De Top 50 Mediamoves 2011

Mediafacts presenteert de 50 belangrijkste en opmerkelijkste mediamoves van het afgelopen jaar. Welke mediaprofessionals zetten waar en wanneer welke stap in hun carrière?

De lijst is samengesteld door Theo Eijspaart, in afstemming met de redactie van Mediafacts. Rekening is gehouden met een spreiding over verschillende media (print, online, rtv), gevestigde en nieuwe mediabedrijven. De mediamove (datum indienstTreding) moet hebben plaatsgevonden tussen 1 januari 2011 en 1 januari 2012.

Uit de Top 50 (van plek 16 tot 50 op alfabetische volgorde) is een Top 15 gedistilleerd waarbij een volgorde in belangrijkheid is aangehouden. Een apart overzicht is eveneens gewijd aan 'de stoelendans der hoofdredacteuren' in 2011.

1. Eric Willems

(CEO Audax)

Per: 28 oktober 2011
Vorige functie: directeur commerciële distributie en logistiek Audax

Audax, naar eigen zeggen een veelzijdig concern dat zich bezighoudt met het uitgeven, verspreiden en retailen van media- en aanverwante producten, is en blijft volledig in handen van oprichter en 'vechtjas' Jacques van Leeuw. Toen hij als uitvoerend topman terugtrad en de luwte van de raad van commissarissen opzocht, was het niet de gedoodverfde kroonprins Roland van Geest (verantwoordelijk voor de AKO's en de uitgeverijen) die werd benoemd op de hoogste post, maar de Vlaming Eric Willems. Hij was in de zomer van 2010 aangetrokken als directeur commerciële distributie en logistiek (met name Betapress). Willems werkte eerder als commercieel directeur Sanoma België, algemeen directeur van Standaard Uitgeverij en algemeen directeur PCM Algemene Uitgeverijen.

"Uiteraard voel ik mij vereerd in deze lijst op de eerste plek te zijn uitverkozen. Als CEO van Audax voel ik mij als een kind in een snoepwinkel rond sinterklaastijd. Het is immers een mediaconcern in de breedte: uitgeven, logistieke en commerciële distributie en retail, en actief in Nederland en België. Je proeft in dit bedrijf met meer dan duizend medewerkers overal de passie voor de lezers. Zo'n bedrijf te mogen aansturen is een aangename taak in - zoals we allemaal weten - uitdagende tijden."

2. Lara Ankersmit

(hoofd Nieuwe Media NOS)

Per: 1 april 2011
Vorige functie: uitgever Digitaal TMG

"Ze belden op het juiste moment."

Het rendabel maken van Telegraaf.nl was een van de belangrijkste opdrachten van online uitgever Lara Ankersmit bij de Telegraaf Media Groep. Toen halverwege 2010 duidelijk werd dat het jaar met winst afgesloten zou worden, besloot zij verder te kijken. Het toeval wilde dat de NOS een hoofd Nieuwe Media zocht ter opvolging van Roeland Stekelenburg.

3. Gert Jan Oelderik

(algemeen directeur NDC Mediagroep)

Per: 1 april 2011
Vorige functie: uitgever Digitaal TMG

"Aan het 'Not Invented Here Syndrome' lijden ze hier niet."

Oelderik heeft ruime ervaring in de dagbladuitgeverij. Voordat hij benoemd werd bij NDC (uitgever van Dagblad van het Noorden, de Leeuwarder Courant en een groot aantal lokale en regionale kranten, weekbladen en magazines) was hij uitgever-directeur van NRC Media.

4. David Vink

(algemeen directeur Veronica Uitgeverij Mediagroep)

Per: 1 april 2011
Vorige functie: managing director Clockwork (online communicatiebureau)

Oud Lost Boys- en Clockwork-baas Vink volgde Peter Contant op, die zeven jaar lang de functie van algemeen directeur combineerde met die van hoofdredacteur. Adjunct-hoofdredacteur Rens Muller schoof een positie op. Vink zal zich als uitgever gaan richten op de exploitatie van nieuwe (digitale) businessmodellen, naast zijn verantwoordelijkheid voor de exploitatie van de tijdschriften Veronica Magazine (het grootste weekblad van Nederland) en Totaal TV.

"We willen met een hele goede EPG zelf een goed alternatief zijn voor ons eigen blad"

5. Peter de Mönnink

(CEO Reed Business Nederland)

Per: 1 mei 2011
Vorige functie: CEO RBI International

Peter de Mönnink heeft zijn carrière helemaal binnen RB opgebouwd. Hij startte bij Misset in Doetinchem als verkoopvoorbereider, werd hoofd lezersmarkt Bouw en toen achtereenvolgens uitgever Boerderij en AGD, manager advertentie-exploitatie voor Elsevier bedrijfsinformatie (EBI), directeur EBI Amsterdam en directeur internet voor EBI. In 2002 vertrok hij naar Londen toen hij benoemd werd tot Directeur Strategie voor Reed Business Global, in 2005 werd hij chief Strategy and Internet officer voor RBI Global. Sinds 2009 is hij CEO van RBI International, een business unit die bestaat uit Reed Business Information Frankrijk, Spanje, Italië en Australië. Vanaf 1 mei 2011 is De Mönnink, naast CEO van RBI International, CEO van Reed Business Nederland.

Lees meer

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER

In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende onafhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING

Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

De Top 50 Mediamoves 2011

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER

In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende onafhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING

Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

6. Georgette Schlick

(algemeen directeur SBS)

Per: 24 oktober 2011
Vorige functie: Directielid Talpa

"Als je 1,2 miljard neerlegt voor een mediabedrijf, wil je gewoon een goede CEO om dat te leiden", zei Schlick over haar supersnelle benoeming per 24 oktober door aandeelhouders Talpa en Sanoma tot eerste vrouwelijke bestuursvoorzitter van een Nederlands omroepbedrijf. Zij verruilde nog maar per 1 september haar positie van CEO van facilitair mediabedrijf DutchView voor een positie in de directie van Talpa.

7. Eugenie van Wiechen

(directeur-uitgever FD Mediagroep)

Per: 1 oktober 2011
Vorige functie: country manager LinkedIn

Eugenie van Wiechen vertrok 1,5 jaar na haar aanstelling als country manager van LinkedIn om de functie van directeur-uitgever bij FD Mediagroep (Financieel Dagblad, BNR) te gaan vervullen. De opdracht waar ze voor was aangenomen, het Nederlandse kantoor van LinkedIn opzetten, was met succes afgerond. Van Wiechen was eerder werkzaam als managing director van Marktplaats/eBay.nl. Daarvoor was ze uitgever van het Jonge Vrouwen cluster bij Sanoma.

8. Joris van Heukelom

(partner MakerStreet)

Per: 1 juli 2011
Vorige functie: director Digital Publishing Sanoma Media

De Vlaming Van Heukelom werd mei 2008 algemeen directeur van Ilse Media. Tot juni 2011 was hij verantwoordelijk voor het digitale portfolio van Sanoma Media in Nederland. Begin 2011 werd hij ook nog gekozen tot voorzitter van de belangenorganisatie IAB Nederland. Na zijn vertrek trad hij als partner toe tot MakerStreet, dat mediagerelateerde producten en diensten bedenkt en bouwt..Met Jim Stolze gaat hij ook het Founder Institute uitrollen, dat met steun van Sanoma innovatieve bedrijven faciliteert bij een start-up.

