

BONMAVENTURA



samen denken op papier

U aangeboden door B.V. Uitgeversmaatschappij Bonaventura

H. ten Brink, Algemeen directeur

drs. N. W. A. de Gier, Directeur



Spuistraat 110-112, Amsterdam
Postbus 152
Telefoon 020-2449 50
Telegramadres: 'Elsweek'
Telex (44+) 15301
Bankiers:
Amsterdam-Rotterdam Bank
Hollandsche Bank-Unie N.V.
Pierson, Heldring & Pierson
Handelsregister 63597

inleiding

Heel erg officieel zijn we de B.V. Uitgeversmaatschappij Bonaventura in Amsterdam, deel uitmakend van de Groep Nederlandstalige publieksbladen, die op haar beurt weer onderdeel is van de Hoofdgroep Bladen (B.V. Elsblad) van moederbedrijf N.V. Uitgeversmaatschappij Elsevier. Maar veel meer zijn we bekend als uitgeefster van bladen als onder andere Elseviers Magazine, Elseviers Weekblad, Financieel-economisch Magazine FEM, Elegance, Woongaard, Elseviers Select en Elseviers Weekblad Special. Ieder voor zich tijdschriften die hun lezerspubliek vinden in wat zo mooi heet gekwalificeerde delen van de Nederlandse bevolking.

Zoals een grote rivier alleen groot kan zijn door het samengaan van ontelbare kleine watertjes, zo ontstaat een tijdschrift uit een bundeling van soms kleine, maar altijd onmisbare activiteiten.

Anders echter dan bij het ontstaan van grote rivieren, kan er bij het vervaardigen van een modern tijdschrift niets aan het toeval overgelaten worden. Het verschijnen van een tijdschrift vereist zo'n precies aaneensluiten van bezigheden van tal van mensen op een reeks verschillende plaatsen, dat schema's en regels onmisbare kanaliserende dijken moeten vormen.

Wat er redactioneel, technisch en commercieel allemaal komt kijken voor u als lezer uw tijdschrift in handen kan houden, laat zich het best vertellen aan de hand van het verhaal hoe een willekeurige aflevering van een van onze produkten tot stand komt. We kozen daarvoor Elseviers Magazine maar hetzelfde verhaal zou kunnen gelden voor elk der overige uitgaven.

woensdag

Woensdag is de beste dag om het verhaal van een week Elseviers Magazine mee te beginnen. In de immense hallen van de grafische industrie Van Boekhoven-Bosch in Utrecht is de produktie van het magazine van deze week dan op z'n hoogtepunt. In de loop van de ochtend rijden de eerste vrachtauto's uit om exemplaren naar de losse verkooppunten te brengen. Woensdagmiddag start het banderen van de eerste nummers voor de abonnees.

De zwart-wit pagina's worden in Utrecht gedrukt en daar op de brocheerlijn samengevoegd met de kleurenpagina's die enkele dagen eerder zijn gedrukt bij het grafisch bedrijf Boom-Ruygrok in Haarlem. Vormloos drukwerk groeit op de brocheerlijn katern na katern tot een geniet en gesneden tijdschrift.

Voor de redactie betekent de woensdag de eerste dag van een nieuwe week. Gistermiddag zijn op de redactievergadering de nieuwe onderwerpen besproken en vervolgens zijn de taken verdeeld. Vandaag worden de eerste afspraken gemaakt en begint men met het doorlezen van de aangevraagde documentatie.

Geen onderwerp zo excentriek of de afdeling documentatie

van Bonaventura kan er informatie over verschaffen. Wekelijks lezen de mensen van Documentatie meer dan 150 titels van dag- en weekbladen uit binnen- en buitenland. Daarnaast komt er dan nog een zee aan informatiebulletins binnen, evenals jaarverslagen, kamerstukken, persoverzichten van ministeries en noem maar op. Alles wordt gelezen, geknipt en gerubriceerd. Dagelijks worden 500 nieuwe knipsels bijgezet bij de ontelbare aantallen die al een plaatsje hebben op de bijna 800 meter strekkende planklengte vol informatie. Nooit zal er ook maar iets van worden weggegooid, want, weten de documentalisten, 'journalisten worden gelukkiger naarmate het materiaal ouder is dat we voor hen hebben'.

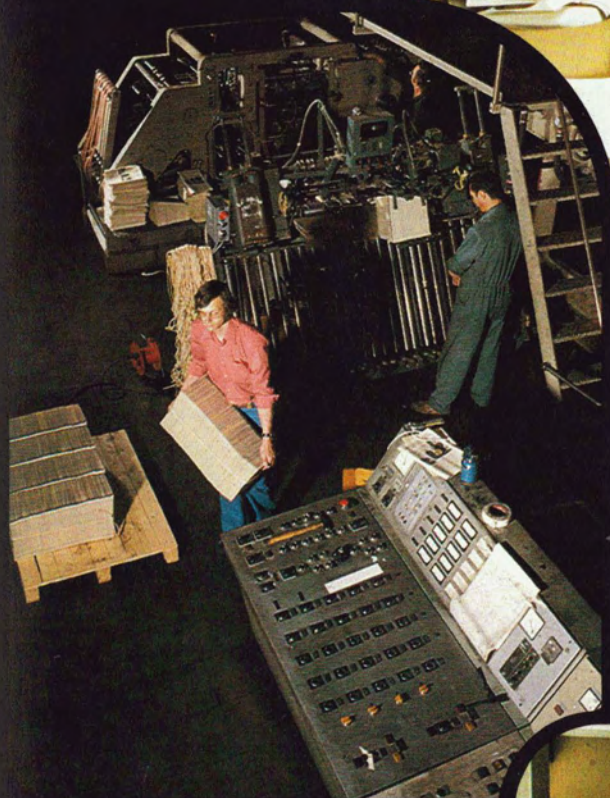
Bij de fotoredactie komen die

ochtend ook de eerste opdrachten binnen om, als ze tenminste niet door de eigen staffotografen worden gemaakt, foto's van bepaalde gebeurtenissen en personen te verzamelen zodat daar bij de definitieve vormgeving van het verhaal een keus uit kan worden gemaakt. Stad en land moeten vaak worden afgezocht om die foto of dia te vinden die het verhaal sprekend kan visualiseren. Woensdag gaat ook de eerste kopij naar de zetterij. Het betreft hier verhalen die wat minder aan de actualiteit zijn gebonden. Deze verhalen vormen in de totale journalistieke produktie maar een minderheid. Tachtig procent van de tekst gaat pas na het weekeinde naar de zetterij.

Binnen de muren van het moederbedrijf Elsevier aan de Jan van Galenstraat in Amsterdam wordt de woensdag gebruikt voor het afsluiten van alle mutaties die zich in de afgelopen week hebben voorgedaan in het abonnementenbestand van Elseviers Magazine zowel als van de overige Bonaventurabladen.

Abonnees erbij, eraf, verhuisd, op een vakantieadres: met z'n allen goed voor 130.000 wijzigingen per jaar. Met daarnaast nog eens 40.000 telefonische informaties over abonnementen en betalingen. Het is de wereld van cijfers, computertapes, adresbanden en girokaarten. De abonnementenafdeling is gevestigd in het hoofdgebouw van Elsevier, omdat gebruik wordt gemaakt van het rekencentrum dat daar draait voor alle dochterbedrijven.

