

Rob van Vuure

Het lingeriedenken

Creatief bladenmaken,
succesvol communiceren

Ambo|Amsterdam

MET BELEEFDHEID MAAK JE GEEN GOEDE COVER.

Bladenmaken is een contactsport.

Elke keer vind je hetzelfde in de zwarte doos van een gecrasht tijdschrift: te lang met dát doorgedaan, te vroeg met díé rubriek gestopt, de signalen uit de maatschappij niet goed begrepen.

**KWANTITEIT IS EEN
EFFECTIEF
CREATIEF MIDDEL.**

Misschien wordt het tanende, ouderwets aandoende, rupsige blad als 100% site een schitterende vlinder.

Lezeressen zijn emotionele ramptoeristen.

**ALLEEN GOED GEMAAKTE BLADEN
HEF JE UITEINDELIJK OP.**

Buikgevoel? Nog niet
door onderzoek bewezen
kennis van zaken.

Een paar jaar geen Elfstedentocht, een paar flinke hoosbuien, duidelijk Amersfoort aan Zee mompelen en Al Gore die het laatste zetje gaf.

Inhoud

1 Lingeriedenken 9 • 2 componeer een ritmefeest 10 • 3 'Any Body' en de ver-
taalslag 15 • 4 Een jaar lang 18 • 5 Op een nieuw been, door de invalshoek 19 • 6
In de etalage 26 • 7 KNNT w88 SGATJE 27 • 8 Signeren 34 • 9 Restylen is de es-
sentie versterken 35 • Van *Libelle* tot *HP/De Tijd*: ops 39 • 11 Alles kan in elk blad 41
• 12 Second best bleek best 44 • 13 ... *but you can't make him drink* 46 • 14 Gratis?
Daar betaalt men graag voor 50 • 15 Geef je verhaal een gezicht – en soms niet 53 •
16 De beste coverteksten (191!) 55 • 17 Links, rechts 64 • 18 Andere hoofdredac-
teur? 74 • 19 Webcambevalling 78 • 20 Nulnummer 80 • 21 Bokito & Mabel 82
• 22 DNA 83 • 23 Van rug tot voetnoot 85 • 24 Open brief 87 • 25 Gerestyled: 19
keer de essentie 89 • 26 Blunderlunch 103 • 27 Wie onderging een facelift? 109
• 28 De 2008-check 110 • 29 Autobiografie 113 • 30 Inhoudspagina als tweede
cover 114 • 31 ... die ik nooit vergeet 117 • 32 Columns en periferierubrieken 118 •
33 Vrouwentaboe-top 15 126 • 34 Nu al tweede druk 128 • 35 Peter R. de Vries: da-
meskijkdichtheid 131 • 36 En keepersgeluk toe 132 • 37 Soms de beste cover-
tekst: een getal 146 • 38 *Same place* 149 • 39 Logo: formule in een paar letters 151
• 40 Maar eerst moet die envelop open 153 • 41 Een betere cover: 36 'wetten' 157 •
42 Speechen is bladenmaken 178 • 43 Brainstormen: stap uit je corset 180 • 44
Verjongen zonder te irriteren 186 • 45 Free publicity? 189 • 46 De koesterfactor
191 • 47 Covertekstenplanning 193 • 48 *It's all in the game* 195 • 49 Twee mil-
joen min vijfhonderd 201 • 50 Permanente fine-tuning 203 • 51 Jéminéjoosje,
een lokhomo 217 • 52 Acht taalfouten: prima! 220 • 53 Eetbare cover 220 • 54
Opvallende (tekst)presentatie 224 • 55 Actie, vijftig keer actie 228 • 56 Handvat-
ten creëren 231 • 57 Honderd gastredacteurs 234 • 58 Goudmijn: dieet 235 •
59 Logisch geheel 238 • 60 Autoriteit 250 • 61 Snaartest 251 • 62 Delegeer-
speeches 253 • 63 Leg de coverlink 254 • 64 Editorial? Oké, maar... 255 • 65
Verzonnen damclub als echt tijdschrift 258 • 66 Volwaardig sluitstuk 261 • 67
Taanmoment? 263 • 68 Bedenk je eigen Rotary 266 • 69 Veel meer jubilea 272
• 70 Foto mislukt? 275 • 71 Biografiediner 277 • 72 Help de lezer een handje 279
• 73 Speciale display 279 • 74 De formuledouane 299 • 75 Omgekeerd 301 •
76 Erfenismoord na laptopseks 303 • 77 Startspecial! Finishspecial! 305 • 78
Hoera, een depot 307 • 79 Ik 309 • 80 Gasthoofdredacteur: verrassend ver-
trouwd 310 • 81 Meerwaarde: jeugdfoto 315 • 82 Maak een vuist: een themanum-

mer 317 • 83 Voor één keer kan alles 320 • 84 De vorm is het idee 322 • 85 Digitale revolutie? Printrevolutie! 328

Digitale allochtoon 33 • *De geheime ijkpersoon* 61 • *Hit* 88 • *Johannes twee* 124 • *Doelgroep: kleine witte konijntjes* 155 • *Opeens merk-af* 200 • *E-magazine* 233 • *Hundred, so what?* 257 • *'Any Body': trots & troost* 297 • *Testosteronplafond* 313

Lingeriedenken

Wat is lingeriedenken? Een paar voorbeelden.

De literaire bijlage heeft mooie recensies. Wat ook kan: laat een schrijver een boek van *zichzelf* recenseren.

Je maakt een mooie cover, maar je maakt er eigenlijk twee: leg de cover in het diepvriesvak en bij -1 °C verschijnen andere teksten.

Je koopt een fiets en je krijgt garantie, de fietsenhandelaar stuurt na een jaar een kaartje met de tekst: 'Uw fiets is jarig! Cadeau: onderhoudsbeurt.'

Je interviewt een Russische tennisster en je plaatst de heading in het Russisch.

Je maakt in een week twee (wat dunnere) *Viva*'s: de dag-*Viva* en de nacht-*Viva*. Of: de liefdes-*Yes* en de liefdesverdriet-*Yes*.

Je laat een interview van tevoren aan de geïnterviewde lezen en je plaatst het interview daarna integraal, mét alle zichtbaar met de hand uitgevoerde correcties.

Je fotografeert elk jaar close het gezicht van je moeder – na vijftien jaar 15 portretten naast elkaar in je blad afdrukken.

Scratch and sniff: even krabben aan de cover van het culinaire blad en je ruikt basilicum.

Voor in je blad het rubriekje 'Voorspel', achter in je blad het rubriekje 'Naspel'.

Een webcam boven de tekentafel van de striptekenaar.

Elk exemplaar van *Marie Claire* is deze maand genummerd – altijd prijs.

Het zoveelste interview? Wat ook kan: het interview vindt in bed plaats.

