FD wil krant maken voor digitaal tijdperk

11-06-2018 15:03

Het FD, waarvan de redactie als eerste in Nederland 'digital only' ging werken, zet op 10 september een opmerkelijke stap: dan verschijnt een compleet nieuwe krant. De lat ligt hoog: het FD heeft de ambitie de beste krant in het digitale tijdperk te maken.

Die ambitie komt voor de doordeweekse krant tot uiting in een design dat proeflezers associëren met online. De dagelijkse navigatiebalk op de eerste drie pagina's van de krant geeft precies aan wat het FD die dag te bieden heeft. Verdiepende verhalen krijgen een QR-code die de lezer verder leidt naar een dossierpagina.

Het door lezers gewenste scherpe onderscheid tussen (nieuws)overzicht en verdieping komt het beste tot zijn recht in een kleiner, handzaam formaat dat geniet en schoongesneden (zoals een magazine) de drukkerij in Diemen verlaat. Het unieke formaat van het FD is iets kleiner dan de reguliere tabloids.
Het FD begon vorig jaar augustus met de voorbereidingen. Samen met onderzoeksbureau Motivaction hield de redactie diverse co-creatie workshops met bestaande en potentiële abonnees. Wat bleek: naarmate lezers steeds vaker en langer digitaal lezen, wordt de behoefte aan een overzichtelijke, verdiepende én rustgevende krant groter.

In het najaar kreeg de Poolse media-ontwerper Jacek Utko van het FD de opdracht met schetsen te komen. Hij 'tekent' voor het gehele ontwerp.
Ook FD Weekend wordt stevig op de schop genomen. Een nieuwe bijlage, FD Futures, onderzoekt de impact van technologische ontwikkelingen op de samenleving. Het wekelijkse magazine FD Persoonlijk excelleert in interviews en portretten en belicht smart living met hoogopgeleide 'spitsuur-stellen' in gedachten. FD Weekend nieuwe stijl verschijnt voor het eerst op zaterdag 15 september.

Het nieuwe FD onderscheidt zich door de week als volgt:
• In de gedrukte krant is een helder onderscheid aangebracht tussen nieuwspagina's en pagina's waarop onderwerpen worden uitgediept. In het verdiepende deel van de nieuwe krant verschijnen voor het eerst vooruitblikkende of zogenoemde scenarioverhalen;
• op de eerste drie pagina's toont de krant dagelijks een prominent overzicht in de vorm van een navigatiebalk die de lezer meteen in staat stelt om zijn/haar leeskeuzen voor die dag te maken;
• de verdiepende verhalen worden allemaal verrijkt met een samenvatting en bevatten verwijzingen naar diverse online dossiers waarbij onder andere gebruik wordt gemaakt van QR-codes;
• het dagelijks zeer goed gelezen profiel van een beslissende persoon in het nieuws krijgt meer ruimte, in het hart van de krant;
• Bartjens, een van de kroonjuwelen van het FD, verschijnt voortaan op de achterpagina;
• nadat het FD in maart 2013 als enige landelijke dagblad ging verschijnen in het Berliner formaat, kiest de krant ook nu voor een uitzonderlijke verschijningsvorm. Het FD ontwikkelde in samenspraak met drukkerij Rodi een uniek handzaam formaat, dat geniet en schoongesneden extra gebruiksgemak biedt. De verwachting is dat lezers het handzame FD gemakkelijk meenemen en gedurende de dag vaker zullen lezen.
Het FD heeft in brede kring de reputatie van een grote betrouwbaarheid. Met de journalistieke aanscherpingen wil de krant voor meer lezers toonaangevend worden. De focus blijft liggen bij zakelijke beslissers van vandaag en morgen.

Het FD heeft nu een betaalde oplage van 85.000 en wil binnen enkele jaren de grens van 100.000 passeren.