

DE WEEK VAN

'S - H E R T O G G E N B O S C H

ROSMALEN • HINTHAM • KRUISSTRAAT • ENGELN • BOKHOVEN • EMPEL • ORTHEN

BINNENSTAD • HET • ZAND • BAZELDONK • GESTELSEBUURT • MUNTEL • VLIERT • GRAAFSEWIJK • AAWIJK • HINTHAMERPOORT • MALISKAMP • SPARRENBURG

MOLENHOEK • 'TVEN • HONDSBERG • OVERLAET • GROTEWIELEN • BUITENPEPERS • ROMPERT • HAMBAKEN • HERVEN • MAASDAL • MAASSTROOM

MAASAKKER • MAASVALLEI • MAASOEVER • ZILVERPARK • KRUISKAMP • SCHUTSKAMP • BOSCHVELD • PALEISKWARTIER • DEUTEREN • HAVERLEIJ

www.deweekvan.nu

Speciale editie



Column

De Kleinkeinder:
'Unne nieuwe
krant heet ôk
liefde nodig'



Interview

**Initiatiefnemer
Jan Janssens:**
'Juist nú een
nieuw weekblad!'



Nieuws:

Ton Rombouts
Eerste nummer
voor eerste burger

Hét nieuwe weekblad van de stad



In 's-Hertogenbosch en Rosmalen komen op honderden plaatsen krantenstandaards te staan.

Voor u ligt een voorproefje van De Week Van... Een gratis weekkrant volgens een nieuw concept. De Week Van valt niet ongevraagd op de deurmat, men neemt hem zélf mee! In 's-Hertogenbosch en Rosmalen komen op honderden plaatsen krantenstandaards te staan.

De Week Van verschijnt wekelijks op donderdagavond in een totaaloplag van 60.000 exemplaren. De krant wordt geniet en op fraai wit krantenpapier full colour afgedrukt. De foto's en advertenties komen op deze manier beter tot hun recht en... u krijgt geen zwarte handen meer.

Het is een echte krant met een open oor voor alle meningen en feiten, gebeurtenissen en festiviteiten die wekelijks plaatsvinden in en rondom 's-Hertogenbosch.

Zes edities

De Week Van gaat op donderdag 26 maart in zes ongeveer even grote edities of deeloplages verschijnen: Rosmalen, Binnenstad en Zuid, Oost, Noord, Empel en Maaspoort en West en Engelen. Advertiser kan in de gehele oplage (60.000 stuks) die de gehele gemeente 's-Hertogenbosch bestrijkt, of in een deeloplag van 10.000 stuks (want niet elke adverteerder wil in alle wijken van 's-Hertogenbosch adverteren).

De editie Rosmalen zal voor een deel ook inhoudelijk verschillen van de Bossche edities. Door zes edities te hanteren bedienen we lezer en ad-

verteerder beter. Uit onderzoek is gebleken dat lezers ook graag lezen over hun eigen woonplaats en niet elke adverteerder heeft de gehele gemeente 's-Hertogenbosch als klant. Zo krijgt zelfs de beginnende of kleine ondernemer de kans zich te laten zien aan een geïnteresseerd publiek.

Nee-Nee

Ooit afgevraagd waarom er zo veel Nee-Nee-stickers te zien zijn? Veel mensen vinden huis-aan-huisbladen zonde van het papier en plakken een sticker. Velen vinden een sticker te veel moeite, u raadt al wat er dan met het blad en uw advertentie gebeurt. Doordat we De Week Van niet opdringen móet de inhoud wel zo goed zijn dat men zelf een exemplaar meeneemt naar huis, trein of bus of werk. Week in week uit. Een hele uitdaging die we graag aangaan.

Ja-Ja...

U bent sceptisch? Wie was dat niet toen de gratis krant Metro voor het eerst verscheen? Juist in de kredietcrisis hebben mensen wel oren naar een gratis kwaliteitsblad met oog voor de regio. Oftewel: De Week Van... Da's mooi meegenomen!

Nieuws is welkom

Ook zonder advertentie kan uw bedrijf, vereniging of instelling in dit blad komen staan. Voor écht nieuws dat de 'gewone lezer' interesseert, maken we graag ruimte vrij. Neem contact op met de redactie: redactie@deweekvan.nu of bel: 073 - 627 27 30.



