

ImPrintant

IMPRINTANT IS EEN UITGAVE VAN SENEVELDER MISSET B.V.
JAARGANG 13 / NUMMER 1 / VOORJAAR 2007



ImPrintant



VOORWOORD

SCHERP

De uitkomsten van het eerste kwartaal zijn altijd spannend. Zeker in een beweeglijke industrie als de onze! Naast het produceren van uw titels zijn wij permanent in de weer om onze kwaliteit – in de breedste zin van het woord – niet alleen op peil te houden, maar ook te verbeteren.

Zo zijn onze bedrijfsvoering en processen extern getoetst in de afgelopen periode. Dit heeft geresulteerd in een nieuwe certificering op basis van NEN-EN-ISO 9001 en NEN-EN-ISO 14001. Voor ons een prima aanmoediging om op koers te blijven. Voor u de zekerheid dat wij ook langs deze weg scherp worden gehouden. In februari werden we eveneens gecertificeerd voor het FSC-keurmerk (zie pagina 7). Trefwoorden: zorgvuldig bosbeheer, duurzaam en ecologisch verantwoord.

Binnenkort starten wij met een intern programma, waarin diverse aspecten uit het recente klanttevredenheidsonderzoek worden aangepakt. Natuurlijk zullen wij ook uw kanttekeningen en suggesties hierbij betrekken.

Uit het voorgaande blijkt dat bij Senefelder Misset niet alleen de techniek centraal staat, maar zeker ook de organisatie, oftewel onze medewerkers. Zij vormen de basis om u als klant te faciliteren. Samen leggen wij de lat graag hoog!

Hans Kooijman

P.S. U komt toch ook op ons seminar op donderdag 22 maart met als thema: Crossmediaal uitgeven – noodzaak tot succes?

HELPDESK SENEFELDER MISSET Zorgeloos digitaal

Het is prettig als u precies weet hoe u digitaal moet aanleveren en versturen. Heeft u een vraag over dit onderwerp? Mail of bel gerust met onze helpdesk. Bereikbaar op werkdagen van 6.00 tot 21.00 uur.

helpdesk (0314) 355 606
helpdesk@senefelder.nl

Wilt u meteen meer weten over digitaal aanleveren, vierentwintig uur per dag? U kunt alle richtlijnen en settings downloaden via onze site: www.senefelder.nl/smd/aanleveren/richtlijnen.asp

Hoe kunt u ons ook bereiken?

ALGEMEEN (0314) 355 500
VERKOOP (0314) 355 616



COLOFON

Imprintant is een uitgave van Senefelder Misset BV en verschijnt vier maal per jaar in controlled circulation.

Voor reacties of vragen kunt u contact opnemen met Senefelder Misset t.a.v. Luce Marissink, Postbus 68, 7000 AB Doetinchem, tel. (0314) 355 616, e-mail: luce.marissink@senefelder.nl
Redactie, productie & druk: Senefelder Misset/ Vormgeving: Senefelder Misset, Mariska Leerink/ Met dank aan: Barbera Elgersma, Fotostudio Jan Liefink

Imprintant wordt gedrukt op 170 grams (binnenwerk) en 250 grams (omslag) houtvrij papier. De omslag heeft dit keer een mat laminaat. De overige pagina's zijn voorzien van een persvernis.

LANCERINGEN

Gat in de markt

Het bedienen van verschillende segmenten levert meer contactmomenten op voor adverteerders. Een van de prioriteiten waar Quorum Uitgevers bv naar streeft. Arnold Jansen, uitgever en algemeen directeur van deze uitgeverij, vertelt.



“Als uitgever zijn we helemaal gespecialiseerd in wonen. Al geruime tijd geven we publicaties-tijdschriften en vakbladen uit over dit brede onderwerp. Daarbij proberen we altijd meer te betekenen voor zowel onze adverteerders als onze abonnees. We denken dan ook altijd na over welke segmenten we nog niet bedienen, maar waar we mogelijk al wel expertise over hebben, dankzij onze jarenlange ervaring als uitgever op het gebied van wonen.

