

Tijdschriftkenner **Rob van Vuure**  
ontleedt de beste bladen

## Bldndktr

### Lefgozers



Publieksbladen durven niet,  
bij de relatiebladen zit veel  
meer lef.

**D**e beste van 2014, de succesvolste van 2014. Prijzen en bekroningen, awards, longlisten en shortlisten en nominaties. Oei, oei, al drie jaar in dit vak en nog nooit een nominatie? Ook de gouden kalveren van de tijdschriftenbranche worden uitgedeeld. Op 10 december Groot Kietelfeest voor de publieksbladen (*Libelle*, *LINDA*), afgelopen donderdag waren de gratis relatiebladen, de 'customer media' (*Allerhande*) aan de beurt.

Is er verschil tussen customer media en publieksbladen? Ja, steeds meer, kijk naar de prijswinnaars. Customer media: durf. Publieksbladen: veilig. De *Viva's* van maart 2015 teken je nu al uit: de wintercondooms kunnen weer in de kast. Nu weet je al, in de *VTwonen* van mei 2015: 'Dé zes nieuwe terrastrends'. *Cosmopolitan* in april, in mei en in juni 2015: met je buurman, je ex, je chirurg - of in andere volgorde. Verrassende acties of opvallende covers zijn een risico, dus is de keuze: veilig. Customer media zijn in het voordeel: ze liggen niet op het slagveld dat kiosk heet. Je krijgt ze, je neemt ze mee, je hebt ze in handen voor je het weet. De cover moet wel intrigeren. Een plof op je deurmat en dan telt: bewaar ik je of hoor ik de kat al miauwen?

**Publieksbladen hebben hun kioskmoment**, customer media hun deurmatmoment. Ja of nee in een split second. Wat blijkt: zonder stress van losse verkoopcijfers, zonder zorgen over abonneeverlenging grijpt speelsheid zijn kans. De 'gratis' bladen durven vaak meer dan de moegestreden publieksbladen. Lefgozers versus braveriken.

Neem het blad *Leren van...* (PGGM), voor topbestuurders in zorg en welzijn. *Leren van...* Louise Fresco. Vorige keer: *Leren van...* Gerlach Cerfontaine. Neem *Beter Big*. Over varkens! Toch maar mooi met de rubriek *Big facts*. Neem het blad *Link* (GGZ Oost Brabant): eindelijk een speels formaat. Nog nooit gezien in de kiosk. *Magazine*, van Delta Lloyd. Prachtige coverfotografie, zie je niet in de kiosk. Wandel door 24/7, personeelsblad van de politie. Al jaren pet af.

**En neem vooral: *Kans***, het blad van het Leger des Heils. 'Loes was jarenlang verslaafd. Aan crack, speed, aan van alles. Na de dood van haar vader stond ze op straat.' Covermodel Loes is te zwaar, te dik en te tattoo. Uitgesloten bij welk publieksblad ook. Geldt ook voor covermodel Gerrit, en Khalid. En Suzanne dáárvoor: 'Hoe minder drugs ik gebruikte, hoe groter de problemen.' Onverkoopbaar, bij publieksbladen. *Kans* heeft een handgeschreven logo, zie je nergens anders in de commerciële kiosk.

Het blad gaat over alles wat je bij het Leger verwacht. Ex-criminelen, daklozen, maar alles subtiel vormgegeven en modern van kleur. Op de cover ingehouden tekstjes, zie je nergens in de kiosk. Geen strijdkreet te bekennen. Je voelt je thuis bij het Leger, zeker als tijdschriftenjunk. Duidelijk is: de terreur van het moeten verkopen dooft de bladenmakersguts. Vooruit, er kan nog wel een prijs bij. Lef-award 2014: customer media.

**Rob van Vuure**



## Cabaret

INTERVIEW MYLOU FRENCKEN



Cabaretière Mylou Frencken.

Over rouw kan ze meepraten, maar wel graag op haar eigen manier, zoals in haar nieuwste show *De RouwRevue*. 'Dat Bert dood heeft moeten gaan zodat ik tot bloei kon komen, vind ik heel erg.'

Door **Nina Schuyffel** Foto **Daniel Cohen**