

# Bedrijfsbladen: what's new?

Bedrijfsbladen ontwikkelen zich sneller dan ooit. De afstand tot de lezer wordt steeds kleiner en voorzichtig wordt de verbinding met online activiteiten gemaakt. Het vak van bladenmakers professionaliseert. Maar er wordt ook meer gekeken naar kosten en rendement. Zeven experts vanuit verschillende disciplines vertellen welke trends zij zien.

## producent

### Willem Vierdag

Willem Vierdag is oprichter van customer media-bureau Label

'Bedrijfsbladen en customer media worden heel snel heel veel beter. Ze worden meer visueel en in enorm tempo professioneler. Reguliere uitgevers lijken te versuffen terwijl makers van customer media het steeds beter doen. Zij besteden het advertentiebudget aan het vertellen van een eigen verhaal. De effectiviteit is groot en je ziet dat customer media de kracht van print onderschrijven. Wat mij opvalt is de redactionalisering van veel redactieproducten, tot aan folders toe. Succesvolle folders hebben redactionele trekjes, bijvoorbeeld de Hema-folder. Die is meer dan een prijslijst alleen; het wordt als redactioneel product ervaren. De Consument wordt kieskeuriger, dus moet je betere content bieden. Ik denk daarom dat content het gaat winnen van advertenties.'

## art direction

### Luis Mendo

Luis Mendo is art director gespecialiseerd in editorial design en oprichter van GOOD inc. en het Goodfellas Network

'We zijn op een hoger niveau gekomen, qua typografie, beeld en art direction dan vijf jaar geleden. Toen deden we dingen bijna op de automatische piloot. Makers van bedrijfsbladen kijken nu steeds meer naar buiten, naar publicatiebladen en buitenlandse bladen. Dat zie je terug in de kwaliteit. Opdrachtgevers zijn heel bewust en ook kritisch geworden. Ze willen andere invalshoeken zien. Ze zijn als klant veeleisender geworden. Dat is een heel positieve ontwikkeling. Tibor Kalman, mijn favoriete art director, zei ooit: "De beste klanten zijn slimmer dan jijzelf." We zijn er nog niet, we kunnen nog niet op onze lauweren gaan rusten. Wat we nu maken is goed, maar het kan nog beter!'

## social media

### Bram Alkema

Bram Alkema, docent bij postdoctorale opleiding Marketing (Beeckesteijn) en spreker bij The Next Speaker

'Bedrijfsbladen? Ik begrijp niet dat die dingen het nog doen! Geen enkele organisatie jonger dan tien jaar werkt nog met interne of externe bladen. Bij nieuwe bedrijven is elke medewerker blogcaster en wordt er meer met klanten en met elkaar gepraat dan ooit. Het gaat zo ontegenwoordig hard. Ik verbaas me over de snelheid waarmee sociale media zich ontwikkelen, maar nog meer over de traagheid waarmee bedrijven deze ontwikkeling oppakken. Er is een aardverschuiving in mediaconsumptie. Er kijken acht miljoen mensen minstens één keer per maand naar het achtuurjournaal, maar Geenstijl heeft 9,5 miljoen unieke bezoekers per maand. Waarom doen we dan alsof de wereld in twintig jaar niets veranderd is?'

## onderzoek

### Bert Brounts

Bert Brounts is onderzoeksdirecteur RenM Matrix en onder meer verantwoordelijk voor communicatie- en mediaonderzoek

'De opvallendste trend? Dat bedrijfsbladen vaker als onderdeel van de complete mid-delenmix worden onderzocht. Communicatieafdelingen krijgen meer oog voor de effecten van de verschillende middelen, ook in hun samenhang. Daarom zie je steeds vaker dat organisaties niet één middel, zoals het bedrijfsblad, maar de effectiviteit van de hele mix onderzoeken. Vooral grotere organisaties maken daar nu ook meer budget voor vrij. Een andere trend is dat naast kwantitatief onderzoek nu ook steeds vaker kwalitatief onderzoek online gebeurt. Via online groepsdiscussies bijvoorbeeld. Maar over de kwaliteit daarvan is nog wel veel te doen.'

## Meer weten over bedrijfsjournalistiek: Grand Parade 2011

Op donderdag 28 april staat bedrijfsjournalistiek volop in de schijnwerpers: tijdens de Grand Parade van Logeion. Dit inspirerende festival, dat nu voor de derde keer wordt georganiseerd, vindt dit jaar plaats in het Museon in Den Haag. Blok deze middag in je agenda voor netwerken, discussiëren met vakgenoten en het opdoen van kennis over diverse aspecten van het vak.