Durk Haarsma: Van papieren advertentietitels tot AI-gedreven leadgenerator

28-10-2025 11:00



Van een Friese nevenvestiging van Reed Business tot een wereldwijd opererende uitgever met AI in de frontlinie, Durk Haarsma heeft het allemaal van dichtbij meegemaakt. Als director of content, strategy & business development bij Geomares zag hij het bedrijf transformeren van papieren advertentieplatform tot digitale leadgenerator met internationale impact. “Waar we vroeger 80 procent van onze omzet uit printadvertenties haalden, is dat nu precies omgekeerd.”

Twintig jaar geleden begon Durk Haarsma als uitgever bij Reed Business Geo. In 2009 volgde een management buy-out: Geomares was geboren. “We waren de kleinste, meest zelfstandige vestiging van Reed Business, maar met sterke titels als *GIM International* en *Hydro International* hadden we een stevige basis,” vertelt Haarsma. Die titels bedienen wereldwijd nichemarkten: landmeetkundigen, hydrografen en andere geo-professionals.

Van papier naar digitaal

Waar Geomares destijds nog vooral leunde op printadvertenties, voltrok zich de afgelopen vijftien jaar een complete omslag. “In 2009 kwam 80 procent van onze omzet uit printadvertenties. Nu is dat 90 procent digitaal,” zegt Haarsma. “De reis van papieren advertenties naar online leadgeneratie is intensief geweest,

maar noodzakelijk.”

Een belangrijke stap in die digitalisering was de herontdekking van een oude interne database. “We hadden jarenlang een enorme hoeveelheid productinformatie over geo-apparatuur verzameld. Die lag stof te happen,” vertelt Haarsma. “Tot we besloten er iets nieuws mee te doen.” Die beslissing leidde tot Geo-matching, inmiddels het grootste platform van Geomares. “Daar kunnen leveranciers van geo-apparatuur hun producten presenteren, vergelijkbaar maken en leads genereren. Een freemium-model waarin aandacht en zichtbaarheid worden omgezet in concrete business.”

De internationale reikwijdte van het bedrijf helpt om schommelingen in de markt op te vangen. “Ongeveer 30 procent van onze omzet komt uit Amerika, 30 procent uit Europa en 30 procent uit Azië-Pacific,” zegt Haarsma. “Daardoor blijft de balans redelijk stabiel. Als het in de VS wat minder gaat, trekt China of Europa het vaak weer bij.”

Hoewel Geomares wereldwijd opereert, blijft het bedrijf klein en wendbaar. Met twaalf mensen in Lemmer en een groot netwerk van freelancers en experts over de hele wereld weet het team de nichemarkt efficiënt te bedienen. “We hebben redacteuren, sales, marketing en *client support* in huis – allemaal mensen die onze klanten helpen hun producten en content optimaal te presenteren.”

AI als volgende stap

De nieuwste fase in de evolutie van Geomares draait om kunstmatige intelligentie. “We beschikken over een enorme hoeveelheid data, maar het was lang de vraag hoe we die konden benutten,” vertelt Haarsma. In samenwerking met technologiepartner Calq werkt Geomares aan automatisering van het contentbeheer en datagebruik.

“Onze databases zijn complex en vragen veel onderhoud. AI helpt ons om productinformatie sneller te verwerken en zelfs automatisch berichten te genereren. Daarnaast experimenteren we met AskGEOrge, een AI-agent die antwoorden zoekt binnen onze eigen gecureerde databases.”

Die AI-tool is niet alleen een service voor gebruikers, maar ook een nieuwe bron van inzichten. “We zien nu welke vragen mensen stellen, en dat is waardevolle data. Uiteindelijk willen we die informatie weer terug laten vloeien naar onze klanten, zodat die gerichter leads kunnen genereren.”

Voor Haarsma is het duidelijk: uitgevers die AI omarmen, krijgen de kans om hun traditionele rol opnieuw uit te vinden. “Wij zijn niet meer alleen een mediabedrijf, maar ook een dataplatform en technologiepartner. En dat is precies wat de toekomst van uitgeefwerk zo interessant maakt.”

Durk Haarsma zal op inct.spiratie 2025 laten zien hoe AskGEOrge tot stand is gekomen, welke uitdagingen overwonnen moesten worden en welke ontwikkelingen er nog zullen volgen.
Er zijn nog een paar plaatsen beschikbaar

MEER INFO & AANMELDEN

David Huijzer