Een voorbeeld daarvan is het nieuwe vakblad [WAM] Woning Afbouw Magazine speciaal voor projectorganisaties en woningbouwcorporaties. Veel kopij die we hadden en hebben, voor onze consumenten- en business-to-business media, kunnen we recyclen voor dit vakblad en zo interessant maken voor deze doelgroepen.

“Met welke bladformule kunnen we welk deel van de markt het best bewerken?”

Het andere nieuwe vakblad, KlusPro, richt zich op de kleine zelfstandige klussers, de ZPP-ers. Ook zij zijn geïnteresseerd in de meeste onderwerpen die in onze andere media aan de orde komen, zoals keukens, badkamers, verwarming, zonwering, gereedschap of bouwmaterialen.”

‘Semi-consumenten’

“Zowel [WAM] Woning Afbouw Magazine als KlusPro bedient een gat in de markt. Er waren nog geen tijdschriften die zo breed informatie verstrekken aan deze specifieke

doelgroepen die we zien als semi-consumenten. Hoewel de vakbladen nieuw op de markt zijn, staan er dezelfde adverteerders in als onze publicatie- als b2b-tijdschriften. Vaak met een aangepaste advertentie, afgestemd op de zakelijke markt. Dankzij het bereiken van nieuwe doelgroepen creëren we dus meer contactmomenten voor adverteerders.”

“Beide magazines hebben – net als al onze andere tijdschriften – een uitgebreide internetsite. Abonnees kunnen inloggen en extra digitale informatie opvragen. Bladeren door een magazine, maar ook artikelen uit het archief ophalen. Dat kunnen ze printen of downloaden als pdf.”

Verspreiding

“Ook de wijze waarop tijdschriften worden verspreid, biedt adverteerders meer en effectievere contactmomenten met doelgroepen. Neem bijvoorbeeld ons nieuwe publicatiestijdschrift, Zomer Studio, dat dit voorjaar voor de eerste keer wordt verspreid via boekwinkels en supermarkten in Nederland en België. Tevens worden er pakketten verkocht aan andere zonweringdealers en bouwmarkten die Zomer Studio aan hun klanten meegeven. Hierdoor krijgt een advertentie niet alleen een optimaal bereik, maar ook een lange life-cycle. Onze publicatiestijdschriften Keuken Studio en Badkamer Studio zijn gebaseerd op hetzelfde principe.”

Quorum Uitgevers bv richt zich zowel op gedrukte als online media voor consumenten en de business tot business markt. De nadruk ligt op wonen. www.qumedia.nl

WAM

WWW.WAM.NL

- Eerste en enige business to business magazine over afbouw van seriematig gebouwde woningen in Nederland
- Breed scala aan onderwerpen: van keukens tot verwarming en van wanden tot domotica
- Speciaal voor architecten, aannemers, projectontwikkelaars, woningcorporaties en andere partijen die actief in de bouw zijn

KlusPro

WWW.KLUSPRO.NL

- Dé vakkrant voor de professionele ZPP'er
- Boordevol nieuws, noviteiten en onmisbare weetjes
- Gestart met gratis uitgaven in de koffiecorners van bedrijven waar de ZPP'er geregeld komt
- Grote internetsite





De Week van het Tijdschrift

In september 2007 zal *De Week van het Tijdschrift* worden georganiseerd. Een samenwerking tussen uitgevers, distributeurs en de detailhandel. Doelstelling van deze week wordt het creëren van extra traffic, omzet

en aandacht voor het tijdschrift. Deze week vindt alleen in de vakhandel plaats. Afzetkanalen zoals supermarkten en dergelijke zullen niet deelnemen.
bron: www.boekbond.nl

Gratis Autoweekblad

De ANWB komt dit voorjaar met een gratis weekkrant over auto's en verkeer met een oplage van 500.000 exemplaren. Het blad heeft als werktitel 'ANWB Autokrant' en moet verspreid gaan worden via supermarkten en tankstations. Het eerste nummer verschijnt tijdens de AutoRai op 29 maart a.s.