*Documentatie. Dagelijks 500
nieuwe knipsels vol informatie.*



*Rotatiepers.
Woensdag dreunen de hallen bij
Van Boekhoven-Bosch.*

*Inpakken. Loodzware
pallets vol magazines klaar voor
transport.*



*Abonnementenafdeling.
Een wereld van computers en
girokaarten.*

donderdag

Tot vijf uur 's middags werkt in Utrecht de brocheerlijn op volle toeren. Alle tijdschriften die nu van de band komen moeten aan het eind van de dag bij de post zijn afgeleverd. De toelevering naar de PTT op het Centraal Station in Utrecht, gebeurt volgens een strak tijdschema dat is opgesteld aan de hand van de dienstregeling van de posttreinen. Woensdagmiddag zijn de eerste bundels magazines al op weg gegaan naar abonnees in Europa, België apart, en de afgelegen delen van Nederland. Vandaag worden alle overige postkantoren voorzien. Het is bij Bonaventura een ijzeren wet dat alle abonnees uiterlijk vrijdag hun blad ontvangen.

Deze donderdag is ook de dag waarop de losse verkoop-punten worden bevoorrad. Wekelijks is Elseviers Magazine op 3000 punten verkrijgbaar in de losse verkoop. Een landelijk werkende tijdschriften-super-grossier verzorgt de distributie ervan.

De adressering van de tijdschriften gebeurt met hulp van een door de Elsevier-computer gemaakt boek met alle namen en adressen. Als de tijdschriften in Utrecht de brocheerlijn hebben doorlopen, komen ze op de banderlijn terecht waar ze volautomatisch worden gewikkeld. Daarna wordt het etiket met naam en adres van de abonnee met zijn postale code uit het com-

puterboek gesneden en op de wikkel geplakt.

Gistermiddag is in overleg tussen de advertentieafdeling en de redactie inmiddels de omvang vastgesteld van het komende nummer. De redactie mag – op jaarbasis gemeten – wekelijks 63 pagina's vullen. De dikte van het nummer is dus afhankelijk van het aantal advertenties dat voor die week is verkocht. Omdat het zwart-witgedeelte van het blad om druktechnische redenen altijd een veelvoud van 8 pagina's moet zijn, worden deze 63 redactionele pagina's de ene week wel eens iets meer en de volgende week misschien iets minder.

Advertenties. Wie Elseviers

Magazine in de hand houdt, zal kunnen vermoeden hoeveel werk er komt kijken op de advertentieafdeling. Het al eerder genoemde gekwalificeerde lezersbestand van het magazine maakt het, net als de overige Bonaventura-bladen, tot een der meest favoriete bladen in ons land om in te adverteren.

Het plaatsen van een advertentie kost veel tijd en arbeid. Meestal komen er al een half jaar of eerder reserveringen binnen voor plaatsruimte. De op het Amsterdamse Singel gevestigde advertentieafdeling boekt deze reserveringen op kaarten waarna een schriftelijke bevestiging wordt gestuurd naar het reclamebureau dat in opdracht van de adverteerder de zaken regelt tot aan de deur van Bonaventura.

Na deze reservering en bevestiging is het dan wachten tot het voor de advertentie benodigde materiaal door het reclamebureau wordt opgestuurd. Tien dagen voor het uitkomen van een nummer sluit

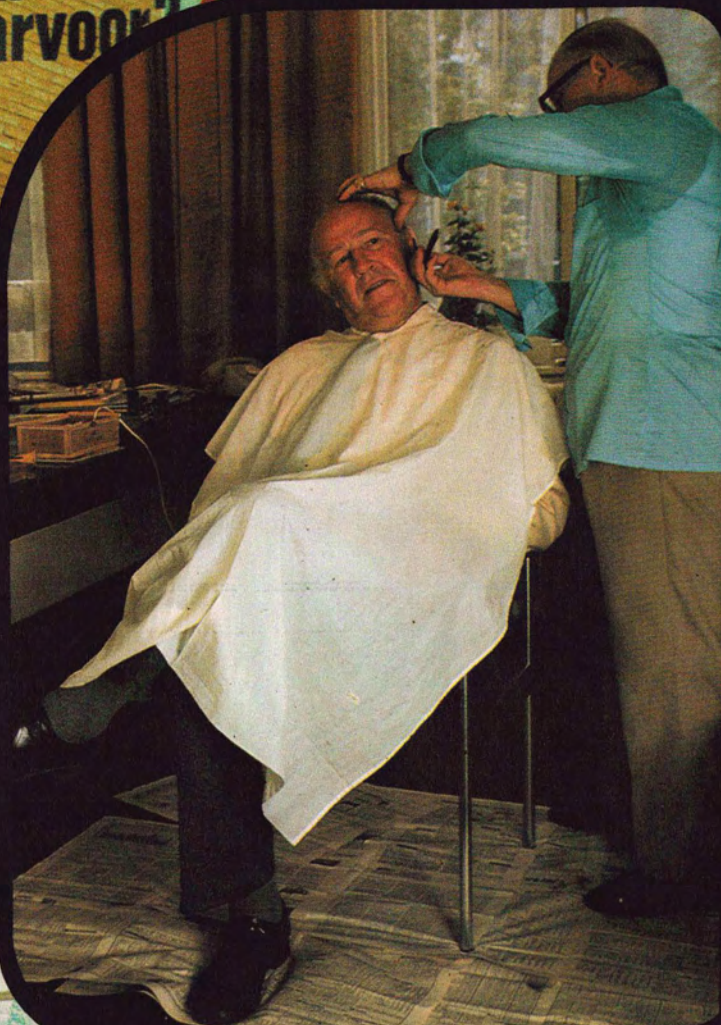
de termijn waarbinnen ruimte gereserveerd kan worden. Tot de maandagochtend voor verschijning kan materiaal zoals werktekeningen en litho's, op het Singel binnenkomen.

Deze bovenstaande procedure geldt dan nog uitsluitend voor de zwart-wit advertenties. De zogeheten full-color advertenties zijn nog vele malen arbeidsintensiever. Maar liefst vijf weken voor het nummer verschijnt moet voor een full-color advertentie het materiaal al aanwezig zijn voor de technische verwerking. Om een optimale kwaliteit te kunnen garanderen rekent men voor deze advertenties een voorbereidingstijd gelijk aan 'maken en desnoods driemaal overmaken'.

*Losse verkoop.
Op 3000 adressen in het
land wekelijks
verkrijgbaar.*



*Altijd haast.
Advertentie-baas Zijp
ontvangt de kapper op z'n
kamer.*



*De wikkel erom. Ondanks
zoveel techniek blijven
mensenhanden onmisbaar.*



*De postrein. Vanuit Utrecht
in snelle vaart 's nachts naar de
bestemming.*

Vrijdag is de dag van de lezer, om wie het tenslotte allemaal draait. Afhankelijk van wijk of woonplaats ontvangt de abonnee 's ochtends of 's middags zijn Elseviers Magazine van de postbode. Arme postbode die in zijn wijk veel abonnees op dit opinieblad heeft wonen. Op advertentionele hoogtijdagen weegt het blad soms wel meer dan vier ons. En daarbij komt dan nog het aan het abonnement gekoppelde Elseviers Weekblad, ook goed voor een ferm gewicht.

Vandaag draait de redactie op volle kracht. Om tien uur 's ochtends vergaderen de hoofdredacties samen met de chefs van de rubrieken over de voortgang van de journalistieke produktie. De agenda wordt doorgenomen, gemaakte afspraken worden in het draaiboek genoteerd. Er wordt bijgestuurd op die punten die dreigen te mislukken of die zijn 'weggelopen', wat wil zeggen dat andere publiciteitsmedia het onderwerp inmiddels tot op het bot hebben afgekloven. Tevens vindt er een uiterst zorgvuldige afweging plaats van de tekst op de voorpagina, een woord dat overigens nooit wordt gebruikt, pagina 1 heet: de cover.