Weekendweer

Vrijdag 27 maart

Opleringen
11 / 16 °C
neerslagkans 20%
Fijn weer om te winkelen en De Week Van op te halen

Zaterdag 28 maart

Licht bewolkt, zonnige perioden
12 / 16 °C
Neerslagkans 20%
Goed weer voor de Open Huizen route

Zondag 29 maart

Zonnig
12 / 18 °C
Neerslagkans 10%
Ideaal weer voor Rosmalen Mix

Adverteer op maat

- In De Week Van adverteert u full colour al vanaf 40 euro.
- Bent u zelf niet in staat om een advertentie op te maken, dan kan De Week Van tegen geringe kosten uw advertentie een goede lay-out geven.
- Onze tarieven zijn daarom lager dan die van de lokale huis-aan-huisbladen en de regionale kranten.
- We drukken op verbeterd en dus witter krantenpapier, waardoor advertenties en zeker kleuren-advertenties beter tot hun recht komen.
- De Week Van is een journalistiek product met een open oor voor nieuws van adverteerders.
- Ervaringen met soortgelijke bladen elders in Nederland bewijzen het bestaansrecht en de commerciële mogelijkheden van De Week Van (zie bladzijde 3).
- Omdat De Week Van maximaal 50 procent advertenties bevat "verdrinkt" uw advertentie niet in overvolle advertentiepagina's. Integendeel: De Week Van biedt hierdoor een evenwichtige redactionele omgeving, waardoor ook advertenties beter tot hun recht komen.
- Bel: 073 627 27 37 voor meer informatie en mogelijkheden.
- Mail: advertentie@deweekvan.nu

Goed nieuws in slechte tijden

Dalende beurskoersen, teruglopende verkoopcijfers, verdampende winsten, massaontslagen. Wie een krant open slaat, naar de radio luistert of tv kijkt, wordt daar vandaag de dag niet vrolijk van. Bij velen zakt de moed in de schoenen. Is er dan helemaal geen goed nieuws meer? Zijn er geen positieve ontwikkelingen? Lichtpuntjes in de duisternis? Natuurlijk wel! Deze krant ziet ze en gaat ze beschrijven. We sluiten de ogen niet voor de harde realiteit, maar we gaan ook naarstig op zoek naar al het goede nieuws. Juist nu. Niet meehuilen met de wolven of bij de pakken neerzitten, maar opgewekt en optimistisch de crisis verslaan. Letterlijk en figuurlijk. En adverteren in tijden van bezuiniging? Vanzelfsprekend. Het mag economisch nu dan minder gaan, maar heel veel gaat natuurlijk ook gewoon door. Bosschenaren blijven echt wel eten, wonen, autorijden, tuinieren, uitgaan en de krant lezen...

Geen kleurentoeslag Vaste formaten

Uw advertenties kunnen zonder meerprijs volledig in kleur worden geplaatst.

De Week Van hanteert handige vaste formaten voor advertenties.

Bel (073) 627 27 37

Uw Ford-, Mazda-, Hyundai- en occasion-dealer voor 's-Hertogenbosch, Veghel en omstreken!

www.autovanberkel.nl

Betrouwbaar, ruim 80 jaar ervaring en de beste service!



97.000

**Bossche huis-aan-huisbladen
gaan elke week ongelezen
bij het oud papier
(52 procent van de totale oplage)**

Initiatiefnemer Jan Janssens

‘Juist nú een nieuw weekblad’

Hoe komt iemand erbij om juist nu een nieuw weekblad te willen beginnen? Initiatiefnemer Jan Janssens uit Engelen keek goed om zich heen zodat hij weet waar hij en zijn team aan beginnen: “Ik wil een blad maken dat zo goed is dat heel veel mensen uit alle lagen van de bevolking het meenemen als zij hun boodschappen doen.”



Wat beweegt iemand om een nieuw weekblad te beginnen? Er zijn toch genoeg bladen?