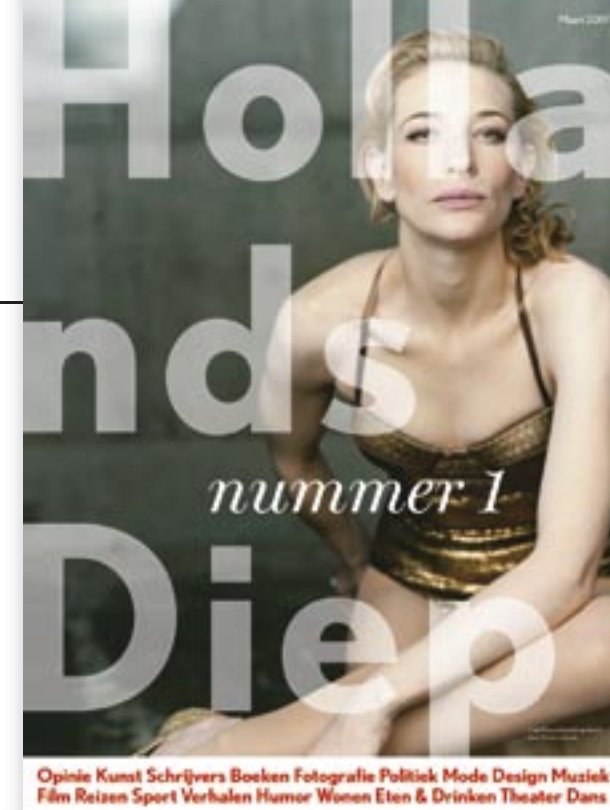
bron: www.mediafacts.nl



Mediabeleving 2007 Plus

In 2007 wordt voor de derde keer het Mediabelevingsonderzoek gehouden. Dit keer noemen de uitvoerders het zelfs Mediabeleving 2007 Plus. De Plus staat voor meer mensen (grotere steekproef), meer merken en meer media. Het onderzoek wordt uitgevoerd door TNS NIPO/Veldkamp. Naast de standaard mediumtypen is er in de nieuwe editie ook aandacht voor onder andere narrowcasting en het meten van aandacht/engagement. Ook zullen er metingen plaatsvinden naar het gebruik van RTV-programma's en printtitels via online kanalen zoals internet en mobile.

bron: www.mediaonderzoek.nl



Hollands Diep

Uitgeverij Weekbladpers Tijdschriften introduceert deze maand de eerste cultuurglossy van Nederland op de markt: *Hollands Diep*. Een veelkleurig glossy magazine over cultuur, opinie, boeken, reizen, mode, muziek, design, film en theater.

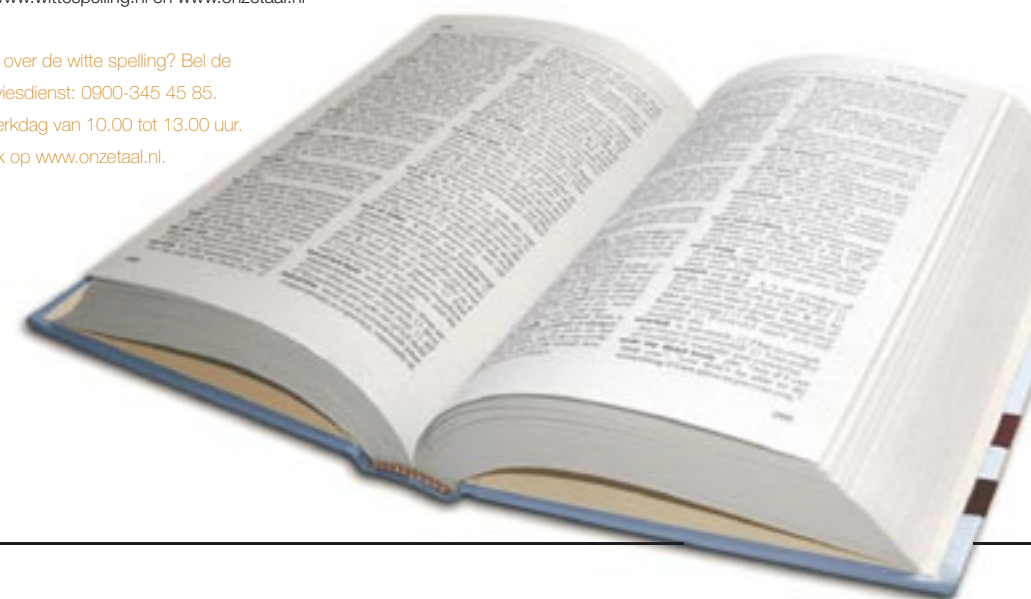
bron: www.nuv.nl

Wie speelt er wit?