Een vrouw onderging een keizersneebevalling, ze kondigde het al maanden van tevoren aan in het vrouwenblad. Ten slotte live op internet.

Alles uit deze *Esquire* wordt op het net geveild.

Zusjes die hun broer koppelen? Wat ook kan, bedacht *Viva*: 'Broer zoekt vrouw.'

Lingeriedenken staat voor: vaak kan het leuker, speelser, verrassender, spannender. Met behoud van de essentie. Met behoud van een goed, informatief blad.

Componeer een ritmefeest

Wat maakt een blad ondefinieerbaar spannend en onderhoudend? Waarom zeg je: 'Ik weet niet precies waardoor het komt, maar ik lees dit tijdschrift in één ruk uit'? Een belangrijk onderschat aspect van het bladenmaken is: het ritme van de plank. 'De plank' staat voor de indeling van alle reportages, rubrieken, strips, et cetera. De afwisseling van kleur en zwart-wit, van lange en korte verhalen, van emotie en ratio. De ene keer een foto, de andere keer een illustratie. Na een lange heading een korte. Na een monoloog een vraag-antwoordinterview, en de strip ertussenin.

Dát ritme.

Een blad heeft talloze ritmes en deelritmes. Een goed gemaakt blad prikkelt steeds weer opnieuw. Op tijd allegretto, op tijd adagio. Op tijd een fantastische dribbel. Op tijd een bocht in de weg. Nu weer een liedje, dacht de cabaretier. Een tussendoortje van het huis, zei de kok. Ritme. Je bladert door je blad en het wordt maar niet saai. Nét voor je denkt 'alweer een grote foto' zie je een dubbele pagina pasfotootjes. Nét voor je denkt 'alweer een zielig verhaal' wordt de werking van Hyves uitgelegd. Bij het derde zielige verhaal zou je doorgebladerd hebben, zou je je verveeld hebben en zou je uiteindelijk gedacht hebben: het is mijn blad niet meer. Net op tijd krijg je een andere prikkel, waardoor je blijft lezen, waardoor je het hele blad leest, waardoor het waar-voor-je-geld-gevoel ontstaat.

Door een onderhoudend blad is een onzichtbaar stuk prikkeldraad gevlochten. Je blijft al bladerend altijd wel ergens aan hangen – en dat is leuk, want het is een prettig stuk prikkeldraad, het streelt, het is precies wat je wilt. Vaak zie je het als lezer niet eens. Het valt niet op, maar het is overal aanwezig.

De bladenmaker weet het wél. Die weet wat de lezer wil, die weet hoe je moet doseren. Aaien, knijpen, kietelen, strelen, even krabben, wrijven. Een por, een arm om je heen. En alles niet te lang en op het juiste moment. Bladenmaken is het vlechten van een lekker stuk prikkeldraad, in het juiste ritme. Bladenmaken is componeren.

Ritme 1: afwisseling groot beeld – klein beeld

De reisreportage opent met de grote, karakteristieke foto van het land. Misschien wordt er nóg een grote foto geplaatst, hangt van het blad af (*Living, Felderhof*), maar al gauw volgt een serie kleine informatieve plaatjes. De grote foto zorgt voor stem-

ming, de lezer zit zelf als het ware op het terras, ruikt de zee, proeft de bouillabaisse. De glossy gaat zo nog een tijdje door, het massabladd schakelt eerder over op tekstueel informatief.

Het interview met de Bekende Nederlander opent met een grote foto, voor de sfeer. Op de volgende pagina's krijg je aanvullende informatie, ook in beeld. Bekende Nederlander met hond, met moeder, met boek waarover gesproken wordt. Geen enkele foto wordt zomaar geplaatst, elke foto geeft nieuwe informatie. Elke foto, hoe klein ook, moet prikkelen. Hier lacht Wende Sniijders, daar ook al, nu een serieuze plaat van haar, nu alleen haar lippen, vergeet die foto van achteren genomen niet. Hou er bij de indeling van je nummer al rekening mee. Hebben we genoeg groot beeld? Is er genoeg afwisseling? Hoe zit het met het beeldprikkeldraad? Na acht pagina's wit culinair deel je het geïllustreerde korte verhaal in. Spreek met elkaar af hoeveel pagina's groot beeld je in je blad wilt hebben. En t el die ook, in een vroeg stadium. We hebben toch afgesproken dat we twaalf pagina's aflopend beeld zouden doen? Zo nee... schrappen of een hele tekstreportage eruit, w t de tekstredacteur ook mompelt. Ritmeafspraken zijn heilig. Maar kijk bij je foto's niet alleen naar de omvang, ook in wat erop staat moet ritme zitten. De ene Afghanistan-foto na de andere, hoe groot of hoe klein ook, kan niet. Gelukkig hadden we ook nog die waterskicursus! Ook te veel donkere foto's achter elkaar vragen om een onderbreking. Na de reportage over het zware leven in Poolse mijnen blijkt: op het Ibiza-strand is het ook niet alles. Na gezichten volgt landschap. Na close-ups volgt totaalbeeld. Na shopping volgt vlees en bloed. Na naakt volgt uniformen, na dieren gebouwen, na pc's poëzie, na emotie weer nuchter, na grappig serieus. Voor zo'n stuk prikkeldraad heb je wel 9,90 euro over. Het mannenblad brengt voor in elk nummer op twee dubbele pagina's twee aflopende opvallende foto's. Een foto waar nauwelijks tekst bij hoeft. Indringender dan menig verhaal, een hapklare emotie waar je niet omheen kunt. Als zich ergens de kracht van stilstaand beeld manifesteert, dan wel hier. Indringender dan menig beeld in een film of op YouTube of waar dan ook over hetzelfde onderwerp is de stilstaande foto. Een aanslag, een fantastische keeperredding, een neerstortend vliegtuig, op televisie zit je gefascineerd te kijken, om vervolgens door Philip Freriks onderbroken te worden. Naar een foto blader je terug, naar een goede foto kijk je de volgende dag nog een keer. Het mannenblad heeft achterin ook twee dubbele pagina's met aflopende foto's. De foto's achterin zijn heavy, de foto's voorin zijn leuk. Achterin de foto van de negenling op sterk water, voorin de buitenproportionele bodybuilder. Achter in je blad doe je andere dingen dan voorin. Meteen voorin een gruwelfoto die je netvlies alle honderd pagina's meetorst – nee. Zelfs binnen de uitgebreide maandelijkse naaktreportage in *Playboy* (16 pagina's) zit ritme. Van belovend naakt naar helemaal naakt.