“Heb je pas dat tv-spotje gezien van ‘MBA in 1 dag’? Daar zitten een paar quotes in van Ben Tichelaar, een bekende managementtrainer. Hij vraagt op een gegeven moment aan een zaal vol mensen: ‘Weet u waar de meeste innovaties vandaan komen?’ Het antwoord geeft hij er direct achteraan: ‘Die worden niet geboren in vergaderingen, of uit marktonderzoek. Die komen van mensen die zwaar pissig zijn over de manier waarop het nu gaat.’ Misschien is dat een open deur, maar toen ik dat pas zag, dacht ik bij mezelf: hij slaat de spijker op zijn kop! Dat ‘zwaar pissig’ is te sterk uitgedrukt, maar ik ben wel uit onvrede met de bestaande bladen iets nieuws begonnen. Ik erger me al jaren aan de kwaliteit van de huis-aan-huisbladen die ik in de bus krijg. Er gebeuren hier zoveel dingen die de moeite waard zijn. Er zijn zoveel interessante mensen. En toch komt daarvan zó weinig aan bod in de huis-aan-huisbladen.”

Dus het moet anders...

“Ik heb de stellige overtuiging dat het ook anders, beter moet kunnen. Dat idee is gegroeid door mijn ervaringen met de Tweeterp, het gratis dorpsblad van Engelen. Samen met andere vrijwilligers maken we daar elke maand een leuk blad dat heel goed gelezen wordt en waar adverteerders, bij wijze van spreken, voor in de rij staan. Maar een weekblad is natuurlijk toch iets anders, dus ben ik in de afgelopen maanden overal in het land mijn licht op gaan steken. Want, dacht ik, het zal toch niet overal zó droevig gesteld zijn met gratis weekbladen.”

En ook goede huis-aan-huisbladen gevonden?

“Er is heel veel pulp, maar er zijn gelukkig ook hele aardige en zelfs goe-

- Jan Janssens (Dordrecht 1960) is gehuwd en vader van Nina en Koen, woont al tien jaar in Engelen.
- Studeerde sociologie en politicologie aan de Rijksuniversiteit Leiden. Tijdens deze studie werkt hij o.a. als correspondent voor de Goudsche Courant.
- Was parlementair redacteur bij Den Haag Vandaag, later beleidsmedewerker bij de Nederlandse Sport Federatie (later NOC*NSF).
- In 1993 vestigt hij zich als zelfstandig onderzoeker/adviseur. In 2002 is Janssens medeoprichter van het Mulier Instituut, een sportonderzoeksbureau aan de Postelstraat in 's-Hertogenbosch.
- Janssens was ruim zes jaar directeur van het Mulier Instituut. Janssens heeft vele tientallen publicaties op zijn naam en startte o.a. het landelijke Sportfilm- en documentairefestival.
- In 2008 verlaat hij het Mulier Instituut om later het weekblad De Week Van op te richten.

de nieuwsbladen met veel informatie en leuke rubrieken. Kenmerkend voor die bladen is dat ze vaak heel lokaal geïntereerd zijn, waardoor ze heel dicht bij de lezers komen. En wat ook opvalt is dat deze bladen vaak veel meer menskracht steken in de redactie dan in de acquisitie van advertenties. Daar is het motto: de beste acquireur is een redacteur. En dat is toch eigenlijk ook logisch. Adverteerders zijn niet dom. Die hebben best in de gaten welke bladen goed gelezen worden en serieus worden genomen. Zij willen met hun advertentie in een goed blad staan waar ze opvallen en niet opgaan in een onoverzichtelijk

brei aan reclameboodschappen en doorzichtige advertenties. Als je als adverteerder moet zoeken naar je eigen advertentie, dan kun je er van op aan dat je klanten die ook niet één twee drie zullen vinden.”

Toch puilen de bestaande bladen vaak uit van advertenties en advertenties, hoe is dat dan te verklaren?

“Tja, dat klopt. Maar er is vaak ook helemaal geen alternatief. De Week Van moet dat alternatief worden, een blad dat lezers boeit en bindt met nieuws en achtergronden, praktische informatie, leuke rubrieken en prachtige foto's. De slagzin waarmee gratis dagblad De Pers destijds begon, vind ik nog altijd prachtig en gaat ook op voor ons initiatief: gratis maar niet goedkoop! Ik wil een blad maken dat zo goed is dat heel veel mensen uit alle lagen van de bevolking het heel vanzelfsprekend meenemen als zij hun wekelijkse boodschappen doen. Een blad dat dankzij de hoge kwaliteit en het grote bereik ook voor adverteerders een heel interessant

‘De beste acquireur is een redacteur’

medium vormt en daardoor ook voor hen een vanzelfsprekende partner wordt.”

En dat in tijden van crisis, toenemende werkloosheid en groeiende onzekerheden?