Eind 2005 namen een aantal kranten en weekbladen afstand van het nieuwe Groene Boekje. Hieruit ontstond het *Platform de Witte Spelling*. Begin 2006 meldden de eerste sympathisanten zich op www.wittespelling.nl. Sindsdien hebben vele honderden organisaties en particulieren laten weten een voorkeur te hebben voor de witte spelling en zijn er tienduizenden Witte Boekjes verkocht. Een korte selectie uit de tijdschriften die de witte spelling volgen: Computer Idee, Elsevier, Huisarts en Wetenschap, Media Facts, Opzij, Quest en Santé.

bron: www.wittespelling.nl en www.onzetaal.nl

Vragen over de witte spelling? Bel de
Taaladviesdienst: 0900-345 45 85.
Elke werkdag van 10.00 tot 13.00 uur.
Kijk ook op www.onzetaal.nl.



Innovatief uitgeven in de praktijk

Op 25 april aanstaande organiseert InCT voor de tweede maal InCTformatie. Thema dit jaar: *online uitgeven*. In één dag worden deelnemers bijgepraat over alles wat met online uitgeven te maken heeft. Mensen uit de praktijk vertellen over wat online uitgeven is, wat online marketing voor uitgevers kan betekenen en hoe er geld is te verdienen met online uitgeven. Ook gaat het over CRM: leer de online klant kennen, welke marketingtools zijn er beschikbaar. Andere onderwerpen: auteursrechtelijke consequenties bij online uitgeven en voorbeelden van succesvolle online uitgeefconcepten.

bron: www.inct.nl

Wilt u reageren op één van de items op deze pagina of heeft u iets nieuws gesignaleerd uit de branche? Mail het naar: info@senefelder.nl



Loyaliteit kweken met een glossy

Consumentenbladen als 'Allerhande' zijn het onderwerp van universitair onderzoek. Het bedrijfsleven verwacht er veel van en financierde een bijzonder hoogleraar. Het supermarkt-glossy Allerhande staat nu in een universiteitsbibliotheek. Het blad van Albert Heijn is een schoolvoorbeeld van een zogenaamd relatiemagazine. Sinds 1 januari zijn relatiemedia aan de Universiteit van Amsterdam (UvA) het werkerrein van bijzonder hoogleraar customer media, Edith Smit.

bron: www.sakvandenboom.nl / www.nrc.nl

Stroomlijnen van kennis

Uneto-VNI heeft kennisoverdracht naar haar uitgebreide achterban hoog in het vaandel staan. Installatiebedrijven, detailhandels, maar ook onderwijsinstellingen hebben continu gedegen informatie nodig over onderwerpen die hen bezighouden. Wally Keyzer, algemeen hoofdredacteur: "Crossmedia vormen een belangrijke basis om regelmatig en eenduidig te communiceren met onze diverse doelgroepen."

"Uneto-VNI maakt gebruik van internetplatforms, zoals intra- en extranet, de specifieke ledenite en diverse consumentensites. Verder benutten we e-brieven, e-flitsen en digitale uitnodigingen. Voor de consument en ter ondersteuning van de ondernemers zetten we ook in op radio en tv. Al deze middelen liggen in het verlengde van onze reguliere papieren communicatiemiddelen."

"De Groep Vaktijdschriften bij Uneto-VNI is verantwoordelijk voor drie vakbladen. Alles draait om kennis vertalen naar de markt. Dat doen we journalistiek onafhankelijk. Binnen de groep ligt de nadruk op het uitgeven van tijdschriften. Internet zetten we aanvullend in. Zo

ligt het zwaartepunt binnen onze websites op de archief functie. Ons online-archief is alleen bereikbaar voor abonnees. Zij kunnen op elk gewenst moment informatie opvragen, terwijl de buitenwacht tegelijkertijd een goed beeld krijgt van wat de vakbladen bieden. Hiermee hopen we de interesse te wekken van aanpalende doelgroepen en uiteindelijk meer abonnees te werven. De website is dus bedoeld als naslagwerk. Heeft de lezer iets specifiek nodig, dan is het snel opgezocht en gedownload."