"Het woord betaalmuur doet me denken aan de Berlijnse Muur. Muren zijn kansloos."

9. Wiet de Bruijn

(algemeen directeur Veen Bosch & Keuning Uitgeversgroep)

Per: 1 juli 2011
Vorige functie: algemeen directeur Van Dijk Studieboeken

De Bruijn was medeoprichter van Boedelbak Aanhangwagenverhuur. Bij VBK is hij de opvolger van Bert de Groot, die per 1 juni 2011 met pensioen ging. Onder de VBK Uitgeversgroep vallen de uitgeverijen AmbolAnthos, Atlas-Contact, Luitingh-Sijthoff, Dwarsligger, Van Dale, De FonteinlTirion, De Kern, Kosmos, Veen Magazines, Kok ten Have, VBK België, Linkeroever en eBook.nl. Er werken bijna 300 mensen en de omzet bedroeg in 2012 104 miljoen euro.

10. Marianne Zwagerman

(ex-TMG, nu mede-eigenaar en directeur Benninck Bicker Caarten)

Per: 1 mei 2011
Vorige functie: directeur digital media TMG, mede-oprichter Powned

De voormalige directeur digitale media bij de Telegraaf Media Groep en medeoprichter van de omroep Powned legt zich na een afwezigheid wegens ziekte als strategy director bij communicatiebureau BBC vooral toe op de ontwikkeling van online en interactieve strategieën. Wie haar naam Googelt stuit eerst en vooral op felle reacties die zij opriep met haar boek 'Een webshop is geen carrière' over het 'mutsengedrag' van veel vrouwen.

"Wij peuren het journalistieke verhaal uit een bedrijf - de klant - en gaan daarmee op pad"

Lees meer

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

De Top 50 Mediamoves 2011

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER

In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende onafhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING

Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

11. Jan-Joris Keijzer

(managing director Harlequin Holland)

Per: 15 maart 2011
Vorige functie: marketing director Nike Golf EMEA

Ik ben ervan overtuigd dat sterke merken het verschil gaan maken

Deze marketeer pur-sang volgde Hans Sleeman op als algemeen directeur van Harlequin, de uitgeverij van o.a. de Bouquet-reeks. Keijzer was hiervoor werkzaam in marketingfuncties bij onder meer PepsiCo en Unilever.

12. Andrea Meijers

(commercieel directeur/ uitgever Audax Publishing)

Per: 1 juli 2011
Vorige functie: country manager Holiday on Ice Benelux, Stage Holding

Meijers werkte eerder ruim 10 jaar bij Sanoma Uitgevers in functies als Uitgever Jonge Vrouwenbladen, Uitgever Kids, Hoofd Business Development en Launch Manager Vrouwenbladen. Audax killde AvantGarde, maar breidde het portfolio recent uit met de tijdschrifttitels CosmoGirl en Santé.

13. Marcel van Lingen

(algemeen directeur / hoofdredacteur ANP)

Per: 1 oktober 2011
Vorige functie: hoofdredacteur GPD

Van Lingen volgde Erik van Gruijthuijsen op die per 1 juli 2011 algemeen directeur werd van het ANP. Bij de GPD hebben adjunct-hoofdredacteur Jos Timmers en directeur Luut Stallinga het werk van Van Lingen overgenomen. Van Lingen was eerst adjunct voordat hij in 2007 hoofdredacteur/directeur werd. Daarvoor werkte hij geruime tijd voor Het Parool.

14. Haico Meijerink

(directeur Sandd)

Per: 1 september 2011
Vorige functie: directeur Sales & Marketing Wolters Kluwen

Meijerink is sinds 1 september de nieuwe topman van het postbedrijf Sandd. Hij volgde daar Gert-Jan Morsink op, die na 3,5 jaar zijn functie neerlegde. Daarvoor was Meijerink directeur Sales & Marketing Europa bij Wolters Kluwer. Hij begon zijn carrière bij Apple Europe binnen de logistieke organisatie en stapte over naar Cisco Systems, waar hij uiteindelijk senior director voor EMEA Sales Operations was voordat hij voor een periode van 6 jaar de uitgeverij instapte.

15. Lot Keijzer

(director marketing solutions Benelux LinkedIn)

Per: 1 juni 2011
Vorige functie: managing director Twist (Kobalt)

Deze nieuwe functie werd speciaal gecreëerd om de groeiende online marketing business te ondersteunen. Keijzer werkte eerder 10 jaar bij Universal Media/McCannErickson. Vervolgens was ze 5 jaar werkzaam bij Kobalt, waar ze de digitale tak heeft opgezet. Later zette ze Twist op, het digitale marketing bureau van Kobalt.

Lees meer

De Top 50 Mediamoves 2011

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER
In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende oranjhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING
Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

Anita van der Aa

(custom media uitgever a.i. Bindinc.)

Per: 1 september 2011
Vorige functie: managing director Scripta Media

Bindinc. (het voormalige Programmabladen AKN) haalde de in customer media door de wol geverfde Van der Aa in huis om ook daar customer media in de markt te zetten en succesvol te maken. Van der Aa was 4,5 jaar managing director van Scripta Media. Daarvoor was ze (eerst) marketeer en (later) uitgever bij VNU en Sanoma en managing director bij Palm Plus Productie.

Onno Aerden

(zelfstandig ondernemer Inhoudelijke Zaken)

Per: 1 augustus 2011
Vorige functie: hoofdredacteur/uitgever van o.a. Miljonair, Gijrath Media Groep (GMG)

"Ik ben meer een opstarter."

Onno Aerden was sinds 2007 werkzaam bij de Gijrath Media Groep (GMG), onder meer als uitgever/hoofdredacteur van Miljonair. Sinds augustus 2011 is hij zelfstandig. "Mijn houdbaarheid bij middelgrote uitgeverijen bedraagt kennelijk vier jaar."

Irpa Allard

(creatief directeur MediaPartners Group)

Per: 1 februari 2011
Vorige functie: interim hoofdredacteur Albert Heijn bladen Mediapartners

Allard is al 26 jaar werkzaam in het communicatievak en was o.a. hoofdredacteur van Vrouw Vandaag en creative director Custom Publishing bij Sanoma Uitgevers. Bij MediaPartners was ze onder meer interim-hoofdredacteur op beide Albert Heijn bladen Allerhande en Wathandig. De creatieve directie van MediaPartners bestaat verder uit Martin van Velzen en Muk Swart.

Menno Biesiot

(zelfstandig ondernemer PINCH)

Per: 1 april 2011
Vorige functie: senior business developer mobile Sanoma Media

Biesiot richtte het bedrijf PINCH op, dat is gespecialiseerd in branded apps voor mobiel en tablets. De jaren ervoor was Biesiot als senior business developer mobile verantwoordelijk voor de mobiele uitingen van Sanoma Media. Onder zijn leiding is een veertigtal apps gelanceerd.

Marjolijn Blok

(marketingdirecteur VNU Media)

Per: 1 februari 2011
Vorige functie: hoofd marketing Thomas Cook Nederland

Blok was genomineerd voor Marketeer of the Year 2009. Bij VNU heeft ze de opdracht gekregen om het portfolio in de recruitment en de IT markt een boost te geven. Of het aan haar heeft gelegen is niet bekend, maar in januari maakte Quintin Schevernels, COO bij VNU Media , bekend op te stappen wegens het niet behalen van de gehoopte groei en schaalvergroting. Hij blijft wel mede-aandeelhouder.