Ritme 2: afwisseling lange heading – korte heading

Een heading over de volle twee pagina's, dat is prachtig, maar acht keer achter elkaar is te veel. Zorg ook hier voor afwisseling. Soms is  en woord genoeg. In *Viva*:

een prachtig ledikant inclusief mooie vrouw in chic kanten broekje. Er stond alleen maar 'Ladykant'. Harry Mulisch die zich in het schaaktijdschrift *Matten* over zijn beste vriend, de allang gestorven Hein Donner, laat interviewen. Er stond alleen maar: 'Heinwee'. Alles in één woord samengevat. Maar twee pagina's verder stond in het blad 'Red' boven de relatierubriek 'Mijn man is er met de buurvrouw vandoor. En ik mis haar zo'. Wissel emotionele headings en informatieve af. Een heel nummer met quotes in de headings wordt vermoeiend, terwijl alleen maar mededelingen te afstandelijk is. Hou dit bij, bij het redigeren. Zoek ook binnen de bekopping naar afwisseling, naar de juiste stukjes prikkeldraad.

Maak een lange heading van leuke, op zichzelf staande woorden. 'Mooi. Sprankelend. Benen. Overtuigend.' Plaats in de heading het antwoord op een vraag. Zet de vraag er piepklein onder. Hoe lang of kort een heading ook is, haal hem nooit uit de eerste paar zinnen van het verhaal – de heading was intrigerend, je wordt nieuwsgierig en je gaat lezen. Je moet niet het gevoel krijgen dat je na acht zinnen het spannendste al gehad hebt. Hetzelfde geldt voor de overleesheading. Zorg dat de mededeling boven de vervolgpagina's niet in het eerste gedeelte van het verhaal al aan de orde is geweest. Zoiets houdt de nieuwsgierigheid niet vast. Hetzelfde geldt voor de tussenkoppen. Ze leiden je, boordevol intriges, door het verhaal. Formuleer deze tekstschotsjes met zorg, ze zijn net zo belangrijk als de headings. Een heading hoeft niet per se horizontaal te staan. Zoek ook hier net op tijd de afwisseling. Verticaal, diagonaal, in balloon. Een minder sterke heading diagonaal, van links onder naar rechtsboven ga je toch lezen, was toch een prikkel.

Ritme 3: afwisseling lange verhalen – korte verhalen

Wanneer is een reportage of artikel vier pagina's, wanneer vijf of zes? Wanneer twaalf? Omdat de reportage twaalf pagina's lang briljant geschreven is, magistraal is gefotografeerd? Nee. Soms is een 'idee' niet meer dan vier pagina's waard, hoe goed gemaakt ook. Je besteedt binnen je formule nu eenmaal niet meer dan vier pagina's aan broccolisoup, niet meer dan vijf pagina's aan een interview, niet meer dan vijf pagina's aan fictie. Alles kan binnen een formule, mits je het idee de juiste ruimte geeft: van *Grazia*-bijlage tot shopitem in *HP/De Tijd*. Altijd is er druk van binnenuit om een productie langer te maken – de fotograaf schoot de platen van zijn leven, de redacteur kreeg goud in handen. Bij sommige bladen zie je wie de baas op de werkvloer is – de artdirector, de internetredacteur, de redacteur met de babbel, de arty fotograaf. Maar er is niets dodelijker voor een blad dan een driepagina-idee dat naar zes pagina's is getild. De afwisseling van lange en korte verhalen is belangrijk, nóg belangrijker is welke verhalen je lang dan wel kort brengt. Over het algemeen zijn in de loop der jaren de reportages in tijdschriften korter geworden – *Elsevier* is een mooi voorbeeld; *Opzij* ook. Juist dan is het zaak op het juiste moment, met het juiste onderwerp, eens uit te pakken. Plan doelbewust in elk nummer een achtpaginaonderwerp. Plan doelbewust van tijd tot tijd een bijlage, een extra, een dossier. Alleen al voor het ritme. Af en toe een *stuk* tussen de brokjes. Maar dan wel over een onderwerp dat je doelgroep uit het hart is gegrepen. Want

als je er met je bijlage naast zit, zit je er die week met alles naast. Je spreekt af: elke week zes aflopende foto's en een onderwerp op acht pagina's. Binnen tachtig pagina's ben je dan wekelijks verzekerd van ritme.

Maar: als je dan in je blad een pagina of zes met illustraties hebt, gebruik dan verschillende illustratoren. Illustratieprikkeldraad! Binnen een formule is ruimte voor verschillende stijlen – gebruik ze, het is zelfs noodzakelijk. Grote foto/cartoon/pasfotootjes/impressietekening/portretfoto/strip/arty foto/technische tekening/kleur, zwart-wit, ingekleurd. En allemaal verschillende fotografen en illustratoren, en toch binnen de formule. Zonder dat je het echt beseft, word je visueel door het blad geleid. Want er is ook nog zoiets als typografisch ritme. Groot letterkorps, klein letterkorps. Grote hoofdletter, rest klein. Handgeschreven heading. Opeens grote getallen.

Ritme 4: afwisseling emotie – informatie

Wat voor fotografie geldt, geldt ook voor reportages. Niemand verdraagt drie hartverscheurende verhalen achter elkaar. Doe dus ook aan emotieplanning. Na vier pagina's hartkloppingen even lezen hoe gras groeit. Na het ik-verhaal van de privé-detective een populairwetenschappelijk onderwerp. Zorg ook voor afwisseling, voor blijvende prikkeling, binnen de emotieverhalen: lachen, huilen, vreugde, verdriet, trots, schaamte. Na de reisreportage een interview, na het essay een grote modeproductie. En binnen de reisplanning: dagjes uit, verzorgde verre reis, adventure, met de kinderen. En binnen de modeplanning: nieuwe mode, feestmode, strandmode. Na de shoppingpagina's weer even nadenken, na acht pagina's tui-nieren een zware bevalling, na een hartenkretenproductie een afstandelijke be-schouwing. Van alle kanten slaat het blad je om de oren, *never a dull moment*. Zin-tuigen te kort.

Ritme 5: afwisseling foto's – illustraties

Na de strip of de cartoon zijn er altijd wel één of twee producties in je blad die zich lenen voor een illustratie. Zou veel méér kunnen, maar er zijn meer fotografen dan illustratoren en bij een illustratie steekt het nauw – te vaak was de illustrator niet op dreef.

Bovendien kun je emoties beter met de camera dan met de tekenstift uitdrukken.

Ritme 6: afwisseling interview – reportage

Gebruik verschillende technieken. Alleen maar beschrijvende verhalen leidt tot gapen. Alleen maar ik-verhalen leidt tot benauwdheid. Reportage, kadertjesverhaal, ik-verhaal, vraag-antwoordinterview, beschrijving: alle technieken komen gedoseerd aan bod.

