

# Mr. Google



Een Cormick is rood, een Ford is blauw  
en de NWST-bladen zijn geel

U ziet het goed! Mijn stukje staat nog steeds op dezelfde plek, maar voor de rest hebben we de opmaak van onze bladen eens duchtig onder handen genomen. Wat gebleven is, is onze gele kleur. Een Cormick is rood, een Ford is blauw en de NWST-bladen zijn geel. Zo was het, zo is het en zo moet het blijven. Die gele kleur is overigens gewoon als toevalligheid begonnen, omdat wit zo *blotebillig* was. Uit toeval ontstaan vaak de beste keuzes. Waarom hebben we onze bladen zo grondig verbouwd? Het gaat ons als vakblad redelijk goed. Natuurlijk hebben wij net als iedere andere uitgever last van digitalisering en internet, waar we nog altijd onvoldoende een antwoord op hebben. Ik heb laatst bij een symposium van uitgevers gezegd dat de enige die echt geld verdient aan de dure content die wij gratis op het net hebben staan, Mr. Google is. Daar kun je gefrustreerd door zijn – en dat ben ik soms ook. Anderzijds is dat gewoon de werkelijkheid en daar zullen wij het mee moeten doen.

**Beheerders denken maar dat ze een boom  
uit een boekje kunnen kopen;  
dat is natuurlijk onzin**

Op dit moment is ons gedrukte blad nog steeds het belangrijkste product dat bij ons van de productielijn af gaat, zowel qua content als qua advertenties. Ik verwacht echter niet dat dit nog lang zal duren. Het gedrukte blad zal belangrijk blijven als meer zichtbaar en tastbaar eindproduct van de uitgeverij, maar uiteindelijk zal de meeste content gewoon online worden gelezen. Feitelijk is

dat nu al zo. Onze inspiratieboom-artikelen, bijvoorbeeld, worden dagelijks tientallen keren gedownload via onze eigen site en de site van Wageningen Universiteit.

Het gedrukte blad zal in belang afnemen, maar zal zeker de komende tien jaar nog het vlaggenschip blijven van onze vakbladuitgeverij. En ik denk daarna ook nog wel, maar zover reikt mijn glazen bol niet.

Over onze inspiratieboom-artikelen gesproken: dat initiatief loopt goed. In deze uitgave weer twee bijzondere soorten: Zelvova en sierkers 'Rancho'. Bij de opzet die wij hebben gekozen, is vooral de input van de kweker enorm belangrijk. Beheerders denken maar dat ze een boom uit een boekje kunnen kopen. Dat is natuurlijk onzin. Bij de kwekers is zo'n enorme berg kennis aanwezig waar u gratis gebruik van kunt maken, dat u zichzelf te kort doet als u niet bij hen op de kwekerij gaat kijken. Lees daarom vooral het interview met Wouter Maurtiz over 'Rancho'. Dit is met afstand de best gelukte visie van een kweker op een inspiratieboom die wij tot nu toe gepubliceerd hebben.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofredacteur



**Be social**

Scan of ga naar:

[www.boomzorg.nl/artikel.asp?id=19-5312](http://www.boomzorg.nl/artikel.asp?id=19-5312)