Henk Borst

(a.i. directeur Magazines.nl NUV)

Per: 1 januari 2011
Vorige functie: interim sales director

Magazines.nl is een initiatief van de Groep Publiekstijdschriften van het NUV om het mediumtype met nieuw elan in de advertentiemarkt te positioneren. Als directeur a.i. werd Henk Borst aangetrokken, die kort daarvoor nog interim sales director was bij Sanoma Media.

Ashja Bosboom-Fetvaciyan

(algemeen directeur Scala Uitgeverij

Per: 1 januari 2011
Vorige functie: marketing directeur Scala Uitgeverij

"De laatste jaren was ik al sterk op de voorgrond, dus zo veel is er niet veranderd."

Bosboom volgde haar vader, Mik Fetvaciyan, op die een stap terugdeed binnen de uitgeverij. Zij heeft zich gespecialiseerd in crossmediaal uitgeven. Scala geeft special interestbladen uit zoals Railhobby, Poppenhuizen & Miniaturen, Digital Movie, MD en Luister.

Wil Cornelisse

(ex-lid raad van bestuur Wegener Media)

Per: 26 juli 2011
Vorige functie: operationeel directeur en lid raad van bestuur Wegener

Na 33 jaar in dienst bij Wegener gaf COO Wil Cornelisse in juli aan toe te zijn aan "een nieuwe uitdaging". Hij was sinds mei 2008 ook lid van de raad van bestuur. Per direct legde hij zijn taken neer en per 1 januari 2012 trad hij formeel uit dienst. Een opvolger is nog niet bekend gemaakt.

Eric Eljon

(commissaris Commissariaat voor de Media)

Per: 1 juni 2011
Vorige functie: directeur SBS productions en Public Affairs

Eljon heeft de afgelopen 25 jaar diverse functies bekleed binnen de publieke omroep (AVRO en VARA). Sinds 2004 werkte hij voor de commerciële omroep SBS Broadcasting. Met de aanstelling van Eljon is de vacature vervuld die ontstond na het afscheid van Jan van Cuilenburg. Het college van commissarissen bestaat verder uit Tineke Bahlmann (voorzitter) en Madeleine de Cock Buning.

Erland Galjaard

(programmadirecteur RTL Nederland)

Per: 3 november 2011
Vorige functie: zenderdirecteur RTL 4

Galjaard (Omroepman van het Jaar 2010) heeft er een baan bijgekregen. Naast zijn eigen zender RTL 4 geeft hij nu ook leiding aan de zenders RTL 5 en RTL 8. Galjaard is in zijn nieuwe functie verantwoordelijk voor het bij elkaar laten aansluiten van de profielen van de RTL-zenders. De tv-baas werkt al sinds 1997 bij het bedrijf en gaf daar als programmadirecteur leiding aan Yorin en RTL 5.

Leo van der Goot

(directeur Televisie SBS Broadcasting)

Per: 22 juli 2011
Vorige functie: adviseur SBS Broadcasting

De voormalige zenderdirecteur van RTL4 en sinds mei crismanager bij SBS, werd in juli aangesteld als de nieuwe directeur Televisie. In deze functie geeft hij leiding aan de zenders Net5, SBS6 en Veronica. Van der Goot volgde Tina Nijkamp op, die vertrok wegens ernstige familieomstandigheden.

Lees meer

De Top 50 Mediamoves 2011

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER
In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende onafhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING
Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

Hans Germeraad

(sales director ANWB Media)

Per: 10 februari 2011
Vorige functie: managing partner The Launch Company

"Voor de advertentiemarkt zijn we nog wat aan het zoeken naar betere exploitatiemodellen voor onze apps."

Germeraad is verantwoordelijk voor de marketing en sales-activiteiten in de business-to-business markt. Hij volgde Jeanette van den Horst op, die de functie interim vervulde. Daarvoor was Remco Bruins verantwoordelijk voor Sales. In 2005 was Germeraad een jaar sales director a.i. bij Sanoma.

Robbert-Marc de Haan

(directeur/uitgever de Stentor)

Per: 1 december 2011
Vorige functie: directeur Marketing en Directe Verkoop AEGON

De Haan was directeur Marketing & Directe Verkoop bij AEGON voordat hij benoemd werd tot de baas van dit Wegener-dagblad voor de regio Flevoland, Gelderland en Overijssel. Hij werkte eerder in de telecom en voor eBay, eigenaar van Marktplaats, dat de rubrieksadvertentiemarkt heeft gegrepen.

Femke Halsema

(lid Raad van Commissarissen WPG Uitgevers)

Per: 28 juni 2011
Vorige functie: fractievoorzitter GroenLinks

Halsema zal in 2012 het voorzitterschap overnemen van Margreeth de Boer, die dit jaar om statutaire redenen aftreedt. Haar benoeming sluit aan bij het maatschappelijk belang van de activiteiten van WPG Uitgevers in Nederland en Vlaanderen. Zij volgt RvC-lid Frans Kusters op, wiens zittingstermijn in april was geëindigd.

Willem de Kok

(algemeen directeur MixCom Media Group)

Per: 1 juni 2011
Vorige functie: directeur-uitgever Veen Magazines

De Kok werkte tot 1 juni bij NDCIVBK Uitgevers, waar hij verantwoordelijk was voor de tijdschriftendivisie, Veen Magazines. Daar slaagde hij er door herpositionering van een aantal titels in betere oplageresultaten te halen. Bij MixCom in Lelystad houdt hij zich met diverse media-aspecten bezig: reclame, custom media, internet, uitgeverij met gezondheid als speerpunt.

Maarten Kuil

(director strategy en M&A Sanoma Media)

Per: 1 december 2011
Vorige functie: senior manager corporate strategy Deloitte Consulting

Bij Deloitte was Kuil betrokken bij diverse mediagerelateerde projecten. Eerder werkte hij bij Dutch BV en Van Gansewinkel Nederland BV. Kuil's opdracht: het marktleiderschap van Sanoma uitbouwen.

Marianne van Leeuwen

(o.a. lid Raad van Toezicht Stichting Lezen & Schrijven)

Per: 1 mei 2011
Vorige functie: CEO Reed Business Nederland

Van Leeuwen startte haar loopbaan bij Reed Business (RB) als uitgever, was een aantal jaren directeur van het Nederlands Studie Centrum en werkte vervolgens 8 jaar voor RB in Frankrijk en Amerika. In mei 2005 werd ze CEO van RB Nederland. In maart 2011 werd bekend dat Van Leeuwen haar functie ging neerleggen "om de zomer vrij te nemen en in het najaar op zoek te gaan naar een passende nieuwe stap in de carrière". Peter de Mönnink, destijds CEO van RBI International, werd op haar positie benoemd. Sindsdien is weinig meer van Van Leeuwen vernomen.

Gijs Lensink

(directeur RTV Noord)

Per: 15 april 2011
Vorige functie: directeur NDC Mediagroep

De opvolger van Henk Bleker, die als staatssecretaris naar het kabinet Rutte vertrok, zo staat Lensink nu te boek. Als gevolg van een vereenvoudiging van de organisatiestructuur van de NDC Mediagroep (van een tweehoofdige algemene directie naar één directeur) stapte Lensink in februari per direct op. Een paar maanden later kon hij al beginnen bij RTV Noord. Op de positie van algemeen directeur bij NDC werd later vorig jaar Gert Jan Oelderik benoemd.