“Ja, juist nu! De abonneebestanden van betaalde dagbladen kalven af. Steeds meer mensen willen niet meer betalen voor nieuws. Uit een recent onderzoek kwam naar voren dat zo ongeveer de helft van alle huishoudens overweegt om betaalde kranten en tijdschriften op te zeggen. Maar dat wil natuurlijk niet zeggen dat mensen niet meer geïnformeerd willen worden. Juist over datgene wat in hun eigen omgeving speelt, willen mensen heel graag goed op de hoogte zijn. En dat lukt echt niet met de bestaande huis-aan-huisbladen. Het kan anders en wij gaan dat bewijzen!”

Een ‘mandje kranten’ bij u?

Er komen speciale krantenstandaards, kartonnen displays of stapeltjes bladen op drukbezochte plekken te staan en liggen. Dat kunnen winkels, buurthuizen, cafés of instellingen zijn. Een overzicht van locaties waar men het blad kan meenemen vindt u niet in deze krant, maar zal op de website: www.deweekvan.nu komen te staan.

Wilt u ook een standaard, display of stapeltje in uw directe omgeving? (U kunt er immers meer klanten mee trekken.) Bel dan: 073 - 627 27 34 en vraag naar Jeroen van Dam.



Atenzijlstra makelaars plaatst met plezier een krantenrekje. “Ik weet dat er een speciale Rosmalense editie komt en die verspreid ik graag”, zegt Tjeerd Zijlstra op de stoep van zijn Vughtse filiaal.

In dorps huis De Engelenburcht, in Engelen komt een forse stapel bladen te liggen. Beheerder Jan Muskens werkt graag mee aan de verspreiding. “Het is een geweldig idee, jazeker. Ik ben zeer benieuwd!”



Burgemeester neemt eerste nummer in ontvangst

Op 26 maart verschijnen de eerste echte edities van De Week Van. De eerste exemplaren die op die ochtend van de persen rollen, zullen worden aangeboden aan de eerste burger van de stad.

Burgemeester Ton Rombouts zal in het eerste nummer ook uitgebreid aan het woord komen in een exclusief interview.

Cartoon

De Week Van Bob



Colofon

De Week Van 's-Hertogenbosch en De Week Van Rosmalen - 's-Hertogenbosch zijn uitgaven van Chionis en verschijnen iedere donderdagavond / vrijdagochtend in de gemeente 's-Hertogenbosch. Totaaloplage: 60.000 exemplaren.

Postadres
Postbus 3193
5203 DD 's-Hertogenbosch
Telefoon: (073) 627 27 30
Fax: (073) 627 27 39
E-mail: info@deweekvan.nu

Bezoekadres
Parallelweg 30, gebouw E eerste verdieping
5223 AL 's-Hertogenbosch

Sluittijden
Advertenties: donderdag 09.30 uur een week v.v.
Kopij / Redactie: dinsdag 09.30 uur
Familieberichten: woensdag 09.30 uur

Media-adviseurs
Telefoon: (073) 627 27 37
E-mail: advertentie@deweekvan.nu
Rob Admiraal, Jeroen van Dam, Jacqueline van Esch, Fahd Marouane, Stacey Matredjo.

Redactie
Telefoon: (073) 627 27 30
E-mail: redactie@deweekvan.nu
Hoofdredactie: Jan Janssens
Eindredactie: Willard Bekkers

Aan De Week Van doen verder mee:
Alice Admiraal (Rosmalen), Doreen van den Broek (lay-out), Ben de Bruijn (advies), Angela van den Dungen (nieuws), Frank van Geloven (redactie sport), Marieke van Gemert (fotografie), Denise Heins (fotografie), Gerben Hoeve (vormgeving), Lien van Horen (cultuur), Ruud Jongerius (stadshistorie), Joris van de Kerkhof (column), Roy Lazet (fotografie), Bob Leenders (cartoon), Jessica Menheere (cultuur), Mariska Offerman (fotografie/lay-out), Hans Tervoort (column L'Vis), Jan Verhoeven (fotografie), Ellen Willink (mode), en... De Kleinkinder (column).

Druk: Dijkman Offset, Diemen
De Week Van gaat op FSC-gecertificeerd papier gedrukt worden. Het FSC-keurmerk geeft de zekerheid dat de grondstof voor het papier afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen.

