



Na bijna veertig jaar draagt Hein van Iersel de leiding van NWST over aan dochter Willemijn

De nieuwsgierigheid blijft, de manier van leidinggeven verandert

Na bijna veertig jaar draagt Hein van Iersel de leiding van NWST NeWSTories bv over aan dochter Willemijn. Daarmee komt een nieuwe generatie aan het roer van de uitgeverij achter onder meer Fieldmanager. Hein blijft betrokken, maar krijgt meer tijd voor de dingen die hij het liefst doet. Willemijn wil vooral verder bouwen aan het bedrijf en de mensen die er werken. En één ding verandert niet: de verhalen worden nog altijd buiten, bij de vakmensen, gevonden.

Auteur: Karlijn Raats

Waar Hein vooral kansen ziet en nieuwe ideeën bedenkt, richt Willemijn zich meer op samenwerking en het begeleiden van medewerkers. Ook wil ze NWST verder uitbouwen tot een platform dat mensen en kennis in de groene sector samenbrengt. De overdracht kwam niet uit de lucht vallen. Willemijn nam de afgelopen jaren steeds meer taken over. Het hoofdredacteurschap van de zes vakbladen ging al op 1 januari 2025 over. Inmiddels is ook het eigenaarschap officieel overgedragen. Voor Hein is het een logisch moment om een stap terug te doen, al blijft hij betrokken bij de uitgeverij.

Nieuwe rol voor Hein

Hein krijgt de rol van Strategisch Media- en Kennisambassadeur. 'Een hele mond vol, maar feitelijk betekent het dat hij alleen nog de dingen doet die hij leuk vindt', legt Willemijn uit. 'Én dat er niet met hem veertig jaar kennis van de sector hier de deur uitloopt.' De overdracht is meer dan een wisseling van personen. Vader en dochter verschillen ook in hun manier van leidinggeven. Hein omschrijft zichzelf vooral als ondernemer. Iemand die kansen ziet en daar het liefst gisteren nog mee aan de slag gaat. 'Ik vertel mijn ideeën aan iedereen en dan hoop ik dat ze er zelf mee aan de slag gaan. Dat werkt natuurlijk niet altijd even goed.' Willemijn kiest voor een andere aanpak. Ze wil verantwoordelijkheden duidelijker verdelen en zorgen dat ideeën ook daadwerkelijk worden uitgevoerd. 'Ik vind het leuk om mensen aan te zetten tot dingen en te kijken hoe je iemand het beste kunt inzetten.'

> 'Voor de rol van terreinmeester was voorheen weinig aandacht. Tegenwoordig is de fieldmanager een begrip'

Van Greenkeeper naar Fieldmanager

De basis waarop Willemijn verder bouwt, ontstond eind jaren tachtig. Hein begon destijds met een reclamebureau. 'Rond 1991 kwamen we als jong reclamebureau bij John Deere-importeur Louis Nagel. Daar lag een gestencild blaadje, Greenkeeper. Ik en mijn toenmalige partner zagen meteen kansen, stapten op de NGF af en zeiden: 'Wij gaan hier een echt vakblad van maken.' Dat mocht. We bedachten 'beurzen op papier' om adverteerders te trekken en groeiden met Greenkeeper al snel van zes naar dertig pagina's.' In de jaren daarna groeide NWST uit tot een uitgeverij met zes vakbladen. In 2005 verscheen Fieldmanager, gevolgd door Boomzorg in 2008, Boom in Business in 2010, Stad+Groen in 2013 en De Hovenier in 2018. Tegelijkertijd nam NWST afscheid van de oorspronkelijke reclametak.

Voor Hein is vooral de ontwikkeling van het vak interessant. 'Het succes van onze bladen bleek pas echt toen lezers ons vertelden dat ze met het blad in de hand eindelijk aan de gemeenteraad, en aan het thuisfront, konden laten zien hoe belangrijk hun werk eigenlijk is. Voor de rol van terreinmeester was voorheen weinig aandacht. Tegenwoordig is fieldmanager een begrip.'