Doelstellingen

"Onze tijdschriften bieden op de eerste plaats kennisoverdracht naar de eigen leden. Ook zijn ze een betrouwbaar en stabiel informatie-medium voor de totale installatiebranche. De websites zorgen vooral voor extra interactie met



onze lezers. Snelle korte berichtgeving, maar ook achtergrondinformatie bij artikelen in de tijdschriften. Onder aan een artikel staat dan een verwijzing naar een website. Op de sites kunnen we overigens ook weer verwijzen naar een van de vakbladen."

"Alles draait om kennis vertalen naar de markt - journalistiek onafhankelijk"

"Via een monitoringprogramma hebben we een redelijk beeld hoe vaak en waarvoor de websites van Groep Vaktijdschriften worden benaderd. De archief functie wordt al buitengewoon goed gebruikt, waarbij onze dossiers, maar ook technische vragen en het impulsatern over her- en bijscholing hardlopers zijn. Regelmatig ondervragen wij onze lezers hoe zij de bladen ervaren. Uiteraard is dat ook een prima marketingmiddel."

Toekomst

"We hebben plannen ons printonderdeel nog verder uit te breiden. Bijvoorbeeld: extra katernen en specials. De websites gaan een steeds belangrijkere rol spelen in de interactie met onze klanten. Ook voor de snelle berichtgeving en straks livestreamingvideo is het middel ideaal."

UNETO VNI

- Ondernemersorganisatie voor installatiebedrijven en de technische detailhandel
- Geëngageerde belangenbehartiger
- Bundelt de krachten van ruim 7400 ondernemingen
- Ontstaan vanuit een fusie tussen twee brancheverenigingen
- Viert dit jaar haar vijfjarig jubileum

GROEP VAKTIJDSCHRIFTEN

- Onderdeel van Uneto-VNI
- Uitgever van Intech K&S, Intech E&I en VV+
- Vier websites: www.intechks.nl, www.intechei.nl, www.vvplus.nl en de overkoepelende site www.groepvts.nl

UW MENING OVER IMPRINTANT

Lezersonderzoek

In de vorige uitgave van ImPrintant hebben wij u gevraagd uw mening te geven over ImPrintant. Ruim 160 personen hebben hier hun medewerking aan verleend. Twintig respondenten hebben een 'Nationale Tijdschriftenbon' ontvangen.

Uit het lezersonderzoek is gebleken dat de rubrieken 'gesignaleerd', 'nieuwe bladen' en het hoofdartikel het beste worden gelezen.

De grootste informatiebehoefte van onze lezers ligt bij 'ontwikkelingen in uitgeefland' en 'ontwikkelingen in de grafische industrie'.

Daarnaast is gebleken dat vooral korte artikelen worden gewaardeerd. Wij hebben besloten om onze bladformule in elk geval op dit punt aan te passen.



FSC-gecertificeerd



Als antwoord op de wereldwijde bezorgdheid over de toekomst van de bossen werd in 1991 het SCS-Forrest Conservation Program opgesteld. Het doel van dit programma is om bosmanagementmethoden te onderscheiden. Hierbij wordt een verantwoorde houtproductie gecombineerd met het behoud van de ecologische en sociale functies van het bos. Binnen dit programma worden bosbedrijven volgens de principes en criteria van FSC gecertificeerd. FSC staat voor *Forrest Stewardship Council*. Deze onafhankelijke certificering helpt consumenten om hout en houtproducten (papier) uit verantwoord beheerde bossen te herkennen. De producten zijn herkenbaar aan het FSC logo. Senefelder Misset hecht veel waarde aan duurzaam verantwoord ondernemen. Recent heeft ons bedrijf dan ook de certificering met goed gevolg ondergaan én het 'Chain of Custody' certificaat van FSC ontvangen. Inmiddels is de eerste opdracht - met FSC certificering - van onze persen gerold. Het magazine 'Uit!' van de Stichting Natuuristische Uitgaven was verantwoordelijk voor de primeur.

SEMINAR 22 MAART, 15.00 UUR

Crossmediaal uitgeven: noodzaak tot succes?

