

Lancering ADR Nieuwsmedia

12-05-2016 10:13

AD en alle regionale kranten van de Persgroep Nederland zullen vanaf vandaag zich samen profileren als ADR Nieuwsmedia. De nieuwsorganisatie bestaat dan uit één landelijk dagblad, zeven regiotitels en 57 regionale edities.

Het merk bereikt in totaal 3,6 miljoen lezers (dagelijks via de papieren krant), 7,9 miljoen (via het web) en 12 miljoen (via de app) bezoekers per maand. Inhoudelijk wordt ADR Nieuwsmedia gemaakt door bijna 900 journalisten. De centrale redactie in Rotterdam verslaat het internationale en nationale nieuws en achtergronden voor het AD, BN DeStem, Brabants Dagblad, Eindhovens Dagblad, de Gelderlander, de Stentor, PZC en Tubantia. De regioredacties verslaan al het eigen regionale en lokale nieuws. Met ingang van vandaag kennen alle titels een vernieuwde lay out.

ADR Nieuwsmedia is een bundeling van sterke regionale merken. Hiervoor is een nieuwe logofamilie ontwikkeld. Het straalt enerzijds de verbinding uit, anderzijds het eigene van het regio. De ADR-familie wordt gekenmerkt door het gebruik van vierkante, meest rode logo's.

Zowel richting consumenten als zakelijk zullen de acht merken van ADR Nieuwsmedia gezamenlijk campagne voeren. De thematiek die hierbij gekozen is 'ADR komt dichterbij'. Door de hoge bereiksdichtheid per gebied, van 25 tot 40%, hebben de ADR-merken in hun eigen regio's een leidende rol in nieuwsvoorziening. Hoe dichterbij iets gebeurt, hoe groter het wordt.

De introductie van ADR Nieuwsmedia gaat gepaard met enkele veranderingen in de krant. Naast een nieuwe vormgeving zullen er elke dag meer pagina's economie zijn. Voor specifiek de nationale editie van AD komen er dagelijks extra pagina's rond gezondheid, wonen, uitgaan, geld en werk. Daarnaast is het columnistenteam in alle kranten versterkt met een groep scherpe pennen: Halina Reijn (maandag), Hanina Ajarai (dinsdag), Marjan Berk (woensdag), Anniek van den Brand (donderdag), Tommy Wieringa (vrijdag), Paul de Leeuw (zaterdag), Angela de Jong (over tv), Vincent Bijlo (over radio), Pauline Bijster en Özcan Akyol.

Erik van Gruijthuijsen, directeur journalistiek van de Persgroep Nederland: "We zijn de grootste en de wijdst vertakte nieuwsorganisatie van Nederland. Dat is geen overmoed, dat zijn de feiten. Dat zullen lezers en bezoekers van onze websites en apps gaan zien, elke dag in de krant, elk uur online. We brengen het wereldnieuws en het nieuws uit jouw wereld."