Pieter Lieverse

(managing director WEKA Uitgeverij)

Per: 1 juli 2011
Vorige functie: adjunct-directeur en manager marketing & sales WEKA Uitgeverij

Lieverse begon in 2006 als manager marketing & sales bij WEKA. In 2009 werd hij adjunct-directeur en in de zomer van 2011 algemeen directeur. Hij wordt gezien als een van de drijvende krachten achter de transformatie van WEKA naar een moderne crossmediale uitgeverij en een sterke kennisprovider voor HR- en facilitymanagement-professionals.

Jaap van Loon

(zelfstandig adviseur)

Per: 1 november 2011
Vorige functie: algemeen directeur ThiemeMeulenhoff

Nadat Van Loon de vier educatieve uitgeverijen binnen NDCIVBK had geïntegreerd vond de concernleiding het nodig de organisatie verder te stroomlijnen. Van Loon moest vertrekken en zo'n 65 medewerkers zullen naar nieuwe functies moeten solliciteren; voor 15 tot 20 mensen is geen werk meer. ThiemeMeulenhoff heeft de ambitie om een leidende rol te gaan spelen bij digitale middelen.

Koen Mastenbroek

(commercieel directeur Terra Lannoo en Unieboek/Het Spectrum)

Per: 1 oktober 2011
Vorige functie: commercieel manager Unieboek/Het Spectrum

Mastenbroek trad in 2008 in dienst als commercieel manager. Daarvoor werkte hij als manager customer service bij Centraal Boekhuis.

Paul Molenaar

(sales director ANWB Media)

Per: 10 februari 2011
Vorige functie: managing partner The Launch Company

Germeraad is verantwoordelijk voor de marketing en sales-activiteiten in de business-to-business markt. Hij volgde Jeanette van den Horst op, die de functie interim vervulde. Daarvoor was Remco Bruins verantwoordelijk voor Sales. In 2005 was Germeraad een jaar sales director a.i. bij Sanoma.

Lees meer

De Top 50 Mediamoves 2011

TOP 50 MEDIAMOVES OP PAPIER
In het magazine Mediafacts (editie 1, 2012) leest u naast artikelen over het succes van Tweakers.net , de anticyclische investering in een rotatiepers door Koninklijke BDU en een onderhoudende discussie over de al dan niet tanende onafhankelijkheid van de journalistiek, een uitgebreide special naar aanleiding van de Top 50 Mediamoves.
Een uitgebreider interview met Lara Ankersmit, recruiters over recruitment in het topsegment van de uitgeefwereld en een samenvatting van drie onderzoeken over de arbeidsmarkt in de mediasector.

VERANTWOORDING
Bij de totstandkoming van de Top 50 Mediamoves werden criteria meegewogen als:
- verantwoordelijkheid nieuwe functie
- omvang/bekendheid nieuwe bedrijf
- omvang/bekendheid oude bedrijf
- interne doorgroei of extern
- opmerkelijkheid van de stap
- bekendheid van de persoon.

Wij zijn ons ervan bewust dat de lijst onvolledig is en dat er altijd meningsverschillen zullen bestaan over de geselecteerde 50 mediamensen, over de Top 15 daarbinnen, alsmede de gehanteerde volgorde van belangrijkheid binnen deze Top 15.

Reacties? Wij ontvangen ze graag via redactie@mediafacts.nl.

Remko Nugteren

(managing director Kieskeurig.nl en Makkie.nl Sanoma Media)

Per: 1 mei 2011
Vorige functie: managing director TradeDoubler Nederland

Nugteren vertrok als directeur bij Tradedoubler, waar hij vijf jaar had gewerkt, om de vacante positie van uitgever bij Kieskeurig.nl (Sanoma Media) te gaan bekleden. Bij Tradedoubler werd hij opgevolgd door Andrew Maat, die ook de activiteiten in België onder zijn hoede kreeg. Sanoma's vergelijkingssite had al enige tijd geen uitgever na het vertrek van Bastiaan de Jong. De directeur Performance Based, Sander ten Dam, nam tijdelijk de functie waar.

Ronald Philipsen

(CEO InnoFun en Citowoz)

Per: 10 oktober 2011
Vorige functie: marketing manager Malmberg

Philipsen verruilde zijn baan als marketingmanager bij educatieve uitgeverij Malmberg (onderdeel van Sanoma) voor die van directeur van Citowoz en Innofun, twee bedrijven die scholen ondersteunen met de inzet van ict en social media. De bedrijven maken deel uit van Edux onderwijsadvies.

Carolina Pruis

(a.i. chairman en CEO vdbj_)

Per: 15 september 2011
Vorige functie: a.i. CEO Aldipress

Pruis volgde Wim Tjaberinga op die het bureau 5 jaar had geleid. Hij vertrok als gevolg van een groeiend verschil in opvattingen over de te voeren strategie. Pruis vervulde eerder functies bij o.a. de Telegraaf Tijdschriften Groep, VNU Business Publications en Sanoma Media. Haar (interim) functie bij Aldipress wordt nu waargenomen door Walter van der Schaaff.

Paul Römer

(algemeen directeur NTR)

Per: 1 augustus 2011
Vorige functie: lid Raad van Bestuur Endemol

De voormalige Endemol-directeur (en Ajax-commissaris) is sinds augustus de baas van de publieke omroep die is ontstaan uit een fusie tussen NPS, Teleac en RVU. Römer volgde Joop Daalmeijer op, die de functie ad interim bekleedde, en in september met pensioen ging. Bij Endemol was Römer verantwoordelijk voor de wereldwijde creatieve strategie binnen het concern.

Robbert Schuurmans

(commercieel directeur De Arbeiderspers en Balans)

Per: 14 februari 2011
Vorige functie: algemeen directeur Kosmos Uitgevers

Schuurmans is een bekende naam in het boekenvak. Na een aantal commerciële en marketing functies te hebben vervuld bij RTL Nederland en Universal Music, trad hij in dienst bij Kosmos Uitgevers, eerst als marketing & sales manager en de laatste 6 jaar in de functie van algemeen directeur.

Kuldip Singh

(CEO Grüner + Jahr India)

Per: 1 september 2011
Vorige functie: manager strategie en corporate development Sanoma Media

Singh's ambitie is om Gruner + Jahr groot te maken in vier jaar. "Over vier jaar gaat mijn zoon naar de middelbare school en dat is gewoon in Nederland." De overname van tijdschriftenbedrijf MaXposure moet als springplank dienen voor snelle verdere groei. Bij Sanoma was Singh bijna 4 jaar binnen het MT verantwoordelijk voor strategie en corporate development.

Alexandra van der Stap

(directeur marketing Wegener Media)

Per: 1 oktober 2011
Vorige functie: zelfstandig

Van der Stap had een eigen bureau voor online en offline marketing en communicatie. Nu is ze directeur marketing bij Wegener Media om leiding te geven aan de nieuwe afdeling marketing.

Rutger Verhoeven

(hoofd Nieuwe Media Vara)

Per: 10 januari 2011
Vorige functie: creatief directeur Blink Uitgevers

Verhoeven volgde bij de VARA Edwin Valent op, die directeur Branded Content International werd bij Lbi (en daar inmiddels al weer is vertrokken om creatief directeur te worden bij SBS). Bij Blink Uitgevers won Verhoeven in 2009 de Mercur Crossmedia Award voor Taptoe.