De verhalen achter het vak

De nieuwe CEO groeide op met het bedrijf, maar haar betrokkenheid bij de sector komt volgens haar niet alleen voort uit haar familieachtergrond. Aan de keukentafel ging het zelden over het bedrijf. Met drie vrouwen aan tafel kreeg Hein weinig gelegenheid om over sportveldonderhoud te beginnen. Haar enthousiasme voor de sector ontstond dan ook pas toen ze zelf bij NWST ging werken. 'In deze sector lopen gewoon heel leuke mensen rond die bijzondere dingen doen. Tegelijkertijd zijn ze nuchter, praktisch en open. Vaak beseffen ze zelf niet eens hoe bijzonder hun werk is.' En juist daarin zit voor haar het plezier van journalistiek: die verhalen ontdekken en vertellen.

Die nieuwsgierigheid deelt ze met haar vader. Net als de overtuiging dat vakjournalistiek niet alleen moet informeren, maar ook kritisch moet zijn. 'Je wilt schrijven over wat er gebeurt, niet alleen over wat mensen je vertellen', zegt Willemijn. Ze wil dat kritische geluid binnen de hele redactie verder versterken, juist nu Hein minder betrokken is bij het dagelijkse werk. Ook bij grote onderwerpen als klimaatadaptatie, biodiversiteit en verduurzaming blijft die journalistieke houding belangrijk. Hein: 'En wat die grote dossiers betreft: ze zijn van wezenlijk belang, maar een journalist is geen activist. Wij belichten die onderwerpen praktisch, kritisch en onafhankelijk.'

> De overtuiging dat vakjournalistiek niet alleen moet informeren, maar ook kritisch moet zijn

Meer dan alleen vakbladen

Onder Willemijn moet NWST zich verder ontwikkelen als platform voor de groene sector. De gedrukte vakbladen blijven bestaan, maar daarnaast wil ze de digitale activiteiten en de evenementen verder uitbouwen.

> 'Je wilt schrijven over wat er gebeurt, niet alleen over wat mensen je vertellen'

Zo is onlangs het vacatureplatform Groene Banen gelanceerd. 'We zijn allang niet meer alleen een blaadje waarvan je het succes kunt afmeten aan het aantal pagina's', zegt ze. 'Ik wil nog meer vanuit de platform- en community-gedachte werken. Hoe kunnen we samen de sector verder helpen?' Daarbij blijft ook het gedrukte vakblad een belangrijke rol spelen. Online is er ruimte voor snel nieuws, terwijl bijeenkomsten vakmensen bij elkaar brengen. Print biedt juist de mogelijkheid om onderwerpen uitgebreider te behandelen. 'Het vakblad blijft als bewaarexemplaar onmisbaar, al stappen we qua duurzaamheid over op iets minder zwaar papier', aldus Willemijn.

Ook de rol van NWST als verbinder tussen bedrijven, vakmensen en organisaties krijgt meer aandacht. 'Er ligt al een goede basis. Het gaat er vooral om de bestaande activiteiten verder uit te bouwen en beter met elkaar te verbinden. Neem nu bijvoorbeeld het Green Gala. Dit is al echt een feest voor de grassector en dat gaan we dit jaar gewoon nóg leuker maken.' Voor Hein is dat een geruststellende gedachte. Hij heeft alle vertrouwen in de toekomst van de uitgeverij en kijkt ernaar uit om zich achter de schermen meer met de inhoud bezig te houden. Helemaal loslaten hoeft hij NWST dus niet. Waar lezers hem straks kunnen tegenkomen? Hij lacht: 'Soms op een beurs, maar waarschijnlijk vaker bij de Lidl of Plus in Udenhout.'

Buiten blijven komen

Willemijn weet ondertussen dat ze altijd nog bij haar vader terechtkan. 'Hij heeft zijn visie de afgelopen jaren heel goed op mij overgebracht. Ik begrijp waarom hij bepaalde keuzes maakte. Soms maak ik bewust een andere keuze en soms denk ik: nee, hij had gewoon gelijk.' Wat in ieder geval niet verandert, is de manier waarop NWST zijn verhalen vindt. Niet alleen achter een bureau, maar vooral bij de mensen die dagelijks met groen, bomen, sportvelden en golfbanen werken. 'Wij zijn buiten te vinden: we gaan naar de vakmensen toe, zoeken de lezers op en blijven een nieuwsgierige partij.'

BE SOCIAL
Scan, lees & deel!