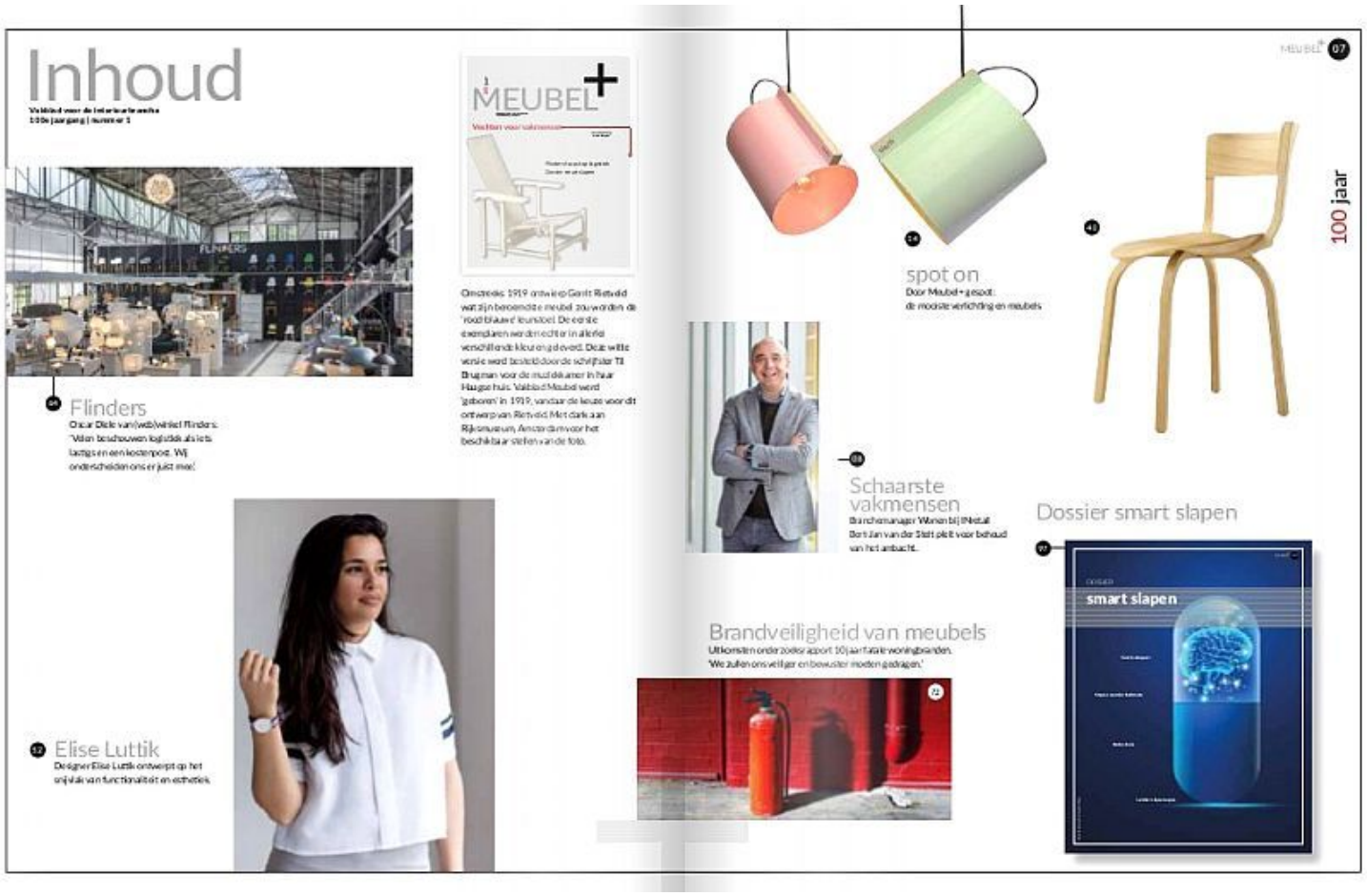
Vakbladen.com doet titels van de hand

22-05-2019 08:31



De vakbladen Meubel+ en Parketblad zijn per 1 mei 2019 overgenomen door Sanders Media uit Weert. Deze titels werden tot nu toe uitgegeven door de crossmediale uitgeverij Vakbladen.com.

Meubel+ ontstond in oktober 2018 na een ingrijpende aanpassing van de producten uit het wooncluster, dat een jaar eerder van Uitgeverij Lakerveld was overgenomen. Uitgangspunt daarbij was de huidige mediaconsumptie, waarbij gebruikers voor de actualiteit digitale media raadplegen. Voor achtergrond en duiding over het vak is echter nog wel degelijk ruimte voor mooie en relevante printmedia. Het wekelijks verschijnende vakblad Meubel, het vakblad Slapen, Home & Living en het Tijdschrift voor de Woninginrichter werden samengevoegd tot één moderne interieurglossy voor de interieurprofessional, Meubel+. Daarnaast werd een nieuwe website geïntroduceerd met dagelijks actuele informatie uit de interieurbranche. Het Parketblad werd gerestyled, maar bleef als standalone titel bestaan, omdat het zo'n unieke positie heeft in de nichemarkt van parketteurs.

De koop van Meubel+ en Parketblad is een logische stap in de strategieën van beide uitgeverijen. Sanders Media is al uitgever van de titels Interieurbouw, Bouw & Renovatie, SGA (Schilder, Glas en Afbouw) en Tuinvak. "Meubel+ en Parketblad sluiten naadloos aan op onze portfolio, waarmee we een steeds groter deel van de professionals op en rond het huis in Nederland bereiken", aldus directeur Wouter Sanders.

Volgens Rik Stuivenberg, directeur eigenaar van Vakbladen.com, is de verkoop van het wooncluster onderdeel

van de strategie, waarin focus wordt aangebracht op enkele grote branches. "De Publish Impulse Group is al geruime tijd actief als dienstverlener die voor veel mediabedrijven abonnementenbeheer, advertentieverwerking en vormgeving van hun bladen verzorgt. De afgelopen jaren hebben we een zestal mediabedrijven overgenomen en ondergebracht in de nieuwe uitgeverij Vakbladen.com. Hierdoor ontstond een portfolio van meer dan 40 mediamerken verspreid over een groot aantal uiteenlopende branches. Het afgelopen jaar hebben wij daarin focus aangebracht, door een aantal mediamerken te verkopen aan mediabedrijven waarbij de titels beter aansluiten bij al hun bestaande activiteiten", geeft Rik Stuivenberg aan. "Daardoor kunnen wij ons beter richten op innovaties in onze branches Techniek, Chemie & Life-sciences, Automatisering, Food en data gedreven producten als het Handboek Nederlandse Pers".

David Huijzer