Zes ritmes, maar er zijn er veel meer. En van blad tot blad verschillend. *Donald Duck*: ritme Katrien/Oom Dagobert/Kwik Kwek Kwak. *Delicious.*: ritme toetjes/restaurants/persoonlijke smaak. *HP/De Tijd*: ritme politiek/trends/misdaad. *VT Wonen*: ritme bankstellen/losse stoelen. Ritme vroeger / nu. Ritme mannen / vrouwen. Rit-

me natuur – bebouwing. Ritme oud / jong. Ritme vrolijk / chagrijn. Ritme lange zinnen / korte zinnen.

Het is verhelderend om op die manier eens naar je blad te kijken. Zo kom je op het spoor van te veel ‘zuur’, te veel ‘vroeger’ of te veel ‘monologen’.

Leg voordat je blad naar de drukkerij gaat het geheel eens uit op de gang. Honderd pagina’s in losse vellen. Bladritmestoornissen kunnen dan nog hersteld worden (de redacteur met de babbel was gelukkig op reis). Te veel groot beeld achter elkaar. Geen typografisch ritme. Twee illustraties achter elkaar. Een kleine verschuiving trekt zoiets recht.

Prik één keer per jaar je hele blad pagina voor pagina tegen de wand. Je hebt er twee exemplaren voor nodig, maar ze zijn het waard. In één oogopslag zie je: te veel groot beeld voorin. Of: te donker. Of: te veel internetverhalen. Of: te veel kleine elementen net voorbij het midden.

Controleer je blad op alle ritmes. Te veel zus, te veel zo. Er is altijd wel een ‘te’. Want het ideaal samengestelde nummer, het ideale stuk prikkeldraad komt bij een weekblad maar een keer of tien per jaar voor. Maar áls het lukt, dan merk je het meteen. Je bladert maar door. Je pakt het nóg een keer op. Je vergelijkt. Je leest. Je laat het zien. Je verbeeldt je zelfs dat het lekkerder aanvoelt.

'Any Body' en de vertaalslag

Over de hele wereld wordt gebrainstormd: nieuwe rubrieken, nieuwe sites, nieuwe vormen, nieuwe formules. Vaak valt het tegen, overschat buitenlandse bladen niet. Maar soms zie je een pareltje. Hebben ze op de redactie van *Crossing* (Australië) iets bedacht wat je meteen uitscheurt. Gaan we óók doen! Maar eerst nog een keer nadenken. *Crossing* is een maandblad, kan zoiets ook in een weekblad? Is de sfeer van *Crossing* wel naar formalistisch Nederland te vertalen? Is het geheim van die serie misschien de samenwerking met een tv-station of met een favoriet forum? Is de leading lady van de serie een bekende Australische tv-persoonlijkheid? Na al die afwegingen blijkt dat het kan, je kunt die serie overnemen, maar net even anders: meer foto's, minder tekst, een jeugdfoto erbij. Het idee was prachtig, maar de formule van je Hollandse blad stelde net wat andere eisen. Niet erg, logisch eigenlijk, klakkeloos kan bijna nooit. Er loopt dus in Australië een redactrice rond die een prachtige serie voor 'Ouders van Nu' heeft bedacht. Er loopt in San Francisco een redactrice rond die de vorm van Margriets 'Is dit huwelijk nog te redden' heeft bedacht. *Cosmopolitan* heeft een mooie rubriek: 'Aan de leugendetector' – ergens in Rusland verzonnen. Zo is ook *Viva's* rubriek 'Any Body' ontstaan. De Engelse *Marie Claire* liet op tien pagina's tien vrouwen aan het woord over hun naakte lichaam. Met foto. 'Mijn knieën zijn niet mooi, daarom heb ik altijd een broek aan.' We zagen die productie en scheurden 'm uit. *Thank you!* Gelukkig dachten we ook nog even na. Zonde om zo'n productie in één aflevering te brengen. *Marie Claire* is een maandblad, *Viva* een weekblad, dus werd het een wekelijkse rubriek, nu al jarenlang een hit. Vanwaar dat succes? Het idee is goed vertaald en in de loop der jaren goed onderhouden. Eerst alleen vrouwen, daarna ook mannen, stellen, homo's, transseksuelen, trio's, met erectie zelfs. Alles goed gedoseerd, om de zoveel weken een uitstapje (tweelingen, een ex!), maar in wezen bleef de rubriek bij zijn leest: een pareltje, professioneel op de *Viva*-doelgroep toegesneden. Openhartig over je naakte lichaam praten en dat ook laten zien, seksloos gefotografeerd, frontaal. De zwart-witfotografie versterkt het sobere. Je kijkt naar een naakte vrouw, dat is waar ook.

Toen dachten we bij *Panorama*: wat *Viva* kan, kunnen wij ook. Wij willen ook wel een succesrubriek. Ook hier weer niet het verstand op klakkeloos, maar een vertaalslag: de *Panorama*-doelgroep is van een andere orde. Zo ontstond de ru-

briek 'Van Gea. Voor Kees'. Administratief medewerkster Gea liet zich bijna naakt maar *glamorous* fotograferen, speciaal voor haar man Kees, eigenlijk alleen voor hem, en *Panorama* plaatste de foto over twee volle pagina's. Een instantsucces. Hon-der-den vrouwen die dat ook wilden. Voor echtgenoot, voor de chef, voor de buurman. Voor mijn ex (wat hij mist), voor Katja (Gea mag er ook zijn). De verschillen met 'Any Body' zijn de verschillen tussen *Panorama* en *Viva*. De *Panorama*-man is rechttoe rechtaan, van dik hout en lekkere meiden zijn er niet voor niets. Dus verschijnt de serie in kleur (een zwart-witfoto is een mislukte foto), royaal op twee pagina's en de Gea's van Nederland staan er met naam en toenaam en gewicht in. Herkenbaar dus. Dat kan omdat echt frontaal naakt hier niet aan de orde is. Daar ligt bij burgerlijk *Panorama* de grens. En die grens wordt scherp bewaakt, al kijk je, als *Panorama*-maker, midden in de zomer niet op een tepel. En bij 'Any Body' én bij de *Panorama*-serie hadden we een interessante onderzoekservaring. Er was veel geïnvesteerd, dus moest er achteraf ook officieel onderzocht worden. Wat bleek: van de hele *Viva*-restyling werd de succesrubriek 'Any Body' het slechtst gewaardeerd, van de hele veranderde *Panorama* kreeg 'Van Gea. Voor Kees' de laagste cijfers. Stel je voor dat je gaat zeggen dat je 'naakt' leuk vindt! Als je onder *Story*-lezeressen een onderzoek houdt, en even niet oplet, blijkt altijd dat *Story*-lezeressen niet van roddelen houden.

Gelukkig is je buikgevoel nooit politiek correct.