Website:
Zie www.deweekvan.nu



Inhoud die ertoe doet

De Week Van wil de mensen die in 's-Hertogenbosch wonen, werken of recreëren boeien en binden met een herkenbaar lokaal hoogwaardig journalistiek product.

Geen volumegedreven onoverzichtelijke advertentiekrant zoals veel huis-aan-huisbladen, maar een weekblad met een overzicht van het actuele nieuws, veel praktische

informatie, aansprekende rubrieken, mooie verhalen en prachtige foto's. De dubbele focus op de gehele gemeente én de kernen daarbinnen is uniek voor lezers en adverteerders. Kortom het wordt een blad met oog en hart voor de lezers, hun omgeving en belevenissen: een blad voor lezers, met inhoud die er toe doet.

Om u een betere indruk te geven hebben we zes voorbeeldpagina's in miniatuur opgenomen:



Nieuws

De Week Van speelt in op de plaatselijke actualiteit maar biedt ook een handig weekoverzicht van het lokale nieuws. Interview, beschouwing of fotoreportage.

Thema

Voor lezer en adverteerder is het handig om bepaalde onderwerpen gebundeld op een themapagina te plaatsen. Hiernaast een voorbeeld van een 'autopagina'. Andere themapagina's zijn: wonen, tuin, mode & lifestyle, geld & goed en gezondheid.



School

's-Hertogenbosch is ook een belangrijke onderwijsstad. Aandacht voor alle soorten onderwijs van kleuter- tot hoger onderwijs, maar vooral voor de leerlingen en leraren zelf.

Cultuur

De Week Van maakt een keuze uit het rijke aanbod aan tentoonstellingen, films, lezingen, concerten enzovoort. Ook van amateurs. Kleine en grote kunstenaars worden geportretteerd. Een cultuuragenda biedt houvast. Ook het verleden van de stad krijgt een plaatsje.



Media & Puzzel

Wat komt er op de lokale en regionale radio- en tv-zenders? Ook aandacht voor voormalige 'piraten'. Even ontspannen of juist inspinnen met een (foto)puzzel waarden niet alleen de senioren.

Sport

De Week Van start met een serie portretten van 'vergeten' kampioenen uit 's-Hertogenbosch en omgeving. Ruimte voor amateursport. Lokale sporters schrijven om beurten een column.

En verder...

Wekelijks de rubriek De Week Van een bepaalde persoon, een cartoon, aandacht voor een onderneming, vereniging of instelling, weerbericht, servicepagina's (met praktische informatie over koopzondagen, markten, bereikbaarheid van allerlei instellingen e.d.). Regelmatig ook speciale edities, bijvoorbeeld over tuin, huis & hypotheek, grote festivals of sportevenementen.

En natuurlijk zijn uw ideeën welkom.

Column

De Kleinkeinder



Unne krant heet ôk liefde nodig

Veuraf aon dees verhaoltje bende as lezer gewaarschouwd (agge nou al nie bent afgehaakt) want ut is in dialect geschreve; dan witte da. Da wilt overeges nie zegge dat ut, omdat ut in dialect is, nerges over gaot. Ech nie! Lees maor deur en ge zult ut mee pessant mee ons eens zijn en/of snappe.

Alles wa nieuwt en pril is, kende zien as dèttut ôk hil kwetsbaar is. Da gaot op veur unne mens, unnen bôôm en ja ôk veur unne nieuwe krant as dun deze. In 't begin is 't allemaol kei fragiel as iets.

Ge kent van teveure nooit precies wete of dat ut allemaol goed gaot, of ut wil groeie, bloeie en grôter worre. Da hedde soms as prillen mens, bôôm of ja zèlfs krant nie himmaol in eige hand.

Daor moette nie te lang bij gaon zitte treure, ge moet gewôôn deur en daor hêdde oe hendjes, takke of péécéés al meer as vol aon, of nie dan? Want unne jonge mens moet veul slaope, ete en vèdders veul liefde krijg van de directe omgeving.

As zo'n jong de pech tegekocht dat zun pap en mam mekaore plots nie meer leuk veinde, leet ie allénig in zun wiegske te blère en da is nie zô leuk en da houdt zo'n keind ôk nie lang vol.

Un klein plantje wil gère genoeg waoter, wa zon, un bietje wèrmte en as ut ken un veilig plekske om te kenne groeie. Heet ie as kiemplantje de pech dattur tijdes unne storm unnen grote bôôm op zun kruintje valt, dan zal ie nie veul grôter groeie.

