

2019 begint alvast goed

Ed Boogaard - Alex Kunst

Wie goed kijkt, ziet gelukkig genoeg positiefs en moois in de branche gebeuren. Daarom zetten we, bij de start 2019, hier onze loop nog even op een fijne selectie berichten die anders wellicht zouden zijn ondergesneeuwd.

Belangrijke exportmarkt Hardback vs e-book Amerikaanse lezer kiest papier

Het papieren boek zit in de VS terug in de lift. Uitgevers van fictie en non-fictieboeken zagen volgens brancheorganisatie AAP in de eerste negen maanden van 2018 hun omzet met 3,5 procent stijgen naar ruim 6,3 miljard dollar. Bovendien steeg de verkoop van hardcover boeken met eveneens 3,5 procent tot bijna 2,4 miljard dollar, terwijl de omzet van e-books juist met 3,1 procent daalde naar 857 miljoen dollar. Overigens deed de grootste omzetstijging, van liefst 37,7 procent, zich voor bij de downloads van audioboeken:

die omzet steeg daarmee naar bijna 380 miljoen dollar. De Amerikaanse boekenmarkt is belangrijk voor Europa: uit de laatste cijfers van Intergraf (2018) blijkt de export van drukwerk richting de VS sinds 2009 stevig in de lift te zitten. In 2017 werd de grens van 900 miljoen euro gepasseerd. Zo'n 66 procent daarvan betreft boeken, goed voor meer dan 613 miljoen euro. En België staat op de vierde plek van grootste grafische EU-exporteurs naar de VS.

Jubileumuitgaves Postzegels en postcodes Drukkerij 150 jaar in Mechelen

Op 18 maart verschijnen bij Bpost enkele bijzonder postzegels. Allereerst verschijnt er een serie om stil te staan bij het feit dat er al 150 jaar postzegels worden gedrukt in Mechelen: "In al die jaren ondergingen de druktechnieken een hele evolutie. Die geschiedenis vormt de basis van een uitgifte, waarvan één van de postzegels een gravure krijgt." Honderd jaar nadat in 1868 het 'Atelier du timbre de Bruxelles' verhuisde naar Mechelen, wer-



den in 1969 in België de huidige postnummers ingevoerd. Bpost herdenkt ook deze verjaardag, namelijk met een postzegel waarop alle 1192 postcodes in microtekst worden aangebracht. "En dat is meteen een primeur en een record voor Bpost", aldus het postbedrijf.

Onverminderd populair Trouw aan de folder Sterk activerend vermogen

De jaarlijkse 'Door to Door Impact Survey' in opdracht van

BD myShopi toont opnieuw aan dat de Belg trouw is aan de reclamefolder. Volgens Tim De Witte, CCO van BD myShopi, blijkt uit het onderzoek dat 92 procent van de Belgen folders leest en 89% doet dat op papier: "Bij VVA's (Voornaamste Verantwoordelijke voor de Aankopen) loopt het percentage folderlezers zelfs op tot 94%."

De folder heeft ook een sterk activerend vermogen: 3 op de 5 Belgische consumenten gebruiken reclamefolders om prijzen te vergelijken en 7 op de 10 gaan actief op zoek naar aanbiedingen. Kortingsbonnen zetten het sterkst aan

tot actie: 7 op 10 Belgen hebben de afgelopen 3 maanden een kortingsbon gebruikt.

Eind november zijn de winnaars bekend gemaakt van de 'Folder van het Jaar'-verkiezing, eve-



FIRE AND FURY INSIDE THE TRUMP WHITE HOUSE



MICHAEL WOLFF

Gezocht SALES MANAGER

Ben jij zot van inkt?
Dan is DRUKWERK jouw ding!

Ben jij een rasechte klantenproactivist? Een relatiebouwer in hart, nieren en middenoorbeentjes?

Heb je honger naar verkoopcijfers en straffe resultaten? Durf je hoger mikken dan je targets? Is sales jouw tweede natuur? Goochel je met deadlines? Heb jij het unieke talent een 'nee' om te buigen naar een 'ja'?

Dan mag je ons komen overtuigen van jouw verkooptalent, en wie weet sta jij binnenkort te blinken in ons trotse MODERNA-team!

moderna
P R I N T I N G
WORKMANSHIP SINCE 1947

Schoebroekstraat 50 | B-3583 PAAL-BERINGEN
Tel. +32(0)11.450.100 | sales@moderna.be | www.moderna.be

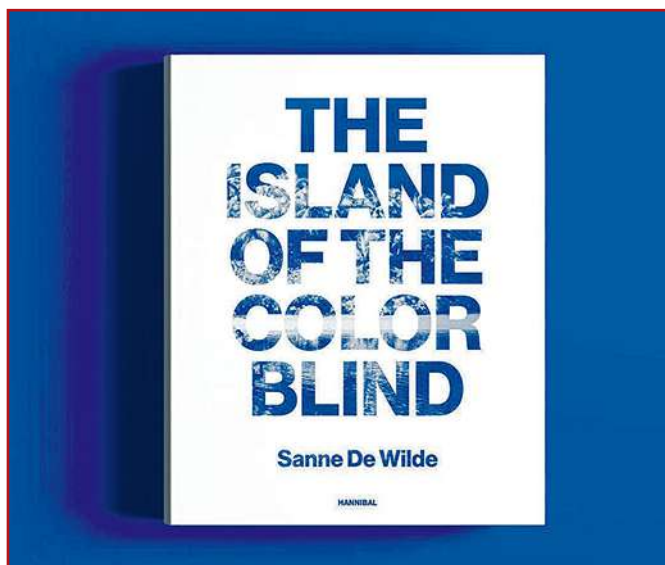


Goed Nieuws |

neens georganiseerd door BD myShopi. Winnaar Media-Markt viel zowel bij het publiek als bij de vakjury in de smaak met haar innovatie omni-channel 'Golden pages' campagne in de paasvakantie, waarbij de folder een centrale rol speelde.