Dus toen dachten we bij *Yes*: wat zij kunnen, kunnen wij ook. Wij willen ook wel een succesrubriek. Dus ontstond de pagina 'Ik & mijn Lijf'. Natuurlijk niet naakt, natuurlijk in lieve kleuren. De *Yes*-lezeres zit in het voorportaal van *Flair*. Maar ook hier ontstond een rubriek die met stip binnenkwam. Praten over je lijf waarbij de lezeres thuis kan denken: ja, die heeft ook een paardrijkont, die durft ook in bikini, en terecht. De *Yes*-lezeres is bezig met drie dingen: hoe zie ik eruit, hoe krijg ik hem, hoe hou ik hem. Er mag oorlog zijn in Irak, er mag zoiets ouderwets zijn als aids – belangrijker is de vraag welke lippenstift het vanavond wordt. Belangrijk is je eigen uiterlijk. Daarom 'Ik & mijn Lijf'. Sommige formules kunnen wel twee of drie van dit soort rubriecken hebben.

Toen dachten we bij *Playboy*: wat zij kunnen, kunnen wij ook. Wij willen ook wel een succesrubriek. En is 'Lijf' ons niet op het lijf geschreven? Daar was al gauw de dubbele pagina 'Blootgeven'. Rechts: Lily erotisch gefotografeerd, zwart-wit want de *Playboy*-lezer kan kunst wel waarderen. Links: Lily weidt uit over haar seksuele gedrag, expliciet, waar, wanneer, hoe, hoe vaak. Zeiden we bij *Panorama* nog weleens: 'Jongedame, doe uw benen maar bij elkaar', *Playboy* is *Playboy*, isn't it? Ook hier geldt: aanmeldingen genoeg. Alsof ze de volgende dag niet naar hun werk moeten. Veel buitenlandse *Playboy*-edities namen deze vertaalslag van 'Any Body' over.

Toen dachten ze bij *Vriendin*, bij *Kinderen*, bij *LINDA.*, bij *Cosmopolitan*, bij *Men's Health*... Zelfs in *Nouveau* en *Elegance* is plaats voor een vertaling van 'Any Body'. In *Nouveau*: 'Op Mijn Best'. Een vrouw vertelt waarom ze, zó gekleed, op haar best is.

Openhartig praten over je lichaam en dat lichaam ook laten zien, het kan bijna

in elke formule. Het koesteren van je lijf blijft nog wel even een trend, dus dachten we bij *Flair*: wij willen ook wel een succesrubriek. 'Any Body' zou op die manier niet in *Flair* kunnen. *Flair* is *Viva* niet. De *Flair*-vrouw is braver, onzekerder. In *Flair* geen naakt, maar wel bijna. Dus: de dubbele pagina 'Om het lijf'. Links Elly naakt, rechts Elly gekleed, beide Elly's in dezelfde houding. Het naakt is kuis, niet frontaal, de kleding is jong en verzorgd. Door het zorgvuldige beeldrijm blader je niet zomaar door, en dan heb je als bladenmaker al heel wat gewonnen. Jaren na 'Any Body' blijft ook 'Om het lijf' een toprubriek en een belangrijk onderdeel van de formule.

Geïnspireerd op 'Any Body' verscheen in *Viva* een tijdje de rubriek 'Any Cat', in samenwerking met een kattenvoeradvertentie. De lievelingskat van een lezeres werd prachtig (naakt) gefotografeerd, met karakterbeschrijving. Toen 'Any Body' tien jaar bestond werden sommige vrouwen van het eerste uur nóg een keer gefotografeerd. Hun body was tien jaar verder, maar hun mind ook. Nu wilden ze wél met gezicht, én in kleur. 'Any Body' werd de moeder aller lijfrubrieken, merkwaardig is eigenlijk dat er in twaalf jaar niets aan de rubriek veranderd is. De hele wereld, inclusief *Viva*, is de laatste twaalf jaar veranderd, behalve 'Any Body'. Hou een presentatie over de mode van de jaren negentig uit de vorige eeuw, over het straatbeeld van toen, over het breaking news van 1995, over de woontrends. In die tijd ontstond 'Any Body' en die rubriek was op die manier waanzinnig aantrekkelijk. Het is 2008 en in 2008 is dus iets nieuws nodig. Beleven we immers niet een erotisering van onze maatschappij? *Rubriek*: een vrouw praat openhartig over de erectie van haar vriend, met mooie zwart-witfotografie. *Rubriek*: vrouw laat naaktfoto van haar ex zien, gezicht eraf geknipt. Wat er allemaal niet aan de vreemdganger mankeerde! Meteen mee beginnen, op het forum. Wacht niet tot je zo'n serie in een buitenlands blad ziet. En gelukkig: de uitslag van het lezeressenonderzoek weet je ook al.

Zie de illustraties op pag. 71-72.

Een jaar lang

Hoofdprijs: 100.000 euro. Jackpot: twee miljoen euro. Toe maar. Tijdschriften hebben ook wedstrijden en prijsvragen, maar kunnen dit soort bedragen niet opvoeren. Bedenk dus prijzen met de *suggestie* van veel.

- Een jaar lang gratis koffie.
- Een jaar lang gratis benzine.
- Een jaar lang gratis pampers.
- Een jaar lang gratis internetten.
- Een jaar lang gratis bloemen op tafel.
- Pindakaas. Hoegaerden. Latte Machiato. De heg knippen. Vleesgerechten. Wat ook maar bij je doelgroep past. Omgerekend zijn het simpele prijsjes, maar voor je dat beseft, is je sms al weg.
- Win een Nissan X-trail (voor een jaar).
- Win een tweede huis (voor een jaar).
- Win een helikopter (voor 3 ritten).
- Win Matthijs van Nieuwkerk (voor een lunch).
- Win een Van Gogh (in bruikleen, voor één avond).

De toevoeging ‘voor een jaar’ in een kleiner korps.
Het blad *Glossy* kocht ooit op een veiling een shawl van prinses Diana.

- Win een door prinses Diana gedragen shawl!
Voor één avond, want volgend jaar is het weer de prijs.

Op een nieuw been, door de invalshoek

Bij wat voor blad je ook werkt, om een aantal onderwerpen kun je niet heen. Het is elk jaar Boekenweek en 11 september, er zijn elk jaar verse asperges en elk jaar gaat men met de kinderen vol goede moed naar de Provence (de productie ‘Zo blijven ze zoet in de auto’ kun je steevast programmeren).

Elk blad heeft zijn classics.

Neem een groot mannenblad: in augustus start de voetbalcompetitie, in mei eindigt de voetbalcompetitie. In november stijgt het water in de Maas en in juni, juli en augustus liggen er meisjes op het strand.

Neem een groot woonblad: oktober woonmaand, in mei een nieuw terras en dan weer gauw interieursinterieursinterieurs.