De tijdloze kopij die woensdag en donderdag naar de zetters is gestuurd, is daar inmiddels gezet, van welk zetsel

vervolgens proeven zijn getrokken. Deze proeven gaan retour naar de redactie waar een tweede tekstcontrole plaatsvindt. De eerste tekstcorrectie is al op de zetters uitgevoerd.

Aan de hand van de proeven kan ook de tekstlengte exact worden uitgerekend. De volgende stap is dan dat de lay-out-afdeling opmaakschema's tekent voor de pagina's, waarbij tevens de koppen worden bedacht en het illustratie-materiaal wordt geselecteerd.

Vervolgens gaat men op de zetters aan de hand van deze schema's de pagina's opmaken. Van deze pagina's gaan afdrukken naar de redactie voor eindcontrole en na-correctie. Is eenmaal door de redactie het fiat gegeven, dan wordt van zo'n pagina

nog een extra afdruk gemaakt voor de zogenaamde plakproef. Daarnaast worden van de pagina's 'ozalars' gemaakt, plastic vellen die door de lithografische afdeling met de illustraties, die apart zijn doorgegeven, tot montagevellen voor de drukkerij worden samengesteld.

De plakproef, waarvan hierboven sprake was, en die bestaat uit het totale aantal afdrukken van de opgemaakte pagina's (die samen een katern vormen) wordt door de opmaakredactie gecombineerd met de lichtdrukken van de illustraties. Op deze manier kan de produktieafdeling die bij de drukpers op de totale produktie toeziet, nagaan of de juiste illustraties op de juiste plaatsen zijn gekomen.

In heel erg drukke weken, als de zwart-wit omvang van Elseviers Magazine tot boven de 144 pagina's stijgt, moet er op vrijdag al een katern worden gedrukt. Is de omvang geringer, dan begint de pers bij Van Boekhoven-Bosch pas maandag-avond te draaien.

Zoals op alle andere dagen is de studio deze vrijdag actief met het ontwerpen van het uiterlijk van de niet aan directe actualiteit gebonden uitgaven van Bonaventura. De redacties leveren de kopij en de illustraties waarna de grafische ontwerpers van de studio deze journalistieke nijverheid met hulp van een creatieve geest, schetsen, tekenen, knippen en plakken omvormen tot een eigen gezicht voor iedere titel.

Wereldnieuws.
Zoemend stroomt
nieuws vol lief
en leed naar de
redactie.



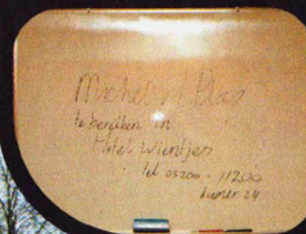
Het opmaken. Tekst en
foto's worden tot
pagina's gecomponeerd.



Ontwerpen. De vormgeving
van de bladen krijgt gestalte in de
studio.



Mededelingenbord.
Michel van der Plas zit een
dag in Zwolle op reportage.



Plastic vellen.
Lithografen plakken pagina's
tot montagevellen.



Vaardige handen.
Journalistieke vlijt wordt
in ponsbanden vertaald.



Postbode. Met een
vracht aan tijdschriften
langs de deuren.

weekeinde

Ook bij Bonaventura en Elseviers Magazine betekent het weekeinde twee vrije dagen. Uitgezonderd echter voor een aantal journalisten dat een interview moet maken of deze dagen gebruikt voor het schrijven van een verhaal dat maandagochtend ingeleverd moet worden. De inspirerende rust die uitgaat van een redactieruimte op zondagochtend, weten velen te waarderen en te gebruiken.

Voor het weekeinde is ingegaan, is de 'rampen-commissie' geformeerd, wat een heel zwaar woord is voor een groep mensen die paraat is om eventuele plotselinge actualiteit te kunnen verwerken. Een lid van de hoofdredactie, een fotoredacteur en iemand van de grafische studio blijven stand-by om, als het nodig is, een geheel nieuwe cover te kunnen maken.

Door het bijzetten van alle voorhanden zijnde technische zeilen is het mogelijk om nog tot maandagmiddag 12 uur een heel nieuwe kleuren-voorplaat af te geven.

De normale gang van zaken is echter dat de keuze van de cover enige dagen tevoren wordt besproken, maar dat de cover zelf eerst op de vrijdag voor de verschijningsweek naar het technisch bedrijf wordt doorgezonden.

De ontwerpen worden gemaakt door de studio, waar het grafische gezicht van de Bonaventura-bladen wordt bedacht en gemaakt.

Voor alle redacteurs betekenen de zaterdag en zondag twee dagen van op-letten. Elseviers Magazine is 'een blad waarin achtergrondinformatie wordt gegeven over politieke onderwerpen die in de belangstelling staan' (hoofdredacteur dr. Ferry Hoogendijk), wat betekent dat de redactie voortdurend waakzaam dient te blijven op zaken die zich aandienen om in het komend nummer uitgediept te worden. Maar voor het overige hopen alle commerciële, technische en redactionele medewerkers op twee dagen vol mooi weer.

Het weekeinde kan ook dienen voor een melan-

cholieke mijmering over al datgene dat sinds kort nog maar in het kranten- en tijdschriftenbedrijf is veranderd op het gebied van de technische vervaardiging.

Herinneringen komen boven aan lawaaiige zetterijen waar iedereen in de ban was van het lood. Generaties grafici en ook journalisten hebben een drukkerij nooit anders gekend dan bezwangerd met de lucht en geur van het lood dat werd gebruikt om de tekst uit te zetten.

Lange staven blinkend lood zakten weg in de smeltpotten van ingenieuze zetmachines om er als regels tekst nog nagloeïend weer uit te komen.

Achter de zetmachines de mannen die in melodieuze ritme hun vingers over het immense toetsenbord lieten gaan of de zetmachines die hun 'voedsel' kregen toegediend via lange ponsbanden. En al die anderen in dat immer nerveuze wereldje van het lood: de koppenzetters, opmakers, prägers, gieters, smelters.

Ze zijn er niet meer. De grote bedrijven hebben het lood

aan de kant gedaan en zijn overgegaan op het proces van het fotografisch zetten. In vergelijking tot het lood een wat koele, technische en onromantische bezigheid, beheerst door computers, elektronische tikmachines met beeldschermen en steriele plakkamers. Waar eens zetmachines dreunden, lood-dampen de lucht vervuilden en waar tientallen mannen 'de krant' maakten, wordt nu de stilte enkel verstoord door de klimaatbeheersers die de temperatuur en vochtigheid op een constant niveau houdt in een ruimte waarin nog maar een enkeling zijn brood verdient.



*Vergaderen. Op ieder niveau, tijdens
ieder moment van de week, wordt er altijd
wel ergens gedacht en gepraat.
Tijdschriften maken kan niet zonder.*

maandag

Vandaag loopt de thermometer van de activiteiten hoog op. Om tien uur 's ochtends wordt er weer een redactievergadering gehouden waarop de laatste stand van zaken wordt besproken.