... en veul liefde van de mense mee un eige zaak

En unne krant dan?, zulde oe eige gelijk afvraoge as kritiese lezer. Nou dan zegge wij: ja unne krant heet ôk liefde nodig van de aspirant-lezerkes en un plekske om te groeie. En veul liefde van de mense mee un eige zaak die misschien wel wa reclaome d'r in wille zette. Allemaol van die factore die unne goeie toekomst kenne maoke of breke.

Of ge nou mens, bôôm of krant bent, we hebbe wèl allemaol in dezen wereld un bietje mazzel nôdig, want anders witte bekant zeker dattut nie gaot lukke. Ge kent toch diejen uitdrukking wel: 'Zonder un bietje mazzel vaort niemand wel'!? Bedenkt bij oe eige maor unne keer agge tijd het, wa d'r allemaol komt kijke bij grôot groeie. Dan kende nog zo'n zin hebbe om 't kei goed te doen, zonder da kleine bietje mazzel bij al die zaake, gaot ut un stukske lastiger, toch?

Wij, mense onder mekaore speule in da hille proces, unne nie te onderschatte rol. As we dan zô mee z'n allen besluite om un bietje meer rekening mee mekare te houwe, un bietje diejen mazzel af te dwinge as het waore. Dan schilt da nogal wa in de overlevingskansse van iets wa nieuwt, pril en kwetsbaar is.

Het zijn de Kleinkeinder die deze filosofiese bôôm veur deze nieuwe krant veur jullie as verse lezers hebbe verzurgd. Dan hedde gelijk alle metafore op ut lest gebundeld. Al die zaake op een rijke gezet zou ut dus moette lukke in het leve, in ut bos en ôk mee un schaore trouwe lezers veur de kommende jaore.

Fons (die met diejen bril)

Geen huis-aan-huis verspreiding, toch een groot bereik

De Week zal niet huis-aan-huis worden bezorgd maar zijn weg naar de lezer vinden via krantenstandaards bij winkels, benzinstations, bibliotheken, buurthuizen en dergelijke. Dat lijkt misschien gedurfd. Maar dat is het toch niet. Ervaringen elders in het land bewijzen dat.

De Pers, de Metro en de Spits bereiken dagelijks vele honderdduizenden lezers via krantenstandaards her en der. Maar er zijn ook lokale en regionale uitgaven die hebben gekozen voor deze wijze van verspreiding. De Oud-Rotterdammer is zo'n blad.

De Oud-Rotterdammer is een krant met veel nostalgische verhalen maar ook actuele nieuwtjes die eens in de twee weken uitkomt en zich richt op alle 50-plussers in het Rijnmondgebied. Initiatiefnemer en uitgever Fred Wallast: "We zijn een paar jaar geleden begonnen met 150 mandjes en een oplage 60.000 exemplaren. Maar binnen een mum van tijd waren die mandjes steeds leeg. Dus hebben we oplage opgeschroefd. Eerst 10.000 erbij, toen 20.000 en nu zitten we al op 120.000 stuks. Er zijn in de Rijnmond vier hele grote huis-aan-huisbladen

met verschillende edities, maar onderzoek heeft aangetoond dat wij in onze doelgroep veruit het grootste bereik hebben."

Hoe is het mogelijk dat een krant die niet huis-aan-huis wordt bezorgd toch meer mensen weet te bereiken? Jeroen van 't Leven weet het. Hij is de uitgever van WereldRegio, een nieuwsblad dat sinds de zomer van 2007 op Schouwen-Duiveland verschijnt en dat op dezelfde wijze wordt gedistribueerd.

"Het is heel simpel. Verspreiden is niet hetzelfde als bereiken. Aan de ene kant gaat er nog wel eens wat mis met de bezorging. Wie heeft er nog nooit een pak van die kranten ergens in de berm of bij een container met oud papier zien liggen? Maar eigenlijk is dat nog niet eens het grootste probleem. Dat zit bij de ontvanger van

die bladen. Heb je de Nee-Nee stickers wel eens geteld? En bij de rest, waar heel veel drukwerk ongevraagd op de deurmat valt, gaat ook heel veel ongelezen bij het oud papier. Gewoon omdat het niet interessant is. Uit de onderzoeken die uitgeverconcern Wegener heeft gedaan om het bereik

'Iemand die onze krant meeneemt doet dat niet om 'm thuis bij het oud papier te leggen'

van de eigen huis-aan-huisbladen te meten, kun je de conclusie trekken dat in bijna de helft van de huishoudens waar zij hun kranten verspreiden, deze niet worden gelezen. De helft van de totale oplage bereikt dus geen mens!"