Neem *Nickelodeon*: het huis Anubis en Sponge Bob. Neem een vrouwenblad: dieet, bruin worden, herintreden, Pasen. Neem een tuinblad: droomtuin ontwerpen, tuinmetamorfose, dé ideeën van de tuinarchitecten.

Deze opsomming kan pagina's lang doorgaan. Is een blad dan elk jaar hetzelfde? Neen. Het is juist de kunst om de terugkomende onderwerpen steeds anders te brengen. Anders ben je inderdaad steeds hetzelfde, dus saai. Kies dus elke keer voor een nieuw jasje, een nieuwe invalshoek.

Bladen als *Libelle* en *Margriet* en *VT Wonen* (en *Elle* en *Marie Claire* en *Viva* en *Flair*) gaan al tientallen jaren over hetzelfde en toch vindt iedereen ze leuk en afwisselend en van nu. *Libelle*: al zeventig jaar shoppen, mode, relatie, gezondheid, tips over opvoeden. *Panorama*: al negentig jaar rampen, misdaad, vrouwen. Al vijftien jaar gaat *Yes* over eerste vriendjes, *Viva* over je ex en *Opzij* over stevig in je schoenen staan. En toch: niet saai. Omdat er steeds voor een andere invalshoek wordt gekozen. Levende, inspirerende tijdschriften zijn invalshoektijdschriften. Nooit zomaar aardbeien, maar een aardbeienstrip. Nooit zomaar Boekenweek, maar een verhaal over voorschotten, en dan vooral de voorschotten die niet terugverdiend werden.

Zegt de stagiaire tijdens een brainstorm: ‘We moeten iets met xtc-verslaving doen.’ Stilte. En omdat het de stagiaire is, begin je een verhaal. Zijn er geen ‘modernere’ pillen? Zo nee: wát met xtc? En hoe? En hoe vaak? Met foto? Een ik-verhaal? Een partnerverhaal? Een strip, een rubriek, een serie? Met Bekende Nederlanders? ‘Zó begon mijn verslaving’ of ‘Zo raakte ik ervan af’, of allebei in één verhaal.

Invalshoek!

Zeg dus niet: 'We moeten iets met xtc doen.' Zeg: 'Xtc, daar hebben we al eens wat aan gedaan. Maar wat me interessant lijkt – ik zag zoiets in *Stern* – is een monoloog van de partner van de verslaafde op de linkerpagina, en op de pagina rechts twee foto's. Hun trouwfoto en de foto van de ondertussen zwaar verslaafde man dertig jaar later.' Die serie kwam inderdaad in *Flair*. Zeg niet: 'Verliefd worden op je skileraar, daar zouden we wat mee moeten doen.' Zeg: 'We weten dat er veel met skileraren gerommeld wordt, *one holiday stand*, maar er zijn ondertussen ook veel Nederlandse vrouwen al jaren getrouwd met hun skileraar. Ze werden verliefd, bleven dat, na een paar maanden bleek Heinz een Alpenboer en was ze boerin. Ik ken er zo al acht, en ze willen graag over hun leven vertellen. Klein: après-skifootje, aan de bar. Groot: Heinz, Erica en drie blozende kinderen.' Die productie kwam inderdaad in *Flair*. Zeg niet: 'Iets met webcams, dat lijkt me wel geinig.' Zeg: 'Er kan steeds meer met webcams, ook voor ons blad. Gerrit de Jager tekent zijn Familie Doorzon altijd op donderdag. Wat me leuk lijkt: we hangen bij Gerrit thuis een webcam boven de tekentafel. Kunnen alle lezers meekijken.' Dat deed *Nieuwe Revu* ook echt.

'Van krantenjongen tot miljonair' is een favoriet thema van elk mannenblad, het hoort eigenlijk elke maand/week aan de orde te komen. Maar zomaar het zoveelste verhaal over een man in bonis – ach... En de lezer zegt ook 'ach'. Maak er een herkenbare serie van, schep eenheid in de fotografie, in de bekopping, in de totale presentatie. Dan is het *logisch* dat het verhaal in je blad staat, er loopt immers een serie. En dan wel vlak voor het taanmoment stoppen, om na een halfjaar weer zo'n soort serie te starten, in een ander jasje. Politici die aftreden na een schandaal – *Vrij Nederland* zet ze allemaal op een rij, ook de buitenlandse gouverneurs. Vier heerlijke augustusweken! Een goede moeder zijn wil elke *Libelle*-lezeres, maar het zoveelste vrijblijvende interview met weer zo'n schat – ach. En de lezeres zegt ook 'ach', en zegt ten slotte 'ach' tegen het blad. Maak er een leuke herkenbare serie van. Dat kan op tientallen manieren. 'Ik verhuisde voor mijn kind' (om gezonder te wonen; om dichterbij een bijzondere school te wonen). Een goede minnares zijn, daar wil elke *Viva*-lezeres over lezen. Maak de bijlage: 'Minnares van mijn gynaecoloog'. Dan zegt geen lezeres 'ach'. De kankerspecialiste over haar eigen borstkanker. Mongoloïde kinderen tekenen zichzelf. Peter van Straaten fotografeert. O jee, het wordt weer Kinderboekenweek! Daar kunnen we eigenlijk niets meer voor bedenken. Griffelwinnaars die zeggen wat hun slechtste boek is? Annie M.G. Schmidt die via een spiritistische seance haar voorkeuren laat blijken? Een pedagoog die geweldssites propageert? Inderdaad, voor de Kinderboekenweek kunnen we niets meer bedenken. Toch nog wel: twintig bekende grote schrijvers schreven een voorleesverhaal (De Bezige Bij, van Youp van 't Hek tot Mulisch). O ja, toch nog wel: tien thrillerschrijfsters schreven een griezelvoorleesverhaal (Anthos, van Saskia Noort tot Nicci French).

Zet de onderwerpen die 'moeten' in een jaarmatrix en bedenk er een originele, bij de tijdgeest passende invalshoek voor. Is er voor elk onderwerp zo'n invalshoek

te bedenken? Ja, honderd keer ja. Exen, 11 september, gouden handdruk, escort, kabinetsformatie – dat spreekt voor zich. Maar, inderdaad, Kinderboekenweek? Of zoiets als boerenkool of asperges? Ja! Ik beperk me tot honderd.