Aanwezig is dan ook tekenaar Eppo Doeve. Hij maakt de politieke prent die wekelijks te vinden is op de gele pagina's in het hart van het magazine. Ideeën voor de prent worden geopperd, besproken, verworpen, aangenomen. Doeve schetst snel een idee, de redactie vult wat details aan, bedenkt een paar subtiële grapjes. Daarna gaat Eppo Doeve aan de slag. Een leven vol ervaring samen met een geniale artistiekeit zorgen voor een prent waar wekelijks door de lezers naar wordt uitgekeken.

Op deze eerste dag van de week stroomt de kopij naar de zetters. Tientallen vellen tekst worden gezet waarna dezelfde weg wordt bewandeld die al eerder is beschreven.

Tussen de middag komt met een speciale zending op Schiphol alle kopij aan van het Amerikaanse opinieblad Newsweek, waarvan de miljoenenoplage op dat mo-

ment nog van de persen rolt in de Verenigde Staten. Elseviers Magazine heeft een exclusief contract met Newsweek, wat het blad in staat stelt gebruik te maken van het tot in de verste uithoeken van de wereld verspreide correspondentennet.

Een soortgelijk contract heeft Elseviers Magazine met het Duitse opinieblad Der Spiegel en het dagblad The Financial Times

Voor de advertentieafdeling is deze dag de laatste waarop materiaal voor advertenties kan worden ingeleverd. De technische verwerking van advertenties is grotendeels gelijk aan die van de journalistieke pagina's.

Aan het eind van de middag start bij Boom-Ruygrok in Haarlem de pers voor het fabriceren van de laatste kleurenpagina's, waaronder de cover. De overige kleurenpagina's zijn vrijdag al van de

pers gerold. Al het drukwerk uit Haarlem wordt vervolgens naar Utrecht gebracht om daar te worden samengevoegd met de zwart-wit pagina's.

Het drukken in Utrecht begint maandag omstreeks zeven uur 's avonds. Het betreft hier een katern van maximaal 48 pagina's. De productiecapaciteit op dinsdagavond bedraagt maximaal 2×48 pagina's. Is het magazine dikker dan deze 96 pagina's – en dat is het vrijwel het hele jaar – dan wordt het overige deel maandag gedrukt. Is de omvang nog meer dan 144 pagina's zwart-wit, dan wordt ook vrijdag gedrukt.

De offset-pers in Utrecht produceert vellen van telkens acht pagina's magazine-formaat. Deze vellen worden gevouwen tot een katern waarna ze worden opgestapeld bij de brocheerlijn in afwachting van de kleurenpagina's en de katerns die morgenavond nog worden gedrukt.

Bij alle fasen van de

technische vervaardiging van de uitgaven van Bonaventura komt de produktie-afdeling in beeld. Hier zitten de grafische experts die de produktie van de bladen begeleiden. Een begeleiding die zich uitstrekt van het meepraten over de uitvoering van mogelijke nieuwe projecten en het bestellen van het benodigde papier tot en met de laatste afrekening met de drukker en alle andere zaken die daartussen mis kunnen dreigen te gaan. Zo controleert de produktie-afdeling alle proefvellen van kleurendrukken – of dat nu advertenties zijn of redactionele pagina's – vele malen nauwkeurig voordat het 'sein veilig' wordt gegeven.



Eppo Doeve.
Wekelijks een prent
vol politieke
stekeligheden.

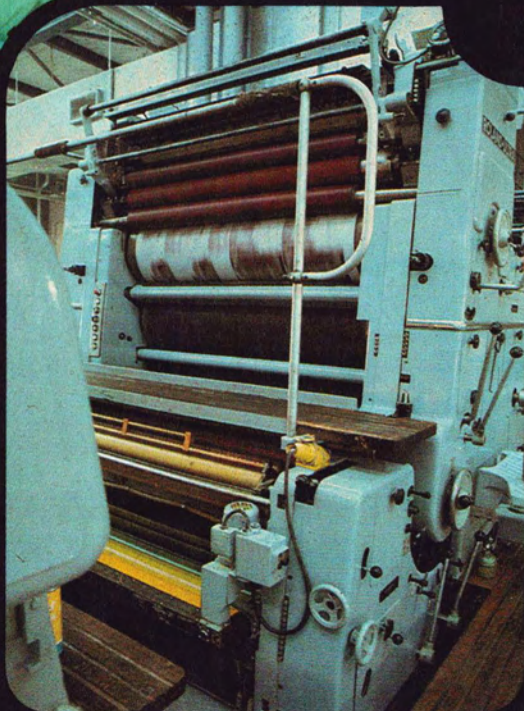
Plakproef. Vol correcties
en met nog nèt wat
betere woorden en
zinnen.



Snijmachine. Dikke
pakken kleurendruk
worden op maat
gebracht.



Productie. Kleurenproeven
worden tot in de perfectie
gecontroleerd.



Kleurenpers. Na het
drukken in Haarlem snel
over naar Utrecht.



Postkamer. Zakken vol post,
erin en eruit en toch altijd op het
goede bureau.

dinsdag

Nu draait het hele bedrijf op volle toeren. Dinsdag is de dag waarop het magazine van de lopende week wordt afgesloten en waarop het magazine van de volgende week al weer wordt gepland.

Om tien uur is er weer een redactievergadering. Dan wordt het blad definitief ingedeeld, ook de gele pagina's. Deze pagina's springen er wat betreft hun kleur uit om het speciale karakter extra te benadrukken.

Op deze pagina's geeft de redactie van Elseviers Magazine namelijk haar commentaar op de actuele politieke gebeurtenissen, neemt men duidelijk stelling.

Op dinsdag regeert de klok iedereen die betrokken is bij welk deel van het produkt dan ook. Maar daarnaast is er het nieuws, de actualiteit. En nieuws houdt zich niet aan regels, schema's, nieuws kent geen klok. Klok en actualiteit bepalen de hartslag van het bedrijf. Soms sluimerend, maar op dinsdag altijd fel kloppend, pulserende dynamiek.

Bij echte grote actualiteit kan bijna alles. Bij het magazine

denkt men dan terug aan verkiezingen, die hoewel altijd op woensdag gehouden, toch nog becommentarieerd kunnen worden in het merendeel van de oplage.

Om drie uur 's middags heeft de redactie al weer heel andere dingen aan het hoofd.

Behoudens het al eerder genoemde uitbarsten van nieuws, is het nummer van deze week dan afgesloten. Om drie uur praat men over het nummer van de komende week.

Al eerder hebben de chefs van de rubrieken – zoals bijvoorbeeld: Nederland, Modern leven, Buitenland, Reportage, Mensen, Dingen, Selecties en Cultuur – met hun mensen onderwerpen besproken en op een lijst gezet. Deze lijsten gaan naar de hoofdredactie die de onderwerpen in de plenaire redactievergadering aan de orde stelt.

De vergadering van dinsdagmiddag kenmerkt zich door een ontspannen sfeer. Het is duidelijk een goed ingespeeld team van goede verstanders die aan het spreekwoordelijke halve woord genoeg hebben.

De vergadering wordt met speels gemak geleid, maar blijft zakelijk, ontaardt niet in een spraakverwarring. De lijsten worden doorgelopen en af en toe ontstaat een pittige discussie over het al dan niet moeten aanpakken van een aangedragen onderwerp. 'Ja, natuurlijk mag je een paar dagen langer in Perzië blijven als je een interview met de Sjah kan krijgen'.

De chef van de 'workshop', de stationschef van de krant, houdt nauwkeurig aantekeningen bij van wat wordt besproken en regelt vervolgens de verdeling van het werk. Later in de week zorgt hij ook voor controle op het tijdig inleveren van de verhalen.