"Bij ons ligt dat heel anders. Wij hebben bewust gekozen voor verspreiding via uitgiftepunten. En dat kan ook als je maar elke week weer een interessante krant maakt. En dat

doen we dus. Hier op het eiland zijn in totaal zo'n 13.500 brievenbussen waar de krant bezorgd zou kunnen worden, maar wij raken er via onze mandjes elke week 16.000 kwijt. En je weet dat iemand die onze krant meeneemt dat niet doet om deze thuis bij het oud papier te leggen of in de

de oplage is ook het aantal uitgiftepunten toegenomen. Dat ging bijna vanzelf. In het begin hebben wij winkeliers zelf benaderd met de vraag of we een mandje neer mochten zetten, maar na verloop van tijd ging dat andersom en belden de winkeliers naar ons met de vraag of wij bij hen ook een mandje konden neerzetten."

Die ervaring heeft ook Wallast opgedaan met De Oud Rotterdammer: "Bijna de helft van onze mandjes staat bij winkeliers die daar zelf om hebben gevraagd. Die hebben gewoon in de gaten gekregen dat ons blad goed gelezen wordt en dat zo'n mandje extra klanten binnenbrengt."

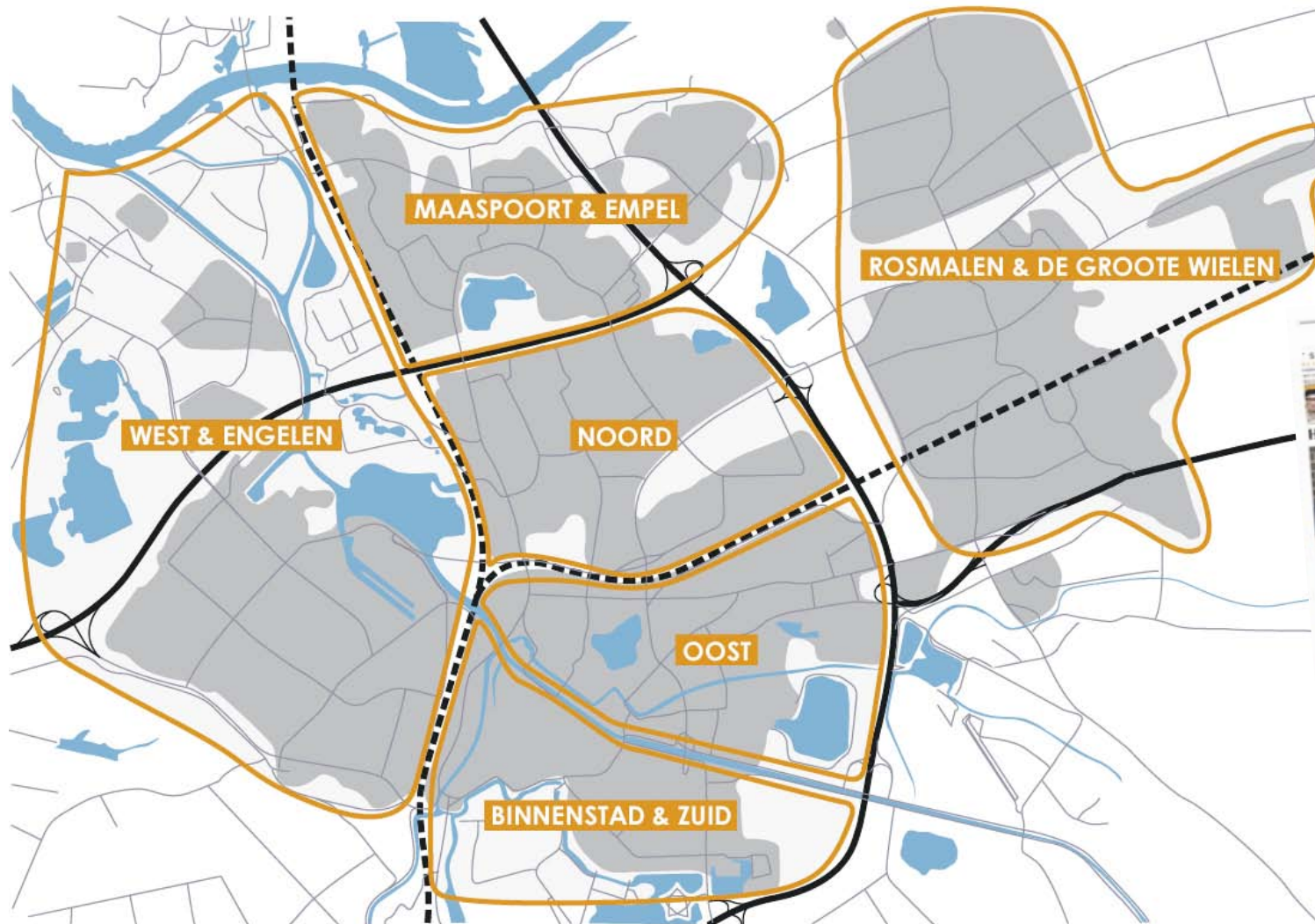
En dat hebben de middenstanders op Schouwen-Duiveland ook heel goed begrepen, zo valt zijn collega van WereldRegio hem bij. "Pas belde nog een bakker hier uit de buurt. Hij zei 'daar en daar staan mandjes met jullie krant, maar volgens mij is het veel slimmer om er eentje bij ons te zetten want hier komen veel meer klanten...' Dat zal best kloppen hoor, maar hij denkt zo natuurlijk nog veel meer klanten te krijgen."