Crossmediaal uitgeven wordt een succesvolle toekomst voorspeld. Inmiddels combineert een groeiend aantal uitgevers verschillende media met elkaar. Wat zijn nu eigenlijk de ervaringen? Welke oplossingen zijn succesvol? Wat zijn de verwachtingen voor de korte én lange termijn? Ervaringen met én voorspellingen over crossmediaal uitgeven worden bij elkaar gebracht tijdens het Senefelder Misset Seminar op donderdag 22 maart aanstaande.

Tijdens het seminar zullen de volgende sprekers acte de présence geven:

- Ashja Bosboom-Fetvacyan, marketing directeur Uitgeverij Scala
- Rene Hoogenboom, uitgever De Zaak
- Carmen Straatsma, hoofdredacteur ElleGirl (Hachette Filipacchi Media)

De presentaties worden gecombineerd met een forumdiscussie. Deelname aan het seminar is gratis, maar het aantal plaatsen is beperkt. Meldt u daarom zo snel mogelijk aan via www.senefelder.nl.





DE VELLENDRUKKERIJ
vrijdag 2 maart 2007 15:35 uur

DE PLEK EN ZIJN VERHAAL

DE VELLENDRUKKERIJ:

“Hoge kwaliteit waarborgen, vakwerk leveren en elkaar scherp houden. Dát is wat we hier doen”

Rob Berndsen, Hoofd Drukkerij van Senefelder Misset, vertelt: “Onze vellendrukkerij heeft twee vierkleurenpersen en een vijfkleurenpers met een steunkleur c.q. vernisunit. De oplages liggen tussen de 3.000 en 12.000 exemplaren.

De keuze voor vellendruk of rotatiedruk is afhankelijk van het specialisme van het drukwerk, de oplage en

het papiergrammage. Voor vellendruk ligt dat grammage tussen 70 gram tot maximaal 300 gram per m². Kleinere oplagen (< 12.000 ex.) zijn geschikt voor vellendruk. En natuurlijk de covers van magazines.

Met zo'n cover kun je alle vakmanschap uit de kast halen. Combinaties van mat met glans. Een extra kleur die opvalt. Een cover is het visitekaartje

van je magazine. Het is het eerste waar je naar kijkt. Ziet je cover er geknikt uit in het schap, dan sta je al met 3-0 voor.

Dit jaar ligt voor ons dé uitdaging in het vasthouden van de hoge kwaliteit in combinatie met nog efficiënter werken. Mijn taak is onder meer mensen scherp te houden om de hoge kwaliteit te waarborgen.”

Meer weten over vellendruk en de mogelijkheden? Neem dan contact met ons op.

NIEUW OP DE PERS

Gewoon bijzonder

RELATIE-MAGAZINE VAN DE VRIJE UNIVERSITEIT AMSTERDAM

4 X PER JAAR
21 X 29,7 CM
ROTATIE OFFSET
28 PAGINA'S
UITGEVER: VRIJE UNIVERSITEIT AMSTERDAM

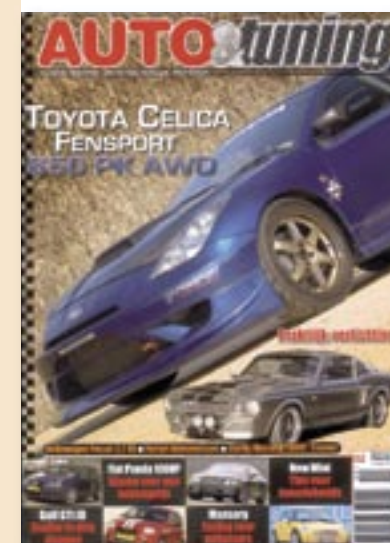


Gewoon bijzonder is het relatiemagazine van de Vrije Universiteit. Met dit magazine worden alle relaties op de hoogte gehouden van nieuws en achtergronden op en rond de VU-campus.

www.vu.nl/gewoonbijzonder

Auto & Tuning

Het magazine Auto & Tuning is onlangs geheel vernieuwd en richt zich op de autoliefhebber die er ook van houdt om een auto een extra bijzondere uitstraling te geven, dus te 'pimpen'. Auto & Tuning biedt onder meer reportages over uiteenlopende auto's, uitgebreide testen en het laatste nieuws over techniek en audio. www.autoentuning.nl