Ook de cover wordt op deze vergadering besproken. Actuele covers verdringen

de tijdloze onderwerpen. Net als met de hele inhoud van het magazine wordt een evenwichtige verdeling nagestreefd met de covers. Niet twee keer achter elkaar een staatshoofd, niet twee maal een economisch onderwerp en ga zo maar door.

In Utrecht gaat 's avonds om negen en elf uur telkens een katern van 48 pagina's op de pers. De hele nacht draaien de persen om de volgende ochtend om zeven uur een voldoende deel van de oplage van 130.000 exemplaren voorradig te hebben als de brocheerlijn gaat lopen.

Het klokje is rond. Weer is er een aflevering van Elseviers Magazine geboren. Het laatste werk is nu voor de postbode en het landelijk distributie-apparaat dat de losse verkoop bedient.



*Rond de tafel. Dinsdagmiddag,
het nieuwe blad wordt
besproken. Voor de redactie
is een nieuwe week begonnen.*



*Hoofdredacteur.
Dr. F. A. Hoogendijk:
Politiek in het midden*

epiloog



Marketing. Een blad maken is een, het verkopen ervan een tweede. En veel denken over nieuwe projecten.



*De eerste stem.
'Goedemorgen, u spreekt met Bonaventura-Elsevier'.*



Koffie. Altijd aanwezig omdat we niet zonder kunnen!

We hebben nu een week Elseviers Magazine gevolgd om op deze manier een indruk te krijgen hoe het bedrijf Bonaventura is samengesteld en hoe het werkt. Maar nog lang niet iedereen is genoemd die haar of zijn krachten wijdt aan het uitgeversbedrijf.

Er zijn tussen de receptionistes en de bemanning van de postkamers nog tal van medewerkers. Er zijn marketing-deskundigen, uitgevers, er is een secretariaat, een Dienst Oplage-exploitatie, natuurlijk, haast vergeten een directie en zeker niet te vergeten, er is een keuken met altijd koffie, een steun zonder welke ook deze uitgave niet zou zijn ontstaan.

Met excuses aan hen die we nu toch nog zijn vergeten.

signalement van de bladen



'We willen een stuk gereedschap voor managers van ondernemingen zijn' luidt de 'geloofsbelijdenis' van het Financieel-economisch Magazine FEM



Het gereedschap dat FEM de ondernemers levert bestaat uit informatie over al die facetten die komen kijken bij het ondernemen: zijn in een door FEM vurig aangehangen economie van de ondernemingswijze produktie. 'En dat echt niet gevoelsmatig, maar rationeel, op grond van de overtuiging dat dit stelsel maatschappelijk het meest doelmatig is, het meest gericht op het optimaal welzijn en een optimale welvaart voor een zo groot mogelijk aantal mensen' is de mening van hoofdredacteur Jules J. van Raalte. FEM komt een maal per twee weken uit. Wekelijks geeft men echter FEM-Trends uit, met daarin gespecialiseerde informatie over de beurs, het geldwezen en nieuws uit de ondernemingen.

Het veertiendaagse magazine wordt gevuld met branche-beschrijvingen, kritische verhalen over ondernemen en ondernemers (Van Raalte: 'FEM is een blad dat achter het management staat, maar dat betekent niet automatisch achter ieder management'), persoonsverhalen waarbij zeer diepgaand wordt ingegaan op de materie – vijf tot zes interviews is hierbij eerder regel dan uitzondering – en zogenoemde case histories, waarin voorbeelden worden aangehaald van kleine ondernemingen die door goed beleid snel zijn geëxpandeerd.

Daarnaast levert FEM veel verhalen over sociaal- en sociaal-economisch beleid, verkent men de economie van bepaalde landen of werelddelen en biedt het



de lezer veel statistische overzichten van de economie in Nederland en de voor ons belangrijke landen.

FEM wordt op zeer mooi papier gedrukt bij Henkes-Senefelder in Purmerend en vindt z'n lezers in wat omschreven wordt het hoogste echelon in het bedrijfsleven.

Van Raalte: 'Al onze verhalen moeten exclusief zijn. We kunnen het ons niet permitteren verhalen uit andere bladen te kopen. Die bladen worden namelijk toch ook



al gelezen door de abonnees van FEM'.

Twee maal per jaar organiseert FEM voor de lezers een seminar over wisselend een financieel en een management-onderwerp. De grote deelname hieraan illustreert volgens Van Raalte de betrokkenheid van de lezers met hun blad.



elegance

Naast alle duidelijk op de man gerichte uitgaven van Bonaventura staat Elegance, waarvan de redactie zegt dat de inhoud van het blad is afgestemd op de enigszins erudiete vrouw van elke leeftijd, die zich op welk moment ook wenst te ontspannen met lezen en kijken.

Een ander uitgangspunt van de redactie is: 'Elegance ziet er van de eerste tot de laatste pagina mooi en aangenaam uit'.

Elegance wordt gedrukt bij het grafisch bedrijf Boom-Ruygrok in Haarlem wat een niet te betwisten kwaliteit garandeert van de vele kleurenpagina's die het blad maandelijks bevat.

Een op de smaak van de vrouw gericht blad besteedt natuurlijk een deel van de aandacht aan het zo veel omvattende onderwerp mode. Toch mag Elegance beslist geen modeblad worden genoemd, daarvoor is het totaal aan onderwerpen en de veelzijdigheid daarvan veel te groot.

Toegespitst op de vrouwelijke interesse schrijft Elegance over

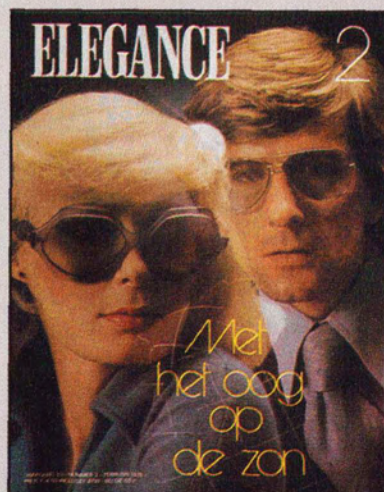
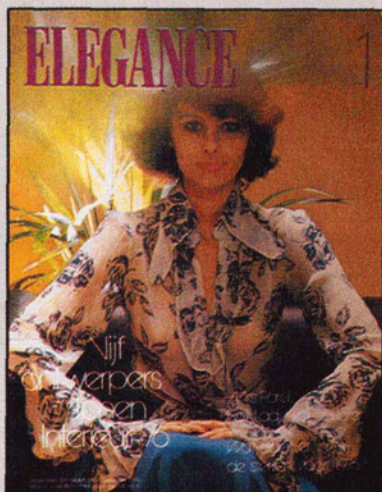
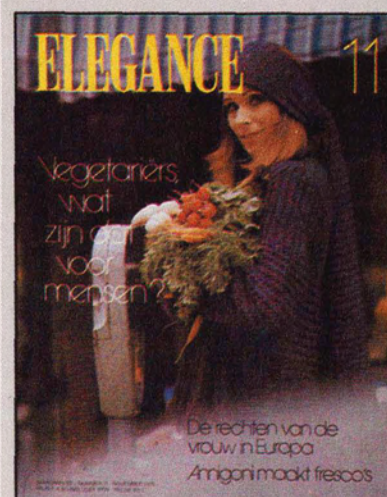
reizen naar exotische delen van onze wereld, besteedt het aandacht aan woninginrichting, kunst, antiek, brengt het informatie over lekker eten en drinken en vertelt het de lezers waar ze fijn uit kunnen gaan.