- 1 Opening aspergeseizoen.
- 2 Drie kinderen uit één gezin vertellen hun favoriete aspergegerecht. Drie kleine variaties.
- 3 Driesterrenkok legt uit: zo maak ik thuis asperges.
- 4 Benoem een bepaalde maand tot aspergemaand.
- 5 Deze witte wijnen passen uitstekend bij asperges.
- 6 Vijf bekende Nederlanders en hun aspergerecept.
- 7 Drie aspergetelers: zo eten wij ze.
- 8 Een grote aspergefoto met step-by-step-illustraties.
- 9 Wat zit er allemaal in asperges? Veel productie-info, gevolgd door een grote foto.
- 10 De nieuwe zomershotels. Asperges prominent.
- 11 Acht weken lang een éénkolommer over asperges, met specifieke culi-informatie.
- 12 Deal met restaurantketen, onbeperkt ei gratis.
- 13 De aspergegeschiktste aardappels.
- 14 Zes variaties op asperges, op zes losse pagina's door het hele blad verspreid.
- 15 Bekend schrijfster schrijft spannend verhaal waar asperges in voorkomen (recept afdrukken).
- 16 Aspergewedstrijd: aspergerecepten, inclusief voorafje, toetje.
- 17 Aspergedag: mobiliseer een heel dorp voor een gezamenlijke aspergemaaltijd. Ook hier was Braakhekke voor te porren, het kwam op YouTube.
- 18 Asperges uit eigen tuin. Natuurlijk kan dat, de Limburgers moeten zich niets verbeelden. Teelaardeaanbieding?
- 19 De hele redactie eet in een bepaald weekend asperge. Hoofdrecept publiceren, met individuele tips. Alle (gefilmde) verslagen op www.
- 20 Asperges? Dan deze voorafjes.
- 21 Asperges? Dan deze toetjes.
- 22 Asperges? Ook een aspergevoorafje. Ook een aspergetoetje. Ook twee asperge-tussendoortjes.
- 23 Drie illustratoren tekenen hun favoriete variatie.
- 24 De asperge-verhalenwedstrijd! Schrijf een verhaal waarin het woord asperge zes keer voorkomt.
- 25 De Wat-lusten-kinderen-graag-top-10. Dit klein brengen. Op 8: asperges met frites.
- 26 Het nieuwe aspergebestek. Shopping.
- 27 Step-by-step-fotografie, tien kleine fotootjes. Ook van de oogst. Van oogst tot op tafel.
- 28 Asperges, een keer zonder ei. Nieuw!

- 29 De tien meest gestelde vragen. Over het schoonmaken, de etiquette.
- 30 Asperge-excursie! Zelf oogsten, 's avonds diner.
- 31 Lease zes vierkante meter grond, bij de aspergeboer. Elk jaar haalt u uw oogst op.
- 32 Een 'smerige' aspergestrip laten tekenen (Hein de Kort). Het kan ook lékker – sla om!
- 33 Veel aspergetips door het hele magazine verspreid, in herkenbare kadertjes.
- 34 Quiz: drie royaal gestylde aspergeschotels, met verschillende accessoires. Welke schotel bij welke Bekende Nederlander?
- 35 Koffie maakt het aspergemenu compleet. Maar dan wel déze koffie.
- 36 Serie: De Culi Classics. In deze serie ook asperges.
- 37 Reportage: waarom ik nooit asperges eet. Acht statements, ook van Bekende Nederlanders. Voor hen die het wél eten...
- 38 Als kind at ik het zó, nu eet ik het zó. Met jeugdfoto.
- 39 Aspergerecepten met een exotisch tintje. Multi Culti Asperges!
- 40 Aspergecursus. Tien deelnemers krijgen een avond 'les'. Op de site, in het blad.
- 41 De Grote Asperge Enquête. Hoe vaak, op welke wijze, hoeveel. Alle cijfers op rij, met hét recept.
- 42 Een culinair journalist test 10 restaurants op asperges.
- 43 De héle redactie test in een bepaald weekend een restaurant op asperges. Hoeveel aspergestarren werden er weggegeven?
- 44 Via het forum: de slechtste asperge-ervaringen binnen en buiten de deur. Binnen- en buitenland. In het blad: zó beter.
- 45 Vier bekende fotografen fotograferen hun favoriete aspergerecept.
- 46 De (kinder)kookcursus. Deze week deel 6: asperges.
- 47 Hoe komen gerechten aan hun naam? Van 'cordon bleu' tot 'asperges'.
- 48 Asperges uit een pot, vacuüm... Test.
- 49 Serie: met jou wil ik dát eten, en daar en daar over praten.
- 50 Zo maak je asperges extra chic (aankleding, styling etc.).
- 51 Op die dag eet ik altijd dat en dat. Zes data, zes gerechten (o.a. asperges).
- 52 Asperges. Zes streekvarianties.
- 53 Aspergelunch!
- 54 Dit eet ik op mijn verjaardag. Drie kinderen, drie gerechten. Toastjes mét...
- 55 Een historisch verhaal over asperges. Gevolgd door een recept. Mmm... asparagus!
- 56 Sluiting aspergeseizoen: St. Jan. Nog één keer, maar dan op deze bijzondere manier.
- 57 Alle columnisten van een tijdschrift dineren tezamen, en schrijven hun aspergecolumn.
- 58 Aanbieding: speciaal ontworpen aspergebestek.
- 59 Eén keer asperges maken, voor twee dagen. Morgen aspergelunch.
- 60 Aspergeboekje, een uit het blad te knippen miniatuurboekje van zestien pagina's. Zestien varianties.

- 61 Aspergestrip. Strip à la Bommel, met de bereidingswijze eronder.
- 62 De bladstrip, bijvoorbeeld *Jan, Jans en de kinderen*, gaat deze keer over asperges. Gevolgd door de receptuur.
- 63 Het aspergedieet.
- 64 Voor één week: aspergediscussie op het forum.
- 65 Complete aspergeset verkrijgbaar in de supermarkt. Met ei-aanbieding. Compleet gerecht in blad presenteren.
- 66 De complete olympische hockeyploeg aan de aspergetafel.
- 67 Uitgangspunt: kan ook uit de oven! Mooie serie. Ten slotte ook asperges.
- 68 Drie striptekenaars krijgen als thema: asperges. Recept separaat afdrukken.
- 69 Vijftig aspergetips van Limburgse oma (schoonmaken, aardappels etc.). Ook weetjes.
- 70 In het blad gratis papieren placemat (met aspergestrip erop). Kan ook gedownload.
- 71 Poolse aspergestekers eten asperges op z'n Pools. En u ook.
- 72 Culinaire budgetproductie. En natuurlijk blijken de asperges daar goed uit te komen.
- 73 Uitgangspunt: vitaminen. Vitamine A van Asperge.
- 74 Gratis bij blad: aspergeservetten.
- 75 Uw gastheer: André Rieu.
- 76 De kindermoestuinstrip. Van planten tot steken tot op het bord.
- 77 In de Limburg-special: carnaval, Rieu, Cauberg, asperges, witbier.
- 78 Asperge kan best met rode wijn. Maar dan déze.
- 79 De bereidingswijze stap voor stap gevisualiseerd in de vorm van een leesplankje.
- 80 Culinaire test afdrukken. Vragen op het gebied van gezond/gemak/traditie. Wat blijkt? U bent een typische asperge-eter! Sla om voor het recept.
- 81 Limburgers in den vreemde interviewen. Ook over hun aspergeheimwee.
- 82 Bijlage: het culinaire zomerkwartet. Mag ik van 'gezond' de asperges?
- 83 Aspergemenu in het hart van het blad. Bij de inhoud, voorin, het aspergevooraftje. Bij de 'Volgende Week', achterin, het aspergetoetje.
- 84 Openen met een paar artistieke foto's. Bijvoorbeeld de aspergestekers op het land, in de dauw. Geen kunst: heerlijke asperges.
- 85 Uitgangspunt: bekende schilderijen waarop asperges te zien zijn (Monet).
- 86 Zelf asperges invriezen. De do's en don'ts. Veel don'ts.
- 87 Drie hoofdredacteuren van uitgesproken culi-glossy's geven het aspergevoorbeld, in het weekblad.
- 88 Asperges in de winter! Dán te koop.
- 89 Klassiek Limburgse Culinaire Dag. Van ontbijt tot souper, van vlaai tot toastjes asperge.
- 90 Vier generaties, vier andere bereidingswijzen (of niet). Foto: overgrootmoeder (79), oma (59), dochter (40) en kleinkind (19). Inclusief tafelzilver.
- 91 Als onderdeel van de 'De Beste Kookboeken ter Wereld': Asperges Totaal.