Theo Versloot

(sales manager Libridis)

Per: 1 mei 2011
Vorige functie: directeur Nederland Uitgeverij Averbode

Versloot was eerder Business unit manager bij Scholtens om leiding te gaan geven aan de Nederlandse operatie van de Belgische uitgeverij Averbode. Bij Libridis is hij nu verantwoordelijk voor de volledige sales organisatie in Nederland en België. Libridis adviseert boekverkopers over hun assortiment.

Marco Vroedsteijn

(van Boomerang naar Rucanor Europe)

Per: 17 oktober 2011
Vorige functie: algemeen directeur Boomerang Media

Zo ben je directeur van een mediabedrijf en zo verkoop je sportkleding. Vroedsteijn was pas sinds 10 januari 2011 algemeen directeur van Boomerang. Daarvoor was hij ruim 5 jaar commercieel directeur. Vroedsteijn kreeg NL Unlimited (de gratis uitgaansmagazines NL10, 20, 30, 40, 50, 70) en Boomerang Media (o.a. de kaarten) onder zijn hoede. NL Unlimited werd op 15 maart failliet verklaard. Op 1 april werd bekend dat Amsterdam Kranten Producties de stadsbladen overnam.

Maarten Vuurmans

(oriënteert zich op nieuwe baan als directeur/senior manager)

Per: 1 augustus 2011
Vorige functie: directeur Leisure Group

In september 2009 startte Vuurmans in Groningen en nog geen 2 jaar later stapte hij op omdat hij zich niet thuis voelde in de organisatie. Eerder was Vuurmans o.a. commercieel manager bij Malmberg. Harco Enting is per 1 januari 2012 benoemd tot zijn opvolger. Enting werkte hiervoor 14 jaar bij Microsoft.

Bert Wiggers

(CEO Crowdynews)

Per: 1 juni 2011
Vorige functie: directeur-uitgever Veen Magazines

Wiggers was verantwoordelijk voor de internetactiviteiten van VNU en Sanoma (o.a. Startpagina en Kieskeurig) voordat hij in 2009 directeur werd van @Leisure, een van de grootste spelers op de Europese online markt van vakantiehuizen. Na een conflict met de aandeelhouders stapte hij afgelopen zomer op. Van het Groningse Twitter-bedrijf Crowdynews is hij nu parttime CEO, terwijl hij zich oriënteert op additionele activiteiten.

Cees van Wijk

(non-executive directeur Gottmer Uitgevers Groep)

Per: 1 september 2011
Vorige functie: directeur-eigenaar Gottmer Uitgevers Groep

Op 66-jarige leeftijd heeft de directeur-eigenaar zijn directietaken overgedragen aan Melanie Lasance en Marius van Campen. Voormalig adjunct-directeur Lasance is sinds september uitgeefdirecteur en Van Wijk's schoonzoon Van Campen (die zijn carrière begon bij Sanoma) commercieel directeur. Van Wijk blijft voorzitter van de GAU bij het NUV en houdt een toezichthoudende rol op zijn uitgeverij.

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

Interviews Top 50 Mediamoves 2011

"Ze belden op het juiste moment."

Lara Ankersmit
NOS

"Aan het 'Not Invented Here Syndrome' lijden ze hier niet"

Gert Jan Oelderik
NDC Mediagroep

"Ik ben ervan overtuigd dat sterke merken het verschil gaan maken"

Jan-Joris Keijzer
Harlequin Nederland

"Ik ben meer een opstarter."

Onno Aerden
Inhoudelijke Zaken

"De laatste jaren was ik al sterk op de voorgrond, dus zo veel is er niet veranderd"

Ashja Bosboom
Scala Uitgeverij

"Voor de advertentiemarkt zijn we nog wat aan het zoeken naar betere exploitatiemodellen voor onze apps"

Hans Germeraad
ANWB Media

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"Ze belden op het juiste moment."

Lara Ankersmit
NOS

Fotocredit: Freek van Asperen, ANP

Lara Ankersmit

verliet als uitgever Digitaal de Telegraaf Media Groep om per 1 april 2011 hoofd nieuwe media te worden van de NOS. Bijna een jaar later spreekt zij zich uit over deze overstap van de 'commerciëlen' naar de Publieke Omroep. "Mijn verwachtingen zijn absoluut uitgekomen."

"Wij kunnen hier hele mooie dingen maken", stelt Lara Ankersmit over haar werk voor de NOS.

Het rendabel maken van Telegraaf.nl: dat was een van de belangrijkste opdrachten van online uitgever Lara Ankersmit bij TMG. Half 2010 werd duidelijk dat het jaar met winst afgesloten zou worden. "Ik was trots op het passeren van die belangrijke mijlpaal. We hadden laten zien dat je met internet tóch geld kunt verdienen. Maar het bereiken van dat doel was voor mij ook een van de redenen om verder te kijken."

Toen kwam dat telefoontje van een headhunter. De NOS zocht een nieuw hoofd voor haar afdeling Nieuwe Media ter vervanging van Roeland Stekelenburg, die een eigen bedrijf was begonnen. Lara Ankersmit was een van de namen op de shortlist. Het eerste contact werd in december 2010 via een headhunter gelegd. 1 April 2011 was haar eerste werkdag bij de NOS.

Bullits afvinken

"Of ik er lang over moest nadenken? Tot het moment dat ik gebeld werd was ik er nog niet echt mee bezig geweest. Ik had het wel naar mijn zin bij de Telegraaf. Maar toen ik via de mail het profiel te zien kreeg, kon ik de bullits achter elkaar afvinken. Ik herkende mezelf er eigenlijk wel in, het paste helemaal in mijn straatje. Toen ik merkte dat het in de gesprekken ook klikte, ging het snel en waren we er in een paar weken uit."

Het aantrekkelijke van de nieuwe werkgever zat hem in het aansprekende merk en het feit dat het om een tv-bedrijf gaat met veel meer techniek dan de uitgeverij en een sterke focus op productontwikkeling, digitale media en innovatie. "Ik vond het een hele mooie vervolgstap. Ik hoefde niet op nul te beginnen, zoals bij een aantal andere mediabedrijven het geval was geweest."

Sneller schakelen

"Mijn verwachtingen zijn absoluut uitgekomen. Met een relatief klein team zijn we 'in charge', verantwoordelijk voor alles wat de NOS op digitaal gebied doet. 'Klein' wil zeggen acht mensen met een stuk of vier freelancers die één á twee dagen voor ons werken.

Bij Telegraaf.nl werkte ik met zo'n vijftien man, maar was het veel meer versnipperd georganiseerd. Nu is alles meer in één hand, waardoor je veel sneller kunt schakelen. Er gaat minder tijd verloren aan overleg. Sowieso heerst er hier geen vergadercultuur. De NOS kent een hele platte, heldere organisatie; ik rapporteer rechtstreeks aan algemeen directeur Jan de Jong. Dat werkt zeer prettig. De club Nieuwe Media staat er technisch gezien goed voor, dat had ik al kunnen verifiëren tijdens de oriëntatiefase. Nee, absoluut geen lijken in de kast, alles is me goed voorgespiegeld."