De Week Van... in zes deeledities

Niet elke adverteerder heeft de gehele gemeente 's-Hertogenbosch als klant. De ene ondernemer adverteert liever alleen in West of Noord of juist alleen in Rosmalen. Speciaal daarvoor zal De Week Van in zes (!) edities gaan verschijnen doordat wekelijks twee tot acht pagina's per editie verschillend van elkaar zullen zijn. De voorpagina's zullen iets van elkaar verschillen voor een betere binding met de wijk waarin de editie komt te liggen. De editie

Rosmalen zal vanaf het begin ook enkele eigen redactionele pagina's krijgen die niet terugkomen in de 'gewone' Bossche editie. Op termijn zal dat ook in de andere edities het geval zijn.

Iedere editie zal een oplage van ongeveer 10.000 stuks krijgen. Uiteraard liggen de advertentietarieven voor een deeleditie lager dan die van de gehele oplage. De wijkingeling hebben we voor u in kaart gebracht:



Enquête bewijst: Bosschenaren willen nieuw weekblad

Om de belangstelling voor het nieuwe weekblad te peilen en om het bereik van de bestaande bladen te meten, heeft De Week Van in januari in 's-Hertogenbosch en omgeving een enquête gehouden.

Een mooie doorsnee van jong en oud, uit alle lagen van de bevolking werd geraadpleegd. Het resultaat bevestigde de vermoedens: de Bosschenaren zijn ronduit enthousiast over het initiatief. Er is duidelijk behoefte aan het nieuwe blad.

De bestaande huis-aan-huis bladen worden dan wel op grote schaal verspreid, maar ze worden weinig

gewaardeerd. Het effectieve bereik is beperkt. Bijna een kwart van de mensen die in het verspreidingsgebied van de bestaande Bossche huis-aan-huisbladen wonen, noemt verschillende titels niet eens wanneer gevraagd wordt naar de lokale en regionale week- en maandbladen die men ontvangt. En van de mensen die deze bladen wel noemen, zegt meer dan de helft dat deze regelmatig on-



gelezen bij het oud papier gaan! Als de bladen niet meer zouden verschijnen, zou een ruime meerderheid ze niet missen.

Veel te veel advertenties en advertorials, veel te weinig leuke of interessante artikelen en een rommelige opmaak, dat zijn de klachten. En als een nieuw blad dat beter doet, is het geen enkel probleem wanneer het niet huis-aan-huis wordt bezorgd. Ruim acht van de tien Bosschenaren denken het blad zelf wel op te halen bij één van de 'pakpunten' in de buurt. De rest weet het nog niet of denkt dat niet te zullen gaan doen.

Wij staan voor u klaar

(073) 627 27 37

Deze mensen helpen u met uw advertentie:



Fahd Marouane



Jacqueline van Esch



Jeroen van Dam



Rob Admiraal



Stacey Matredjo