

UVW-bijeenkomst optimalisatie
redactioneel proces

Automatisering biedt uitgevers veel voordeel

Onder invloed van digitale mogelijkheden is het redactionele proces bij uitgevers aan het veranderen. Op woensdag 23 september werd die ontwikkeling besproken tijdens de door de Groep UVW georganiseerde Round Table 'Multimediaal uitgeven: optimalisatie van het redactionele (automatiserings)proces'.

Middagvoorzitter Yvonne Joosten, directeur van Business Media Press en bestuurslid van de Groep UVW, mocht een grote groep belangstellenden van ledenbedrijven welkom heten in het NH hotel Jan Tabak in Bussum. Zij gaf een korte inleiding op de onderwerpen van de vier sprekers, die kwamen vertellen wat de kansen en ervaringen zijn met automatisering en aanpassingen in de workflow binnen het redactionele proces. Joosten gaf aan zelf ook te hopen iets op te steken van deze middag, hetgeen zonder meer gelukt zal zijn.

Onderzoekresultaten

De eerste spreker was senior consultant André Knol van GEA, organisatieadviesbureau op het gebied van communicatielogistiek. GEA heeft in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van redactionele automatisering voor middelgrote en kleine uitgevers van tijdschriften. Knol gaf in 20 minuten een overzicht van een aantal bevindingen. Zo vertelde hij dat er op de Nederlandse markt ongeveer

50 applicaties en systemen beschikbaar zijn, die uitgevers en hun redactionele teams kunnen ondersteunen bij het verzamelen, vormgeven en publiceren van informatie. Daarbij gaat de aandacht van marktpartijen steeds meer uit naar 'Software as a Service' (SaaS) oftewel automatiseringssystemen en tools die als online-dienst worden aangeboden. De uitgever hoeft daardoor geen softwarepakket aan te schaffen, maar kan contracten per maand afsluiten voor de dienstverlening. Ook gaf Knol de bezoekers inzicht in de interne kosten van pagina's in magazines. Aan een standaardpagina gaat binnen een organisatie gemiddeld ongeveer 40 euro op, een volledig creatieve pagina vergt het dubbele bedrag. Automatisering van de redactionele processen kan die kosten sterk helpen verlagen. Knol ging verder in op de behoeften en kansen voor uitgevers van verschillende grootte. Uitgaande van ongeveer 4.300 Nederlandse tijdschrifttitels die minstens vier keer per jaar verschijnen en afhankelijk zijn van commerciële exploitatie, constateert GEA dat ongeveer 40 procent baat heeft bij vergaande automatisering

van redactionele processen. Voor de overige 60 procent zijn specifieke tools en aanpassingen in werkwijzen vaak voldoende om flinke besparingen en grotere efficiëntie te verwezenlijken. De aanbieders van redactionele automatiseringssoftware houden volgens Knol rekening met de wensen en behoeften van uitgevers in alle soorten en maten.

Ben 'management summary' van het GEA-onderzoek naar redactionele automatisering is te downloaden via www.gea.nl. De onderzoeksresultaten worden in november 2009 uitgebracht in boekvorm en vervolgens ook via de website van GEA beschikbaar gesteld.

Lay-outgedreven

Adjunct-uitgever Wiljo Klein Wolterink van BDU uitgevers gaf een presentatie over de redactionele procesverandering die de verschillende redacties van lokale nieuwsmedia en vak- en publieksmedia van BDU hebben doorgemaakt. "Wij zijn van tekstgedreven naar lay-outgedreven gegaan. De vorm is leidend voor de opmaak van een pagina in een krant of tijdschrift, niet de tekst zoals dat vroeger het geval was." Met name

voor de lokale nieuwsmedia bleek die omslag goed te realiseren met behulp van een nieuw content management systeem (cms). De uitgangspunten daarbij waren meer duidelijkheid en rust voor de medewerkers en een efficiëntere manier van werken. Voor de vakmedia van BDU lagen de zaken volgens Klein Wolterink iets ingewikkelder: "Bij de magazines bleek er onder andere sprake te zijn van meer bladspecifieke

opmaakkeisen, een groter belang van lettertypebeheer, artikelen die over meerdere pagina's worden geplaatst en meer controle op tekst en inhoud." De bedrijfsbrede optimalisatie van het redactionele proces werd onder meer door deze verschillen bemoeilijkt. Ook was het niet voor alle redacteuren en overige medewerkers even eenvoudig om vertrouwde werkwijzen los te laten. Toch is BDU erin geslaagd om alle

redactieprocessen lay-outgedreven te maken, en daarmee de workflow te versimpelen. Met een cms dat voor een groot deel is afgestemd op de situatie bij de uitgever. De databases van de nieuwsmedia en de tijdschriften zijn gescheiden en ook de tekstverwerking gebeurt in verschillende systemen. Ondanks dat er nog de nodige aandachtspunten zijn om de werk- en automatiseringsprocessen te verbeteren, ►



Van links naar rechts: Alex Beishuizen, Patrick Swart, André Knol, Yvonne Joosten, Wiljo Klein Wolterink

FOTO: PATRICIA HAMMER

APPE TEASER



Yvonne Dankfort, secretaris Tijdschriften van de Nederlandse Vereniging van Journalisten, in gesprek met Yolande de Best, hoofdredacteur van Ouders van Nu.