Daarnaast biedt Elegance ruimte aan deskundigen om over actuele onderwerpen te schrijven. 'Geen loodzware probleemdificussies, maar prettige en leesbare verslagen van ontspannen gesprekken' is het richtsnoer dat de redactie in deze zaken hanteert.

Maandelijks bevat Elegance een oorspronkelijk en vol kwaliteit geschreven kort verhaal naast de vanzelfsprekend aanwezige rubrieken als de horoscoop en puzzelen. Twee zaken die niet gemist mogen worden gezien de



stapels post die binnenkomen als reacties op juist die puzzels. Het alles omvattende uitgangspunt van Elegance is samen te vatten in de volgende definitie die de redactie graag aan haar werk geeft: 'Elegance staat voor leeftijdloos, tijdloos en probleemloos genoeg, waarbij aan de schoonheid waarin al dit genoeg wordt verpakt, steeds de allerhoogste eisen worden gesteld.'

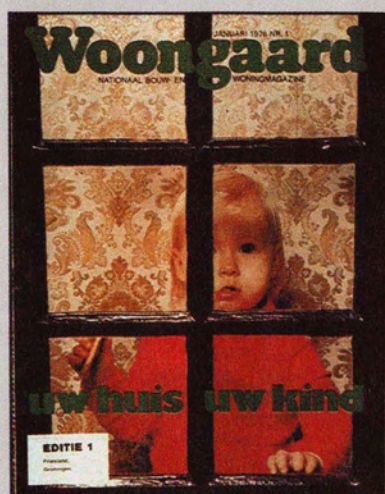


Woongaard

Met de slogan: 'Het huis dat u zoekt staat in Woongaard' adverteert deze jongste uitgave van Bonaventura. En inderdaad moet het al gek gaan wil iemand die een huis zoekt niet slagen met de keuze die Woongaard biedt.

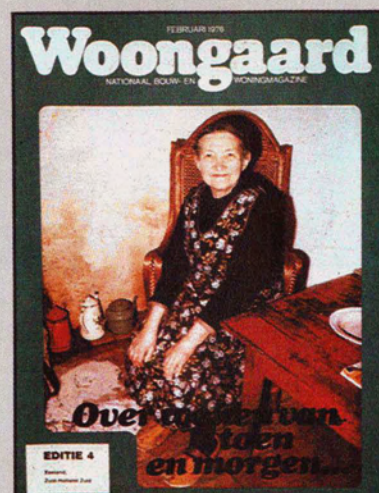
Verdeeld over maar liefst negen edities biedt Woongaard een totaal overzicht van alle woningen die ter verkoop worden aangeboden door de bij het Makelaars Computer Centrum (MCC) aangesloten makelaars van de Nederlandse Bond Van Makelaars in onroerende goederen NBM.

Wordt er via een van de ruim 600 bij het MCC aangesloten makelaars waar dan ook in ons land een huis aangeboden, dan wordt dit nog dezelfde dag doorgegeven aan het computercentrum in het NBM-Bonds-bureau in Bilthoven. Als een woning is verkocht wordt dezelfde procedure gevolgd waarna het huis uit het computerbestand verdwijnt.



Vlak voor het uitkomen van een nieuwe uitgave van het maandblad Woongaard wordt het hele bestand van de huizencomputer 'geleegd'. Geheel geautomatiseerd verloopt dan het verdelen van de geregistreerde woningen naar plaats en naar regionale uitgave van Woongaard. Verdeeld naar geografisch gebied worden de plaatsnamen alfabetisch afgedrukt met de aangeboden woningen per plaats oplopend in vraagprijs. Veel aanbiedingen worden bovendien dan nog voorzien van een foto zodat de lezer een optimale informatie krijgt over de aanbieding.

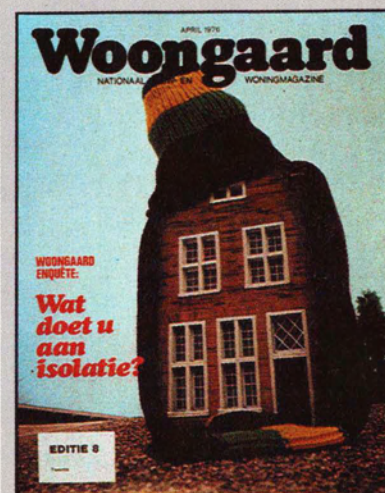
Van Woongaard verschijnen maandelijks acht regionale edities met daarin het woningaanbod van die streek van Nederland. De verspreiding van deze exemplaren



geschiedt hoofdzakelijk door de makelaars die zijn aangesloten bij het MCC.

In de losse verkoop in kiosken en tijdschriftenzaken wordt de 'landelijke' Woongaard aangeboden, een speciale uitgave met het gebundelde woningaanbod van de regionale edities.

Met deze uitgave heeft de geïnteresseerde het complete woningaanbod van de MCC-makelaars in het hele land in handen, afhankelijk van het



aanbod meestal toch meer dan tienduizend huizen. De exploitatie van Woongaard is een zaak van Bonaventura evenals het vullen van het in alle edities gelijke redactionele gedeelte.

Vanzelfsprekend is de redactionele inhoud toegespitst op de vele en ingewikkelde zaken die om de hoek komen kijken bij het kopen van een woning. Maar niet iedere pagina handelt over hypotheek, koopaktes, clausules, belastingvoordelen, notariële zaken en rechtskundige adviezen. Woongaard bevat ook leesverhalen waarbij wonen, leven en huizen telkens een rol spelen.

Maar wat heeft er nu eigenlijk niet met wonen, leven en huizen te maken?



elseviers magazine

Elseviers Magazine is het grootste opinieblad van Nederland. Wie zijn de lezers van Elseviers Magazine? Hoofdredacteur dr. F. A. Hoogendijk: 'In het algemeen gesproken kan je zeggen dat het mensen zijn die zijn geïnteresseerd in de gebeurtenissen die zich onder de politieke, sociale en economische huid afspelen. Mensen die onvoldoende informatie vinden in een dagblad, die een blad zoeken dat hun een bepaalde richting aangeeft'.

'Wij geven achtergrondinformatie over onderwerpen die in de belangstelling staan. Wij willen de lezers aan het eind van de week informeren wat er zich allemaal afgespeeld heeft. We maken de mensen wegwijs in de wirwar van politieke, sociale en economische problemen.

Je kunt zeggen dat we een gidsfunctie vervullen'.

Hoe word je het grootste opinieblad in het land?

Hoogendijk: 'Je wilt een kwaliteitsprodukt maken. Dus trek je de beste journalisten aan die er in het land voorhanden zijn, mensen die bij dagbladen hebben gewerkt en al een grote ervaring hebben. Omdat je deze



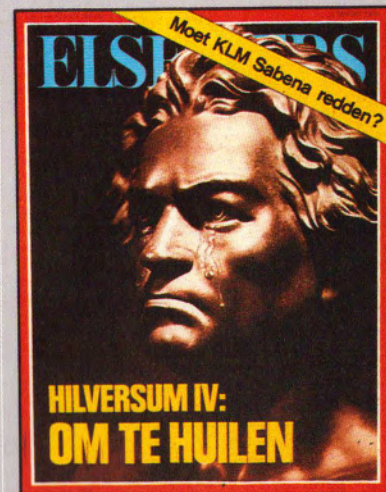
mensen veel langer aan een onderwerp kan laten werken dan bij een dagblad, kun je ook zorgen voor een betere kwaliteit'.