Nieuw format **Boekenprijs** **Best Vormgegeven** **Boeken 2018**

Nadat de Vlaamse editie van de 'Prijs Best Vormgegeven Boeken' voor het laatst werd uitgeleerd in 2013, hernamen Boek.be en GAU vorig jaar dit initiatief met steun van auteurs-



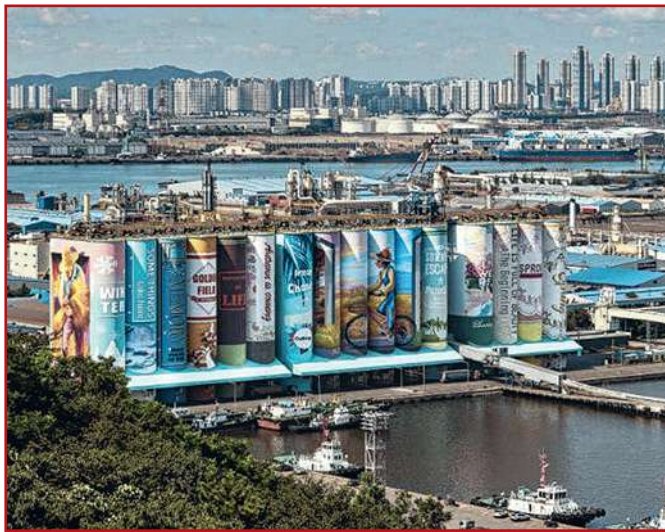
rechtenorganisatie SOFAM. Eind vorig jaar konden dan ook, volgens het nieuwe format, prijzen worden uitgereikt in twee

categorieën: voor het beste boekontwerp en voor het beste beeldboek. In totaal werden 134 inzendingen beoordeeld door

een deskundige jury. Zij riepen het boek *Bernd Lohaus Blumen* uit tot winnaar van de prijs voor het Beste Boekontwerp. "Dit is een boek, gemaakt volgens de regels van de kunst", aldus een jurylid. Het boek *The Island of the Colorblind* werd bekroond als Beste Beeldboek. "Innovatief en disruptief", stelde de jury unaniem over het UV-gevoelige boek dat onder zonlicht van wit naar blauw verkleurt.

Wereldrecord **Grootste boekenplank** **Industrie** **transformeert**

De Zuid-Koreaanse havenstad Incheon, nabij Seoul, heeft



zich een plek in het *Guinness Book of World Records* veroverd met de grootste boekenplank ter wereld. Het gaat om een muurschildering van bijna 24.000 vierkante meter, die een industrieel complex van graansilo's transformeerde tot een rij van zestien boekomslagen. De omslagen, in totaal 48 meter hoog, 168 meter lang en 31,5 meter breed, verbeelden de vier jaar getijden. Het project, waarvoor 865.400 liter verf is gebruikt, is volgens de initiatiefnemers een poging om het aanzicht van de oude faciliteiten te verbeteren en daarmee ook de relatie tussen de inwoners van de stad en de industriële bedrijven.

Antwerp Poster Festival Inspirerend affiche Show Your Colours

België is een internationaal festival rijker als begin maart de eerste editie van het Antwerp Poster Festival (APF) plaatsvindt. De initiatiefnemers zijn Dennis Janssens en Tom Tiepermann van bureau ssnn, specialisten in het creëren van visuele identiteiten, drukwerk en

maken wat het drijft en inspireert. Deze posters worden tijdens festival van 9 tot en met 17 maart tentoongesteld bij Spéciale Belge in PAKT, waar ook een programma met workshops en lezingen wordt georganiseerd.

Benchmark Gewaardeerd medium 'Mensen houden van tijdschriften'

Een analyse van een reeks lezersonderzoeken door de Belgische vakvereniging van contentmarketing-agentschappen Custo toont aan dat magazines een gewaardeerd medium zijn en blijven. "De benchmark toont een likeability van 7,8 (op een schaal

van 10) en dat is goed nieuws voor al wie in sterke magazine-content durft te investeren", stellen de onderzoekers. Volgens de analyse leest het hoogste percentage mensen (22%) 20 à 30 minuten in een magazine, het gemiddelde ligt op 29 minuten en blijft ook stabiel. Meer dan de helft (55%) bekijkt alle pagina's. De content die magazines bieden zet de lezers bovendien aan tot actie: "73% gaat op zoek naar meer, wat aangeeft hoe functioneel magazines in een customer journey kunnen zijn." "Misschien wordt het beste bewijs van de effectiviteit van magazines wel geleverd door digitale merken zelf", meent Custo, "nu zelfs Facebook een print magazine heeft gelanceerd." ■