Drie Sdu-collega's: Linda Heesen, Joeri Coppejans, fondsredacteur, en Caroline Meulen, hoofd Bureauredactie Juridisch bij Sdu Uitgevers.



Joan Lommen, hoofdredacteur bij Sanoima Uitgevers, en collega hoofdredacteur Carla van Klaveren van Ook!

+ meer foto's in het fotoarchief op vakblad.eu

geeft Klein Wolterink aan dat de kwaliteit en de efficiëntie van de media zijn verbeterd, de kosten door de veranderingen omlaag zijn gegaan en er een grote focus op de inhoud is gekomen doordat de vorm van de bladen voorspelbaarder is geworden.

Grote impact

Patrick Swart, senior consultant en partner bij GEA, kwam de bezoekers van deze themabijeenkomst uitleggen hoe kan worden omgegaan met redactionele innovatieprocessen in organisaties. "Denk niet dat je dit zomaar even doet, houd rekening met een implementatieperiode van een halfjaar tot een jaar", waarschuwde hij de zaal. Swart wees erop dat de impact van de veranderingen groot kan zijn. Niet iedereen is in staat om snel anders te gaan werken en ook bestaat er vaak veel tegenzin om bestaande werkwijzen los te laten. Swart pleit er daarom voor dat bedrijven die hun redactionele processen willen optimaliseren, de veranderingen goed borgen in de organisatie. "Het bestaande en het nieuwe proces moeten worden uitgetekend, zodat iedereen goed kan begrijpen wat er aan de hand is. Maak een business- en een projectplan en bespreek die. Laat discussie ontstaan in de organisatie, maar wek geen valse verwachtingen. Het is belangrijk dat iedereen zich ervan bewust wordt dat er één route door iedereen moet worden gevolgd." Swart hamerde erop dat er veel gecommuniceerd moet worden over de te nemen stappen in de veranderingsprocessen om alles zo vlot en soepel mogelijk te laten verlopen. "Maar accepteer dat veranderingen gepaard gaan met frustraties totdat alles werkt."

Multimediaal platform

De laatste spreker van de dag was Alex Beishuizen, hoofdredacteur van Computable, een uitgave van

VNU Media die dit jaar de LOF Prijs voor Vakinformatie won. Samen met adjunct-hoofdredacteur Johannes van Bentum heeft Beishuizen het traditionele weekblad Computable omgevormd tot een multimediaal platform. "Computable is een online-titel die ook andere verschijningsvormen kent, zoals een blad. Alles wat wij uitbrengen, verschijnt eerst op internet. Print is een bijproduct." Beishuizen en zijn team hebben de veranderingen redactioneel ingezet. "Een nieuwsbericht staat nooit op zichzelf. Wanneer een redacteur daarmee bezig is, moet hij al weten welke follow-up er zal komen." Het eigen nieuws en de productie per redacteur zijn daardoor aanzienlijk gegroeid volgens de hoofdredacteur. Naast de eigen redactie heeft Computable ook 'experts' aangetrokken: lezers die de kans krijgen om over hun specifieke vakgebied nieuws te brengen op de site van Computable. Na deze omslag in de nieuwsvoorziening is Computable ervoor gaan zorgen dat alle artikelen in één cms worden verwerkt. Dat systeem is voor alle medewerkers vanuit meerdere locaties toegankelijk. Het cms is al enkele jaren oud, maar is doorontwikkeld zodat de redactie er nu optimaal mee kan werken. Volgens Beishuizen staat zijn internetvakmedium met bijproducten nu als een huis. "We werken efficiënt en tegen lage kosten. Er is sprake van veel meer content dan in het verleden, het aantal bezoekers en pageviews blijft stijgen en al het werkresultaat is door de plaatsing op internet meetbaar."

De themabijeenkomst werd afgesloten met een paneldiscussie, waarin vooral veel vragen werden gesteld naar aanleiding van de ervaringen van Alex Beishuizen. Na afloop van deze informatieve middag was er een gezellige borrel. ■