In dit verband mag speciaal de naam worden genoemd van Michel van der Plas, behalve de geestelijk vader van inmiddels onsterfelijke cabareteksten, ook de man die op tal van plaatsen in de wereld het leven en doen van de gewone man heeft vastgelegd in dagboeken. En bij de vaste columnisten van Elseviers Magazine kan ook niet om Jan Brusse worden heen-gegaan, Frankrijk-kenner zoals vermoedelijk geen Fransman-van-geboorte. Hoofdredacteur Hoogendijk vertelt dat er door de journalisten van Elseviers Magazine erg veel wordt gereisd om zelf aanwezig



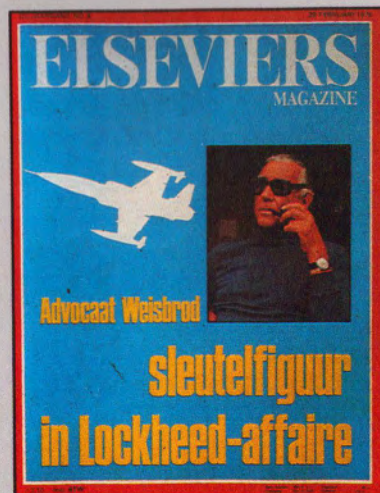
te zijn op, die plaatsen in de wereld waar het grote nieuws zich afspeelt. 'Als er iets belangrijks gebeurt in de wereld, gaan we er zelf heen. Aan z'n prestige is Elseviers Magazine wel verplicht om er zelf heen te gaan. En gelukkig kan het ook. We hebben een stevige financiële basis'.

Elseviers Magazine mag zich inderdaad in een voortdurende goede economische gezondheid verheugen. Terwijl de meeste opinieweekbladen in ons land klagen over de slechte tijden,



weet E.M., zoals de afkorting binnenshuis wordt gebruikt, jaarlijks zijn oplage en lezersbereik uit te breiden. Wekelijks rolt er een betaalde oplage van meer dan 130.000 exemplaren van de pers. Van dit aantal worden er ongeveer 4000 over de vaderlandse grens gelezen.

Over de politieke kleur van het blad zegt dr. Hoogendijk: 'In de witte pagina's proberen we zo objectief mogelijk te zijn. In de gele pagina's geven we commentaren. We staan politiek in het midden terwijl we, om tegengas te geven tegen al te extravagante linkse politieke stromingen, ons in onze commentaren rechts van het midden opstellen'.



elseviers weekblad

Op een en hetzelfde abonnement ontvangen de abonnees Elseviers Magazine en Elseviers Weekblad. Het bieden van twee weekbladen voor de prijs van een abonnement is een unieke constructie. Intern wordt vaak opgemerkt: 'Je krijgt twee opinies voor één geld'. Vast staat dat beide bladen elkaars complement zijn. Ze zijn te onderscheiden, maar niet te scheiden.

Evenals het Magazine is Elseviers Weekblad namelijk een opinieblad. Het Weekblad schrijft over sociaal-economische onderwerpen in de ruimste zin van het woord. Hoe ruim blijkt wel uit de sectorverdeling: werken, wonen en leven.

Rubrieken als financiën, economie, juridische aangelegenheden, milieu, gezondheidszorg, onderwijs, ruimtelijke ordening, huisvestingsbeleid, personeelsaangelegenheden, fiscale zaken, verkeer en toerisme zijn wekelijks in het Weekblad te vinden.



De redactie van Elseviers Weekblad bouwt haar verhalen op uit een hoeveelheid feiten samen met hoor en wederhoor van betrokkenen en deskundigen. Er wordt uitgegaan van de stelling dat de lezer zelf heel goed in staat is uit het hem geboden verhaal zijn opinie te vormen. Dit wil niet zeggen dat Elseviers

Weekblad geen eigen signatuur kent; het wil opinievormend blijven.



Hoofdredacteur Nic. A. G. van Rossum: 'Wij werken niet vanuit een bepaald partijpolitiek uitgangspunt. Wij nemen uitsluitend het beleid onder de loupe. Onze mening kan best wel eens afwijken van die van Elseviers Magazine. Dat is ook niet erg als de lezer aan de hand van een analyse van de gegevens in ons verhaal maar kan zien hoe onze opinie is opgebouwd'.

Elseviers Weekblad, dat wordt gedrukt bij de Nederlandse Dagblad Unie in Rotterdam, hangt principieel het westerse economische systeem aan, dat van de particuliere ondernemingsgewijze productie.

Binnen dit kader stelt het blad zich open, met dien verstande dat het, op grond van maatschappelijk engagement, nieuwe stromingen in de samenleving



signaleert, begeleidt en van commentaar voorziet. 'De geïnteresseerde leek moet onze verhalen begrijpen kunnen zonder dat er een onderwijzers-ton tegen hem wordt aangeslagen. We willen gedegen informatie op een luchtige manier brengen zonder dat de deskundige kan zeggen dat het onzin is. Je kan zeggen dat onze aanpak tussen journalistiek en wetenschap inzit, zonder een van beide te schaden', aldus hoofdredacteur Van Rossum.



Grote faam geniet Elseviers Weekblad bovendien door de vele honderden personeelsadvertenties voor middelbare en hogere beroepen die het blad wekelijks telt. Om de kwaliteit van de

aangeboden banen te garanderen wordt er bij aanname van personeelsadvertenties bewust geselecteerd of ze vallen in de categorie 'topjobs'.

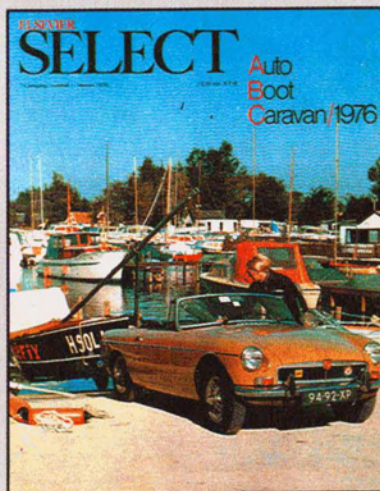
Hoofdredacteur Van Rossum tot slot: 'Twee opiniebladen voor een geld. Het is een bijzonder vreemde situatie eigenlijk, maar het blijkt heel goed werkbaar te zijn'.



maar er is nog veel meer...

Naast het uitgeven van de op de vorige pagina's naar beeld, aard en karakter geschetste tijdschriften, heeft Bonaventura een aantal aanvullende activiteiten ontwikkeld. Het gaat hierbij om exclusieve en kwalitatief gegarandeerd hoogwaardige extraatjes die de vaste lezers worden aangeboden.

Een van deze extra's is het blad Elseviers Select, dat minstens vier maal per jaar verschijnt als extra bijlage bij het gecombineerde abonnement van Elseviers Magazine en Elseviers Weekblad. Elseviers Select richt zich op onderwerpen op het terrein van de ontspanning en recreatie. Zo verschijnen er Select-uitgaven over Wooncomfort, Tweede Vakantie, Auto's, Boot en Caravan en over de geneugten van lekker eten en drinken, samengevoegd onder de benaming Bouquet. Elseviers Select heeft het uiterlijk van Elseviers Magazine en wordt gedrukt bij de grafische industrie Vlasveld en Co Drukkerij in Rotterdam.