- 92 Zó organiseer je een tuinfeest! En wat staat daar op tafel?
- 93 Voor het blad *Elegance*: cursus asperges aquarelleren. Diner toe.
- 94 De subtiele verschillen tussen witte, paarse en groene asperges. En de culinaire 'gevolgen'.
- 95 De armeluisasperges. Haverwortel. Schorseneer. Op déze manier lekker.
- 96 Dunschillers. De nieuwste, de apartste, zelfs een zakmes mét.
- 97 Asperges met vis! Maar dan déze vis.
- 98 De top 10-aspergesites. Van elke site een tip of recept.

Je kunt schrijven: 100 invalshoeken. Maar 98 invalshoeken verkoopt beter. Het suggereert dat er – speciaal voor u! – een weloverwogen keuze is gemaakt. En dat is ook zo.

Invalshoeken máken het blad. Wat ik hier deed met asperges, kan met elk onderwerp, zeker in een massablad. Een weekblad doet drie keer per jaar aan asperges, dus het excuus kan nooit zijn dat er niets nieuws bedacht kan worden. Voor de wat meer gespecialiseerde (maand)bladen ligt het anders. Bladen als *Delicious*. of *Ouders van Nu* kunnen het zich veroorloven wat minder creatief te zijn met hun invalshoeken. Het is er weer, het witte goud. Maar bij massabladen moet je nieuws máken, de invalshoek maakt de productie uniek.

Beste lezer, geachte lezeres, zo had u er nog nooit tegenaan gekeken. U houdt wel een beetje van koken, u probeert weleens wat, het zit mee dat er elke dag weer een gezonde trek is, maar wat we deze week toch hebben! Op acht pagina's, op acht exclusieve pagina's het unieke Flair Recepten Ganzenbord Spel. Nieuwe variaties en recepten en de winnaar krijgt Jonnie Boer op bezoek. Gebruik de gratis, prachtig geïllustreerde receptenkaarten!

Zoiets dus.

Invalshoeken zijn niet alleen van belang voor tijdschriften. Je ziet ze overal. Het woordje 'uitverkoop', daar raak je niet meer ondersteboven van. Maar als De Bijenkorf haar Drie Dwaze Dagen lanceert, oftewel drie dagen uitverkoop, is zelfs de Dam te klein. Het herhalen van oude, succesvolle tv-programma's wordt goedkoop en oncreatief genoemd. Maar als de vPRO zomergasten als Katja Schuurman of minister Plasterk een aantal programma's laat herhalen, is het goedgekeurd. De invalshoek is leuk, je wordt op een nieuw been gezet. Elke hoofdredacteur van een vrouwenweekblad krijgt drie keer per maand een brief met ongeveer de volgende strekking:

Geachte hoofdredactie. Met mijn vriend vertrek ik over twee maanden voor een reis rond de wereld. Vooral de positie van de vrouw in de verschillende werelddelen intrigeert ons. Mijn vriend kan fantastisch fotograferen (zie [www.](#)) en ik ben werkzaam als freelance-journaliste. Ik neem aan dat uw blad wel belangstelling heeft voor deze onderwerpen. Ik kan ze u exclusief aanbieden. Mag ik binnenkort langskomen voor nadere afspraken en een voorschot?

Er wordt nog net niet gepraat over filmrechten. Dit soort reportages is te vaak vertoond; ze maken je blad die week niet 'net even anders dan anders'. Ooit kreeg ik een soortgelijke brief van een lezeres. Ze schreef dat ze als huwelijksreis een tocht rond de wereld ging maken en wilde publiceren over de huwelijksrituelen *all over the world*.

Met een goede afspraak gemaakt. Nieuwe invalshoek!

In de etalage

Een goedkope plek om reclame te maken is de etalage. *Playboy* vierde de restyling met model Manja, in de etalage van een modieuze kledingzaak in de Leidsestraat. Soms toplless (op de hele uren), soms nieuw ondergoed (halftwee, halfvier), soms alleen met hoge hakken (halfvijf). Diezelfde Manja ook te zien in de nieuwste *Playboy*. *Journal!* *Het Parool!* *SBS6!* *PLAYBOY-site!* *Revu* is *Playboy* niet, maar iemand die zich in de etalage laat tatoeëren, trekt ook.

Ouders van Nu: hoogzwangere vrouw laat echo maken. *HP/De Tijd*: Leon de Winter laat zich interviewen, acht koptelefoons buiten beschikbaar. *Cosmo*: nog even openbaar naar de kapper, vanavond naar het feest. Holman schreef ooit in de etalage van De Bijenkorf een boek. Het V&D-etelageschaaktoernooi, in alle filialen een partij, met demonstratiebord. Sowieso zijn livemodellen in een etalage leuk, kan elk tijdschrift iets mee doen. Masseur!

Een nachtje slapen, in een Auping, in de etalage bij Metz. Met ontbijt, je wint niet elke maand een wedstrijd van *VT Wonen*.

Honden trimmen Fotograferen Peter Klashorst portretteert. Een beeldhouwer. Ook het tuincentrum heeft een etalage. *Margriet* richt bij Overvecht drie tuinen in: de vijftig-eurotuin, de op-het-noorden-tuin, de kindvriendelijke tuin. Alles om de hoek te koop en Overvecht blij met de zes *Margriet*-pagina's. En wat is het daar druk bij de Gamma? *Panorama* organiseerde een Amerikaanse leugendetector.