
huisstijlontwerp tot de
vervaardiging van
nieuwe website; bij ons
kun je terecht!.'*

Creatie

Eigentijdse concepten en uitingen in jouw stijl en kleur. De marketing- en designafdeling van Het Mediacentrum biedt een verscheidenheid aan diensten aan; van kleurrijke huisstijlontwerp tot het vervaardigen van nieuwe websites. En ook voor je social media beheer en de inzet van een crossmediale campagne kun je bij ons terecht!



*Jermine
'Wij verzorgen de opmaak van
jouw krant of magazine.'*

Ook weten wat Het Mediacentrum voor jouw bedrijf kan betekenen?
Neem een kijkje op **www.hetmediacentrum.nl**
en neem vrijblijvend contact op.

HYPR

Huisstijl, website, drukwerk

HYPR is het platform voor hyperlocal advertising! Het Mediacentrum is zeer betrokken geweest bij de opstart en de livegang begin 2023. Er is hard gewerkt aan de organisatie, marketing en communicatie rondom dit merk.

Huisstijl en website

De krachtige huisstijl van HYPR is ontwikkeld door Het Mediacentrum. De horizontale elementen in het woord staan alle op één (lage) lijn, want HYPR is laagdrempelig, houdt zich bezig met journalistiek en de uitgevers achter dit platform zitten op één lijn. De punt maakt het woordmerk af: zo is het en niet anders. Ook de aantrekkelijke en doelgerichte website Hypr.nl hebben we mogen maken; van inrichting en design tot en met de uiteindelijke bouw. Daarnaast zijn er nog andere uitingen (zoals een Powerpointformat) gemaakt in de herkenbare HYPR-stijl.



We werken dag in dag uit aan mooie projecten!

Ook weten wat Het Mediacentrum voor jouw bedrijf kan betekenen? Neem een kijkje op www.hetmediacentrum.nl en neem vrijblijvend contact op.



*"Wow, heel toffe opzet!
We zijn onder de indruk."
Maikel Zuurbier, vertegenwoordiger Janssen/Pers*

Janssen Pers

Vormgeving papiermodellen en verzenddoos

Klanten van Janssen/Pers, Nederlands grootste onafhankelijke kranten-drukkerij, hebben een scala aan keuzemogelijkheden wat papiersoorten betreft. Daarom deden vertegenwoordigers van Janssen/Pers beroep op onze creatieve kant. Wij verzorgden de vormgeving van diverse papiermodellen en een moderne verzenddoos waarmee (potentiële) klanten een goede keuze kunnen maken tussen de verschillende mogelijkheden.

Naderhand maakten we ook een Quick Short Guide die klanten op een overzichtelijke en leuke manier door het uploadproces meeneemt.

Bedrijvig-magazines

Opmaak zakelijke bladen

Voor verschillende uitgeverijen maakt Het Mediacentrum de zakelijke magazines op. Zo ook de Bedrijvig-magazines in Noordoost-Brabant. Deze sterk regionaal gerichte magazines verschijnen vier keer per jaar. De interviews en teksten worden aangeleverd door de uitgeverijen, evenals de foto's. Het team van Het Mediacentrum zorgt ervoor dat de ondernemers tot hun recht komen door de passende, zakelijke en professionele vormgeving.

Naast het opmaken van de magazines, hebben we voor Bedrijvig de opzet voor de zakelijke LinkedIn-posts gemaakt, zodat er overal eenzelfde uitstraling is.



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.



SPREAD-it

Krijg grip op uw verspreidgebied en verbind de keten.

Bepaal op basis van BAG uw verspreidgebied en de te verspreiden aantallen.

Verbeter uw kwaliteit door meer inzicht in de keten en maak selfservice met uw partners mogelijk.



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



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

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



In hogere sferen

COLUMN

Marc Cleutjens (Boxtel, 1966) is freelance journalist, tekstschrijver en historicus en doceert Nederlands aan anderstaligen. Hij was vele jaren actief binnen de NNP, onder meer als bestuurslid en als lid van het redactioneel management, en is sinds 2020 (eind)redacteur van NNP Nieuws.

‘Welkom op de NNP-dag!’ Zodra de uitnodiging voor de NNP-dag op de deurmat valt, gaat mijn hart sneller kloppen. De NNP-dag... hoogtijdag van de lokale journalistiek in Nederland waar uitgevers, directeurs, hoofdredacteurs, journalisten, fotografen en salesmanagers elkaar ontmoeten. Elk jaar weer in een ander decor: Afas Stadion, Burgers’ Zoo, Beeld & Geluid, Nederlands Openluchtmuseum en zelfs de KNVB Campus. Je komt nog eens ergens.