11 X PER JAAR
21 X 29,7 CM
OMSLAG:
VELLEN OFFSET
BINNENWERK:
ROTATIE OFFSET
96 PAGINA'S
UITGEVER:
UITGEVERIJ DE KOPPELENBURG



Pleasure

CARIBBEAN & LATIN MAGAZINE

12 X PER JAAR
23 X 30 CM
ROTATIE OFFSET
56 PAGINA'S
UITGEVER: PLEASURE PRODUCTION

Pleasure is een maandblad voor liefhebbers van de tropische culture &

life style. Het tijdschrift staat vol met nieuwtjes, multimediale reviews en een overzicht van activiteiten.

Aedes-Magazine

VAKTIJDSCHRIFT VOOR WONINGCORPORATIES



Aedes-Magazine is het enige vaktijdschrift dat de woningcorporaties direct bereikt en totaaldekking biedt bij de doelgroep. Het magazine informeert over ontwikkelingen in en rond de woningbranche en over het werk van woningcorporaties.

www.aedesnet.nl

21 X PER JAAR
21 X 29,7 CM
ROTATIE OFFSET
68 PAGINA'S
UITGEVER: AEDES VERENIGING VAN WONINGCORPORATIES, PUBLICATIES

Is uw blad voor het eerst in productie bij Senefelder Misset? Geef het door aan uw accountmanager of mail het naar: info@senefelder.nl en uw blad krijgt een plaats op deze pagina.



SENEFELDER MISSET



UITGELICHT

Fenomeen uit de regio

Eerst exquise dineren, dan wegdromen in het theater en tot slot naar een intiem blues concert in een bruin café. Mensen die graag uitgaan en die wonen in Arnhem en Nijmegen of omstreken, krijgen elke maand via UIT Magazine de leukste uitgaansmogelijkheden aangereikt. Treffer Media BV is verantwoordelijk voor deze uitgave.



“Met UIT Magazine willen we appelleren aan de lezers die regelmatig uitgaan. De nadruk ligt op wat er in de stad te beleven is. Wel op stijl-gevoelige wijze, in combinatie met de nieuwste mode en woonrends, maar de hoofdmoot blijft uitgaan. In het magazine vind je artikelen, fotoreportages, uitgaanstips en sinds kort ook een uitgebreide uit-agenda. Adverteerders komen niet alleen uit de horeca, maar ook uit de mode- en woonwereld. We hebben een

editie voor Nijmegen en voor Arnhem. Op de cover wordt dit aangeduid met de kengetallen van deze steden: 024 voor Nijmegen en 026 voor Arnhem.”

UIT Magazine wordt gemiddeld twee weken bewaard

“Onze lezersgroep is breed, de leeftijd ligt tussen de 20 en 60 jaar. Jongeren die veel uitgaan, maar ook ouderen die bijvoorbeeld graag het theater bezoeken. UIT Magazine wordt huis-aan-huis verspreid. Daarnaast ligt het in displays bij diverse ‘afhaalpunten’, zoals theaters, VVV kantoren, horecagelegenheden en tankstations. Er zijn zelfs een aantal speciale displays op straat. UIT Magazine heeft een oplage van 204.000 exemplaren. Onze adverteerders financieren het blad. Advertentieacquisitie doen we geheel in eigen beheer.”

Bewaarfunctie

“Uit onderzoek is gebleken dat UIT Magazine gemiddeld twee weken wordt bewaard. Dit is voor ons alleszeggend. Dat betekent dat men-

sen het magazine gebruiken als naslagwerk. Belangrijk ook voor de adverteerders, want iedere keer als mensen het doorbladeren, komen zij weer onder aandacht. Een advertentie heeft zo dus een langere levensduur.”

Nichemarkt

“Met het UIT Magazine zitten we in een echte nichemarkt. Daar zit ook onze kracht als uitgever. We weten wat er speelt in de regio’s, daarom kunnen we de inhoud van UIT Magazine goed afstemmen op de informatiebehoefte van lezers en de kwaliteit continu bewaken.”