Groot vindt Ankersmit de overstap van een commercieel bedrijf naar een publieke organisatie niet. "Ook hier wordt gekeken naar het bedrag onder de streep. Elke maand zit ik met de controller de geldstromen te bekijken." Terugkijkend op de afgelopen periode bij haar nieuwe werkgever constateert Ankersmit met tevredenheid de bereikte resultaten bij de website en het tweede scherm bij sportuitzendingen. "In februari krijgt de homepage van NOS.nl (de tweede nieuwssite van Nederland na NU.nl) een andere, meer newsier uitstraling. Tijdens de Tour de France kwamen we met een tweede scherm waarop mensen op de hoogte konden blijven van tussenstanden, uitslagen en achtergrondnieuws. Wie televisie keek of de Tour volgde via livestreams op NOS.nl had zo een extra informatiebron.

De Tour was voor mij het eerste grote sportevenement. Komende zomer krijgen we er vier van dat kaliber: het EK Voetbal, de Olympische Spelen, de Tour en de Paralympics."
Een ander speerpunt van NOS Nieuwe Media is mobiel. "We zijn bezig met de ontwikkeling van een aantal nieuws-apps."

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"Aan het 'Not Invented Here Syndrome' lijden ze hier niet."

Gert Jan Oelderik
NDC Mediagroep

Gert Jan Oelderik

De voormalige directeur-uitgever van NRC Media werd algemeen directeur van NDC mediagroep, de uitgever van regionale kranten.

mF *Je bent in mei begonnen en in juni kondigde je al een reorganisatie aan waarbij 100 banen verloren zouden gaan. Zijn de kosten nu voldoende gedrukt, of zitten er nog meer maatregelen aan te komen?*
"In een tijd als deze, waarin we tegelijkertijd te maken hebben met een slechte conjunctuur en structurele veranderingen in het mediagebruik door consumenten, zijn mediabedrijven zoals het onze continu in beweging. Aan de kostenkant om zo slim en efficiënt mogelijk te werken en aan de omzetkant met het ontwikkelen van nieuwe product/marktcombinaties. Alles moet altijd beter."

mF *"Hart voor dagbladen en passie voor innovatie" werden je bij je benoeming toegeschreven. Waar zien we die innovatie terug?*
"Dat er de afgelopen maanden nieuwe apps, websites, abonnementsmodellen en vormgevingswijzigingen in kranten en andere media zijn geïntroduceerd en er nog vele volgen is leuk en belangrijk, maar niet meer dan normaal. En dat er op verschillende plekken efficiënter en goedkoper wordt gewerkt hoort er ook bij. Maar essentiëler is misschien wel dat de onderneming weer naar voren kijkt en actief zoekt naar nieuwe product/marktcombinaties op het gebied van nieuws- en informatievoorziening voor Noordelijke consumenten en bedrijven. Die bedrijfsbrede mindset gericht op groei, kansen en mogelijkheden leidt tot mooie dingen in 2012"

mF *Wat heeft je positief verrast bij de NDC?*
"NDC mediagroep is een dynamisch bedrijf. Ik weet nog dat we in mijn NRC-tijd op excursie naar Leeuwarden gingen om te kijken wat voor slims de Leeuwarder Courant en Dagblad van het Noorden allemaal deden. De meest positieve verassing was dat de medewerkers volop open staan voor nieuwe plannen en ideeën. Aan het 'Not Invented Here Syndrome' lijden ze niet, dat is écht een zegen."

mF *Hoe kijk je terug op je periode bij NRC?*
" Met heel veel plezier. Het waren hectische tijden, de eerste kredietcrisis in 2008, de problemen van PCM en de verkoop van NRC Media. Maar ondertussen was de winkel gewoon open en werkte iedereen keihard door. Ik heb er met buitengewoon gedreven collega's gewerkt, zowel commercieel als redactioneel."

mF *Hoe staat het eigenlijk met het project MYMagazine, waarvoor jij vorig jaar van het Stimuleringsfonds voor de Pers subsidie hebt ontvangen?*
"Dat project is in zijn oorspronkelijke vorm gestopt. De subsidie was aangevraagd in samenwerking met de NDP, maar die organisatie achtte de tijd uiteindelijk toch nog niet rijp om het initiatief vanuit de brancheorganisatie blijvend te omarmen. De subsidie is dus niet geconsumeerd."

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"Ik ben ervan overtuigd dat sterke merken het verschil gaan maken."

Jan-Joris Keijzer
Harlequin

Jan-Joris Keijzer

De marketeer pur-sang volgde op 15 maart 2011 Hans Sleeman op als algemeen directeur van Harlequin, de uitgeverij van o.a. de Bouquet-reeks.

mF *Wat is je mee- en wat is je tegengevallen bij je entree in de uitgeverijwereld?*
"Alles is nieuw, en wat dat betreft is niets meegevallen of tegengevallen, hoogstens werken bepaalde zaken iets anders dan in industrieën waar ik tot nu toe gewerkt heb. Ik heb wel het gevoel dat ik binnengekomen ben op een bijzonder moment: het lijkt alsof alles tegelijkertijd in beweging is: consumenten, retailers, concurrentie, digitalisering, organisatie. Niemand kan beweren dat er niets gebeurt in de uitgeverijwereld; deze dynamiek maakt het bijzonder leuk om nu in deze wereld te werken."

mF *Je voorganger Hans Sleeman heeft tot zijn pensionering Harlequin geleid op zijn manier. Waarin verschilt jouw aanpak?*
"Mijn achtergrond en ervaring is anders, dus ook mijn aanpak, waarbij ik gelukkig kan voortbouwen op een zeer sterke basis en een sterk team. Ik heb een stevige achtergrond in marketing: het bouwen van merken, communicatie & interactie en het aangaan van partnerships. Deze ervaring kan ik goed gebruiken in mijn huidige werk, want ik ben ervan overtuigd dat sterke merken het verschil gaan maken, of het nu sterke seriemerken als Bouquet en Intiem zijn, of sterke ''author brands'' als Nora Roberts of Alex Kava."

mF *Hoeveel speelruimte krijg je van het Canadese hoofdkantoor?*
"De filosofie van het team op het (overigens zeer kleine) hoofdkantoor is: ''Our reason to exist is to serve the local teams''. Dat is een zeer verfrissende aanpak. Men schrijft niet centraal voor wat je in de lokale markt moet doen; je bent volledig eigen baas, en er is advies en support op verzoek. Verder delen we veel ''best practice'' met collega's over de hele wereld, die elkaar zeer regelmatig spreken. Elk land is anders, maar veel ideeën, wellicht iets anders ingevuld, kun je lokaal goed gebruiken."

mF *Je kondigde aan flink in te gaan zetten op digitalisering. Hoe ver ben je inmiddels?*
In juli zijn we op beperkte schaal gestart met eBooks; inmiddels hebben we meer dan 650 titels op de markt. Een sterk groeiende en financieel interessante operatie, ondanks de flinke uitdagingen rond metadata en optimalisatie van consumer search. Verder zijn we gestart met activiteiten op Facebook, o.a. een community rond romantic fantasy boeken (Black Moon), met meer dan 1.000 fans waarmee we een echte dialoog hebben. Ook wordt er volop geïnvesteerd in een relaunch van onze site www.harlequin.nl. Verder hebben we intern allerlei zaken veranderd, o.a. de start van een digitaal team. In 2012 gaan we deze activiteiten versneld verder uitbouwen.

mF *De verkoop van boeken en tijdschriften staat zwaar onder druk, hoe doen de Harlequin-producten het?*
Ook wij hebben last van de negatieve trend in boeken en tijdschriften. Zeker de tweede helft van het jaar was zwaar, met indexen ruim onder de 100. Door snel in te spelen op deze ontwikkeling via extra initiatieven, promoties, speciale uitgaven en digitalisering sluiten we het jaar niet onaardig af. Verder gaan we in 2012 ongekend stevig investeren in nieuwe initiatieven in zowel marketing als sales, waarmee we verwachten stevig te kunnen gaan groeien.