Ik neem je mee naar 18 mei 1995. Als jonge verslaggever van de lokale krant in Boxtel schoof ik voor het eerst aan op een NNP-dag. Ik toog naar Scheveningen waar toenmalig mediastaatssecretaris Aad Nuis in een deftig parkpaviljoen de felbegeerde NNP-prijzen uitreikte. Een podiumplaats zat er niet in, maar ik ontdekte dat er meer was dan ‘het krantje’ dat elke donderdag in de Meierij verspreid werd. Sinds 1995 heb ik geen NNP-dag overgeslagen. Ik herinner me de tiende editie in Nieuwspoort, waar CDA-coryfee Piet Bukman in 1997 het Amsterdams Stadsblad lauwerde. In het Scheepvaartmuseum sloot ik me drie jaar later - inmiddels als hoofdredacteur van diezelfde Boxtelse krant - aan bij het redactioneel management. De NNP-dag... niet alleen een uitstekend moment om de journalistieke horizon te verbreden, maar ook een basis voor eeuwigdurende vriendschappen. Natuurlijk stond en staat de NNP-dag symbool voor de vier pijlers die de vereniging van lokale nieuwsmedia hoog in het vaandel heeft: verbinden, inspireren, faciliteren en belangen behartigen. Maar als hoofdredacteur zag ik de NNP-dag ook als een buitenkans om de journalistieke

kwaliteiten van onze kleine en eigenwijze krant te etaleren. Enthousiast stuurde ik elk jaar een stapeltje inzendingen naar de jury. En werden prijzen gepakt die het krantenteam in hogere sferen brachten.

Mijn mooiste herinnering? De Prijs voor de Nieuwsbladjournalistiek in 2002. Redacteur Ineke Platel, tien jaar daarvoor al eens verblijd met een eervolle vermelding, schreef een indrukwekkend interview met een slachtoffer van seksueel misbruik en nam in Baarn naast eeuwige roem ook een prachtig bronzen beeldje mee naar huis. Ook de trofeeën voor een ontroerende nieuwsfoto van Piet van Oers (2005) en een religieus portret van Peter de Koning (2014) worden gekoesterd.

De NNP-dag van 2023 vindt plaats in Het Groene Hart. Ik heb nu al zin om te verbinden en laat me graag inspireren. Meer nog kijk ik uit naar de prijsuitreiking en de trotse gezichten van alle winnaars. Hun producties staan symbool voor de kracht van lokale nieuwsmedia in Nederland. Een ontembare kracht die op de NNP-dag uitbundig in de schijnwerpers staat. Zorg dus dat je erbij bent!

Jouw digitale advertenties privacy vriendelijk ingeregeld, nu en in de toekomst?

Neem **contact** op met
info@optoutadvertising.com



Scan de code of kijk op
www.optoutadvertising.com

opt out

HYPR.

**Wij zijn enorm
trots op het feit dat
HYPR. en ToLocal
samen zijn!**



HYPR.



**BENIEUWD NAAR WAT WIJ VOOR
JULLIE KUNNEN BETEKENEN?**

Hypr.nl / 020-798 9191 / frank-paul@tolocal.nl of robert@hypr.nl

Forteiland IJmuiden was woensdag 29 maart de thuisbasis van de Uitgeversdag. De Uitgeversdag is een van de drukbezochte activiteiten die de vereniging van lokale nieuwsmedia elk kalenderjaar organiseert. Het programma startte met een boottocht van de Kop van de Haven in IJmuiden naar het forteiland.

SUCCESEN DELEN, ABSEILEN EN
BOOGSCHieten GAAN PRIMA SAMEN

Uitgeversdag NNP op Forteiland IJmuiden

Een gezelschap van ruim dertig uitgevers en directieleden wisselde ervaringen, vernieuwingen en successen met elkaar uit. Alleen al dat aspect maakte de Uitgeversdag tot een geslaagde dag. Ook de locatie was top. Zo konden op Forteiland IJmuiden tal van (team)activiteiten worden gedaan zoals abseilen, boogschieten en diverse kleine opdrachten, waarbij het op fysiek en behendigheid aankwam, maar ook de hersens werden gekraakt.

De Uitgeversdag werd afgetrapt met een kennissessie. Technologie-expert Remy Gieling nam het NNP-gezelschap mee in de wereld van kunstmatige intelligentie en ChatGPT. Zijn visie: 'Er valt een ongelooflijke hoeveelheid winst te behalen voor redacties, al op korte termijn'. Volgens Remy moet daarbij vooral gedacht worden aan de verwerking van standaardberichten.



Maak kennis met de **nieuwe huisstijl** van de Rodi Groep!

Het nieuwe design past meer bij de kernwaarden die we als Rodi willen uitstralen: het verbinden en laten bloeien van de lokale gemeenschap. Ook legt de vernieuwde huisstijl een nog duidelijkere verbinding tussen Rodi Media en onze nieuwsbladen en online kanalen. De nieuwe huisstijl is fris, rustig en modern.

Het proces



Vernieuwde logo's



Vernieuwd design nieuwsmerken



www.rodimedia.nl / www.rodiorotatiedruk.nl / www.rodiverspreiding.nl