Onze adverteerders financieren het blad

Onderscheidend

“Wat ons magazine extra onderscheidend maakt, is dat we dit jaar voor het eerst samenwerken met het Nederlands Uitburo. Het Uitburo biedt in UIT Magazine een complete UIT Special, een overzicht van theatervoorstellingen en concerten voor de regio’s. Een stuk service aan onze lezers, maar we willen ook bewerkstelligen dat het magazine nog langer binnen handbereik blijft bij mensen.”

TREFFER MEDIA

‘Altijd in beweging’

Treffer Media is een uitgeverij die in 1997 is opgericht. Een aantal uitgaven richt zich sterk op de regio, maar hebben wel een groot bereik. Bijvoorbeeld Applaus, een exclusief lifestyle magazine voor Gelderland. Een andere uitgave is Mijn Magazine, een maandblad voor de Achterhoek met een oplage van 120.000. Naast het uitgeven van diverse magazines is Treffer Media actief in vormgeving en op maat maken van brochures, mailings, folders etcetera.

ImPrintant

UITGEVER AAN 'T WOORD

‘Het klikt tussen ons’

Wie is Frans Visser?

Na een rijke carrière met verschillende journalistieke functies, waaronder exporteur stamboekvee, journalist en adjunct hoofdredacteur Boerderij bij Reed Business Information, hoofdredacteur OOGST en uitgever bij AgriPers, ben ik momenteel zelfstandig uitgever bij AgriMedia.

Wat is uw visie op de uitgeefwereld?

De grootste uitdaging voor uitgevers zal zijn: om de juiste doelgroepen op het juiste moment, op de juiste plaats, via het juiste kanaal van de juiste informatie voorzien. Daarnaast wordt de uitgeefwereld in een snel tempo dynamischer.’

Welke titels geeft u uit?

In totaal geven we negen titels uit, waarvan vijf in eigen beheer. Drie technische vaktitels: Landbouwmechanisatie, Veehouderij Techniek en Tuin en Park Techniek. Twee vakbladen: Groen & Golf voor de green keepers en V-focus voor adviseurs in de dierlijke sector. Daarnaast zijn we facilitair uitgever voor GD Deventer; een bedrijf dat advies geeft over de gezondheid van dieren en dat bijbehorende diensten biedt.

We verzorgen hiervoor vier titels.

De doelgroepen zijn veehouders en dierenartsen.

Welk tijdschrift leest u zelf?

Eigenlijk heb ik geen lijfblad. Ik wissel af. In ieder tijdschrift vind je wel dingen die je verrassen, dat kan de inhoud zijn, maar bijvoorbeeld ook abonnee-acties.

Welke site bezoekt u voor uw werk?

Dat zijn een paar sites: www.ziezo.biz, www.mediafacts.nl, www.nuv.nl, www.agrimedia.info

Wat verwacht u van crossmediaal uitgeven? Kans of bedreiging?

Veel. Crossmediaal biedt absoluut kansen. Tijdschriften blijven bestaan. Online uitgeven maakt veel mogelijk. De uitdaging is wel om goede terugverdienmodellen te vinden.

Hoe lang kent u Senefelder Misset?

Sinds 1986. Eerst vanuit mijn werk bij Reed Business Information, de buurman van Senefelder Misset. Later als hoofdredacteur en uitgever van OOGST die daar ook werd gedrukt.

UITGEVERIJ AGRIMEDIA

AgriMedia heeft haar wortels in de land- en tuinbouw. De uitgeverij biedt een verscheidenheid aan printproducten en multimedia, waaronder nieuws- en marktberichten op de site www.ziezo.biz en e-learning-cursussen zoals www.groenebvh.nl. Deze online diensten worden door ruim 10.000 mensen per dag bekeken. AgriMedia is gevestigd in Wageningen, de landbouwstad van Nederland.

Wat is uw relatie tot Senefelder Misset?

Ik kan wel zeggen dat we een vrij innige relatie hebben. Het bedrijf drukt bijna al onze tijdschriften.

Wat is uw ervaring met Senefelder Misset?

In principe kan bij hen vrij veel. Een veelzijdige drukker en uiteraard goed in rotatiedrukwerk. Ik ervaar het bedrijf als nuchter, zakelijk en betrouwbaar. Het klikt tussen ons.





WWW.SENEFELDER.NL