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"Ik ben meer een opstarter."

Onno Aerden
Zelfstandig

Onno Aerden

Werkte vanaf 2007 bij de Gijrath Media Groep,o.a. als uitgever/hoofdredacteur van Miljonair. Sinds augustus 2011 is hij zelfstandig.

mF *Waarom ben je eigenlijk weggegaan bij GMG?*
"Mijn houdbaarheid bij middelgrote uitgeverijen bedraagt kennelijk vier jaar. Ik ben meer een opstarter of, hoe zeg je dat tegenwoordig, turn around manager, dan iemand die op winkeltjes moet passen. Daar kwam in dit geval bij dat er bij GMG weinig ontwikkeling zat in de titels die ik bestierde, althans niet in de richting die ik voor ogen had."

mF *Hoe bevalt het bestaan als zelfstandig media-ondernemer?*
"Uitstekend, dank u. Ik werk als communicatiestrateeg nauw samen met het pr- en communicatiebedrijf van Bart Maussen, treed op als debatleider en spreekstalmeester, schrijf voor Financieel Dagblad over ondernemers in de luxe-industrie en schrijf ondertussen boekjes (de eerste verschijnt in juni bij uitgeverij BBNC). Er is sprake van een fijn mediaproject, waarover ik later meer kan melden. En onbezoldigd knutsel ik als betrokken en actief VVD-lid een website in elkaar die ondernemend Nederland in rechtstreeks contact zal brengen met de Tweede Kamerfractie van de VVD. Die site www.lefmoetlonen.nl komt er echt aan."

mF *Wat doet je BV Inhoudelijke Zaken?*
"Bovenstaande activiteiten, met uitzondering dan van het politieke handwerk, dat blijft: geld meenemen. De BV-structuur moet wel toestaan dat ik ooit, mocht het land mij roepen, de activiteiten op afstand kan voort laten zetten. Mijn liefde voor mediazaken is te groot om het allemaal los te laten voor het pluche."

mF *Waar gaat het boek over dat je in het voorjaar publiceert?*
"Het eerste boek (een cadeauboek!) gaat een hart onder de riem steken van al die gekken die een tweede huisje (willen) kopen. Er zijn tientallen redenen om je nooit aan dat gekkenwerk te wagen. Ik zeg: wel doen en lever de redenen. Uiteraard geschreven vanuit mijn eigen ervaring als tweede huizenbezitter. Ook al heb ik inmiddels nauwelijks een eerste huis."

mF *Nog steeds ambities om voor de VVD in de Tweede Kamer te komen?*
"Zeker. Als ik soms zie hoe weinig ambitie er spreekt uit Kamerleden. Kom op zeg, je bent gekozen! Mijn agenda is ook heel duidelijk: ondernemers, en met name de middenstander en de ZZP-er, volop laten horen in Den Haag. Echt minder regels en meer ruimte aan innovatie. Geen bangmakerij om niets, maar stimuleren van enthousiasme. Toen ik afgelopen week, op minivakantie, in Twente door de velden liep, dacht ik: 'Dit land is zo schitterend. Wat hebben wij het goed, hier te mogen wonen en werken.' En echt: er heerst overal, maar dan ook overal, ondernemerszin. Ook in de Schilderswijk in Den Haag of Bos en Lommer in Amsterdam. De truc is die te mobiliseren."

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"De laatste jaren was ik al sterk op de voorgrond, dus zo veel is er niet veranderd."

Ashja Bosboom
Scala

Ashja Bosboom

Was marketingdirecteur bij het familiebedrijf Scala en voerde daar een stringent internetbeleid door. Op 1 januari 2011 volgde ze haar vader op als algemeen directeur van de uitgeverij.

mF *Je hebt de functie van algemeen directeur overgenomen van je vader. Kijkt hij nog steeds over je schouder mee?*
"Vlak na zijn pensionering hebben we een van onze tijdschriften online in Duitsland gelanceerd en HobbyHandig overgenomen, we zijn van vijf naar zeven diensten gegaan. Alles is nogal in een stroomversnelling terecht gekomen, dus na een paar ontspannen maanden is Mik (mijn vader) weer flink ingezet, evenals Anna overigens (mijn moeder) die helpt bij de abonnementenadministratie. Hij let nu op specifieke zaken en ik kan lekker tegen hem aan blijven praten. Dat laatste was sowieso wel de bedoeling. Ik hoop dat in de loop van het jaar alles wat rustiger voor ze wordt."

mF *Wat doe jij nu anders dan hij?*
"Oei, lastig. De laatste jaren was ik al sterk op de voorgrond, dus zo veel is er niet veranderd. Zijn kracht is denk ik het kunnen loslaten en een grenzeloos vertrouwen hebben in de opvolging. Een groot verschil is denk ik dat Mik een patriarch is, hij zorgt voor mensen. Ik geloof meer in het werken met het team, samen naar oplossingen zoeken, met elkaar. Enige interne navraag geeft ook aan dat ik sneller dingen bespreek, zowel positief als opbouwend. Zoals Mik zegt, hij is meer een uitgever, ik meer een zakenvrouw."

mF *Zie je nog mogelijkheden voor nieuwe overnames?*
"Jazeker, teveel eigenlijk. Daarom maken we even pas op de plaats, want we barsten hier van de plannen! Dat kunnen overnames zijn, nieuwe lanceringen of spin-offs van bestaande diensten."

mF *Waar vele collega's aarzelden over hun internetstrategie, ben jij gewoon met een online businessmodel gestart. Wat heeft het Scala gebracht?*
"Op mijn telefoon hangt een – inmiddels beduimelde - spreuk: Gebrek aan ervaring brengt jonge mensen tot prestaties die iemand met ervaring nooit voor elkaar zou krijgen (Jean Duché). Deze gaf mijn vader me toen ik met het businessmodel kwam. Hij heeft alle ruimte gegeven om dit door te voeren. Het is de redding geweest in een voor ons destijds hele moeilijke tijd en zorgt ervoor dat we tegen de crisis in kunnen groeien. Dat was tien jaar geleden wel anders… Het heeft Scala conjunctuurvrij gemaakt en klaar voor een mooie toekomst.

mF *Hoe gaat het ondertussen met je tenniscarrière? (Bosboom stond op 1 januari 2011 op plaats 4 van de dynamische rating vrouwen enkelspel op www.toptennissers.nl.)*
"Haha leuke vraag! Tennis is wegens een voetblessure omgeslagen in golf, ook al doen we dat veel te weinig. We zijn officieel nog lid van onze club, maar spelen bijna nooit meer… Het jeukt wel soms en de eerste keer gaat altijd heerlijk, maar dan de tweede keer he, als het allemaal net niet goed van je blad valt… Maar ik sport genoeg, crosstrainen enz., heerlijk om alles even te vergeten en weer frisse energie op te doen."

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

"Voor de advertentiemarkt zijn we nog wat aan het zoeken naar betere exploitatiemodellen voor onze apps."