Van recenter datum zijn de extra uitgaven E.W. Special, alweer binnen het eerder genoemde gecombineerde abonnement. Aansluitend aan de geaardheid van Elseviers Weekblad hebben deze vier maal per jaar verschijnende speciale uitgaven economische en bedrijfstechnische zaken tot onderwerp. Zo verscheen er een uitgave Sparen en Beleggen en zagen de abonnees E.W.-Specials verschijnen over Verzekeringen, Intern- en extern transport en Verpakkingen, Export en Computers.

Voor het produceren van deze speciale uitgaven bestaat binnen Bonaventura een aparte afdeling Speciale Produkties. In nauwe relatie met directie, uitgevers, marketing-afdeling en andere in- en externe adviseurs wordt gezocht naar mogelijkheden om tot nieuwe uitgaven te komen of worden in opdracht van derden speciale uitgaven gemaakt. Want zoals alle andere bedrijven, kan ook een uitgeverij in opdracht van derden producten vervaardigen, in het geval van Bonaventura dan natuurlijk hoogwaardige kwaliteits-tijdschriften.



Naast het uitdenken van nieuwe uitgaven op het terrein van de gedrukte communicatie houdt tegenwoordig iedere moderne uitgeverij de vinger aan de pols van het audiovisuele gebeuren.

Tot de experimenten die Bonaventura onder andere op dit gebied heeft ondernomen mag met name het project Multi-Opinie worden genoemd. Via Multi-Opinie onderzoekt Bonaventura in hoeverre er bij de mensen interesse bestaat voor het tot zich nemen van informatie via een cassette in plaats van via het gedrukte tijdschrift. Multi-Opinie is een door bekende en ervaren sprekers gevulde band die daarbij gebruik maken van de door Bonaventura geleverde teksten. De redacteurs hebben daarvoor een tiental binnenlandse en een evengroot aantal buitenlandse bladen gelezen en de belangrijkste opinie van deze bladen kort samengevat.

De achtergrond van dit project is de wetenschap dat niemand meer tijd heeft om zelf twintig tijdschriften per week door te lezen terwijl hij wel in toenemende mate interesse heeft voor datgene dat deze bladen toe te voegen hebben aan het nieuws als eigen opinie. En uitgaande van de gedachte dat niet iedereen alles kan lezen



wat hem interesseert, is het natuurlijk ook zo dat niet iedereen alles kan zien wat hij wil. Om dit te ondervangen kan worden gedacht aan nieuws- en informatieverschaffing via beeldband. Zoals gezegd: iedere moderne uitgeverij houdt tegenwoordig de vinger aan de pols. En Bonaventura is zo'n moderne uitgeverij.

Traditioneler dan de audio-visuele proefprojecten zijn de reizen die onder de naam Elseviers Select-reizen enkele malen per jaar worden aangeboden aan de lezers.

We zijn geen reisbureau en willen dan ook geen vakantie-reizen bieden, maar wel de mogelijkheid om eens een keertje extra en dan erg goed verzorgd er uit te zijn' is de filosofie achter dit aspect van de uitgeverij. Hierbij stelt Bonaventura als regel dat er niets wordt aangeboden wat niet zelf gecontroleerd is en dat bij die controle niet aan de allerhoogste eisen heeft voldaan.

In de loop der jaren hebben Elsevier-lezers reizen gemaakt naar bijvoorbeeld Nuevo Andalucia aan de Zuid Spaanse Costa del Sol voor 'zomaar vier dagen in de winter lekker ontspannen in een eigen bungalow met zwembad en gebruik van een auto in een zacht klimaat.'

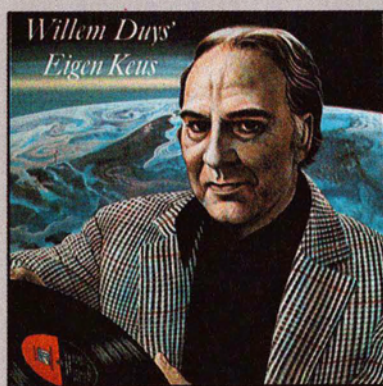
Veel Elseviers Select-reizen bieden een stuk cultuur. Zo bijvoorbeeld de reis van vier dagen naar Salzburg waar men in het kader van de Salzburger Festspiele Herbert von Karajan de Wiener Philharmoniker zag dirigeren tijdens de première van Mozarts opera Le Nozze di Figaro. Of men bezocht in de eeuwenoude arena van Verona een uitvoering van de opera Carmen van Bizet.



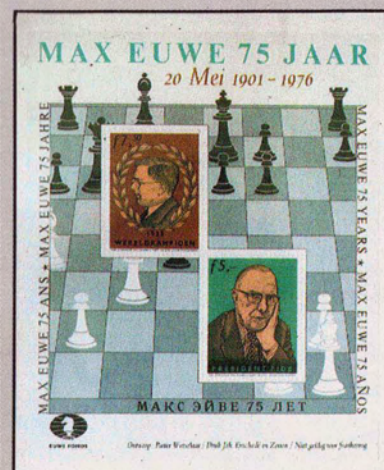
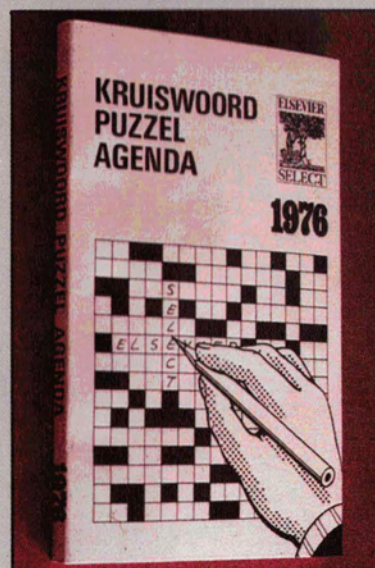
Zoer worden deze reizen gewaardeerd dat er al gesproken kan worden van ware 'Select-veteranen'.

Een balletreis naar Moskou en een reis naar de kunstschaten in de Hermitage in Leningrad horen evenzeer in het rijtje culturele extraatjes thuis als een reis naar Ohrid in Zuidslavië waar de lezers de plaats en streek bekeken die schrijver Den Doollaard in 1938 brachten tot zijn roman De Bruiloft der 7 Zigeuners.

En grammofoonplaten. De bijdrage van de man met de grootste grammofoonplaten-collectie van het hele land, Willem Duys, beperken zich in Bonaventuraverband niet enkel tot het schrijven van een wekelijkse bijdrage in Elseviers Magazine. Duys is ook voor een belangrijk deel verantwoordelijk voor de grammofoonplaten die door Bonaventura zijn uitgebracht. Hij stelde een lp samen met de naar zijn mening mooiste Nederlandse moderne liedjes en bundelde in het dubbelalbum 'Zondagmorgen met Willem Duys' zijn favoriete keuze aan lichte en klassieke muziek van Nederlandse uitvoerenden.



Samen met de uitgifte van bijvoorbeeld herinneringszegels in het kader van het jaar van de vrouw — onder het motto: 'Juliana Regina', alsmede een herinneringszegel gewijd aan de 75-jarige schaakgrootmeester en oud-wereldkampioen prof. dr. Max Euwe en nog veel meer kleinere randactiviteiten als bijvoorbeeld de kruiswoordpuzzel-agenda, schildert dit een beeld van al die andere zaken die leven binnen Bonaventura, uitgevermaatschappij in de Spuistraat in Amsterdam. Opgericht direct na afloop van de Tweede Wereldoorlog, maar nog dagelijks bezig om ook morgen nog bij de tijd te zijn.



vormgeving: studio bonaventura