Hans Germeraad
Scala

Hans Germeraad

De nieuwe sales director van ANWB Media heeft een rijk verleden in de uitgeverij en werkte o.a. voor Sanoma.

mF *Wat heeft je het meest verrast in deze organisatie?*
"De enorme slagkracht van de organisatie. Als de ANWB voor iets gaat, dan komt er een energie vrij die mij elke keer weer verbaast. De kracht en de autoriteit van het merk helpt hierbij natuurlijk ook. Heel veel deuren gaan wijd open voor de ANWB. Veel partijen willen graag zaken doen."

mF *"ANWB Media is creatief en staat open voor allerlei ideeën", zei je vrij kort na je aanstelling. Denk je daar nu na een jaar nog zo over?*
"Ja, absoluut. De autoaankoopservice, de autoverkoopservice, het land van de ANWB, ANWB live en vele apps zijn voorbeelden van een creatieve aanpak. En zo komen er nog een groot aantal aan, waarover ik nu helaas nog niet zo veel mag zeggen."

mF *Je verwachtte vooral groeikansen op online en geïntegreerde communicatieoplossingen voor adverteerders. Zijn die verwachtingen uitgekomen?*
"Met online omzet zijn we het afgelopen jaar tientallen procenten gestegen. Het grappige is dat we netto ook met print een groei hebben gerealiseerd. Bescheiden, maar toch. We hebben het afgelopen jaar met een aantal adverteerders leuke plannen kunnen uitwerken waarbij meerdere titels in print en online geïntegreerd werden ingezet in tailormade ontwikkelde campagnes. Dus die verwachtingen zijn uitgekomen. Wat nu ook goed van de grond komt is de samenwerking met ANWB retail. Het wordt dus nog steeds leuker."

mF *Zijn de vele apps van ANWB Media ook commercieel succesvol?*
"Qua aantallen zijn er een aantal zeer zeker succesvol. Zo hebben we bijvoorbeeld de fiets app met meer dan 50.000 betaalde downloads en de Bed&Breakfast app met 35.000 downloads. Dat mag er dus zijn. Maar ik moet toegeven dat we voor de advertentiemarkt nog wat aan het zoeken zijn naar betere exploitatiemodellen."

mF *Hoe gaat ANWB Media de conjuncturele winter doorstaan?*
"Alhoewel ik goed zie wat voor weer het buiten is en we natuurlijk uitermate alert zijn, denk ik dat het bij ons allemaal heel erg mee gaat vallen. Tot nu toe horen we van adverteerders geen dramatische verhalen over budget cuts en dergelijke. De boekingen voor het eerste kwartaal lopen goed. Daarnaast kennen we voor onze titels veel primaire adverteerders en veel direct response adverteerders. En daar zullen eventuele budget cuts per definitie minder heftig zijn. Stiekem hoop ik toch wel op verdere groei."

TOP 50 MEDIAMOVES 2011

Stoelendans der hoofdredacteuren

Het lijkt erop dat er in 2011 opmerkelijk veel hoofdredacteuren van positie zijn veranderd. Naar de oorzaken is het deels gissen. Met name bij de grotere uitgeverijen ontstaat soms een domino-effect van doorschuivende hoofdredacteuren. Overstappen naar de concurrent kan ook altijd nog. Bij sommigen mist de match, raakt de chemie uitgewerkt of wordt gesaneerd.

nieuwe hoofdredacteur	*datum*	*titel*	*uitgeverij*	*eerdere functies*
Marije de Jong	1-apr-11	Happinez	Weekbladpers Tijdschriften	hoofdredacteur Esta, Viva
Marieke Hoogendijk	1-jan-11	STARS	Audax Publishing	adjunct-hoofdredacteur STARS
Maaike Visser	1-apr-11	Girlz!	Audax Publishing	chef-redacteur Vriendin
Irene de Bel	1-aug-11	NWT Magazine	Veen Magazines	chef internet Het Parool
Frank Poorthuis	1-feb-11	HP/De Tijd	Audax Publishing	chef Haagse redactie Volkskrant, adjunct-hoofdredacteur Vrij Nederland, De Pers, Het Parool
Ellen de Jong	1-jun-11	Esta	Sanoma Media	hoofdredacteur Knipmode, Knippie
Mirjam van den Broeke	1-nov-11	Quote	Hearst Magazines Netherlands	redacteur Quote
Sterre van Leer	1-apr-11	Psychologie Magazine	Weekbladpers Tijdschriften	adjunct-hoofdredacteur Psychologie Magazine
Sabine Geurten	1-nov-11	Glamour	G+J	docent Academie Artemis, hoofdredacteur Shop Magazine, freelance modestyliste
Maurice Swirc	1-dec-11	Nieuw Israëlitisch Weekblad	Koninklijke BDU Uitgevers	columnist
Brigitte Speekman	1-aug-11	Nouveau	Sanoma Media	hoofdredacteur Ariadne at Home
Armand Landman	1-dec-11	De Zaak	De Zaak	adjunct-hoofdredacteur Cobouw
Marjan Enzlin	1-mei-11	Arts & Auto	VvAA	hoofdredacteur Mednet en Bijzijn (Springer)
Willem Schouten	onbekend	lid hoofdredactie Het Parool	Persgroep	hoofdredacteur Sp!ts
Mick Boskamp	1-apr-11	Review	Boomerang Publishing	redacteur Playboy
Sandera Krol	1-apr-11	Vriendin	Audax Publishing	hoofdredacteur Marie Claire, plv. hoofdredacteur Libelle
Peggy Weijergang	15-jun-11	KnipMode	Sanoma Media	chef mode-beauty en lifestyle van Margriet
Ed Lodewijks	1-aug-11	Kampeer en Caravan Kampioen	ANWB Media	hoofdredacteur Kampioen
Bert Gorissen	1-aug-11	Kampioen	ANWB Media	hoofdredacteur Op Pad, Toeractief
Matthijs de Winter	1-aug-11	Op Pad en Toeractief	ANWB Media	senior redacteur REIZ& Magazine
Gert-Jaap Hoekman	1-jul-11	Nieuwe Revu	Sanoma Media	redactiechef
Willem Uylenbroek	1-jul-11	Nieuwe Revu	Sanoma Media	redactiechef
Emely Nobis	1-jul-11	redactiechef Avrobode	Bindinc.	Hogeschool van Amsterdam, redacteur Opzij, Het Financieele Dagblad en Avanta Magazine.
Thecla Visser	15-jun-11	redactiechef KRO Magazine	Bindinc.	chef reportage Flair, daarvoor Ilse, One, Fancy en Viva
Marc van der Linden	1-jan-11	Weekend	Audax Publishing	hoofdredacteur Royalty
Marcel Gelauff	1-jul-11	NOS Nieuws	NOS	plv. hoofdredacteur NOS Nieuws
Esther Goedegebuure	1-sep-11	JAN	G+J	adjunct-hoofdredacteur JAN
Arnauld Hackmann	1-jan-11	Fietsmarkt en Bike Stye	Blauw Media	hoofdredacteur Tweewielers
Jack Oortwijn	1-jan-11	Bike Europe en Tweewieler	Reed Business	hoofdredacteur Bike Europe
Daan Bleuel	1-okt-11	Lokale Nieuwsmedia (25 titels)	Koninklijke BDU Uitgevers	interim hoofdredacteur Lokale Nieuwsmedia