

Persbericht
Groot-Bijgaarden, 12 februari 2009

Restyling voor Vacature Magazine, ondanks crisis op arbeidsmarkt

Op 14 februari verschijnt Vacature Magazine in een nieuwe gedaante. Nieuwe rubrieken en een nieuwe vormgeving tonen aan dat Vacature ook in tijden van crisis blijft investeren in producten voor de m/v met talent.

Twee en een half jaar na de lancering van het Vacature Magazine, krijgt Vacature een grondige restyling. Niet dat de lezers erom vroegen. Maar liefst 361.666 m/v lezen wekelijks het carrièreblad van Vacature, dat blijkt uit de metingen van het gerenommeerde onderzoeksbureau TNS Media. En ook uit lezersonderzoek van Synovate Censydiam blijkt dat de Vacature-redactie een goed rapport krijgt (van zijn lezers).

Waarom dan toch restylen? "Nu heel wat bedrijven herstructureren, gebruiken nog meer professionals ons magazine om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt," zegt Christophe Glorieux, algemeen directeur van Vacature. "Om hen een magazine te bieden dat de vinger aan de pols houdt, en actueel en toegankelijk oogt, hebben we besloten om net nu te investeren in een vernieuwd magazine."

De **grafische nieuwigheid** zit in de keuze voor een no-nonsense design dat is afgestemd op hedendaagse vormgeving zonder veel franjes. Art director Pieter Ver Elst koos met Alto voor een nieuw lettertype uit de fontbibliotheek van Ourtype. Verder creëerde hij een rustige, uitgebalanceerde bladspiegel met voldoende witruimte. Wekelijks wordt één hoofdkleur uitgekozen die vanaf het logo op de cover doorheen het hele magazine doorgetrokken wordt. Net die samengang van een strak vormgegeven magazine met een touch of colour maakt de vormgeving toegankelijk en vernieuwend.

Inhoudelijke vernieuwingen omvatten vooral nieuwe rubrieken. Sommige daarvan zijn erg praktisch, zoals de wekelijkse juridische rubriek over nieuwe wetgeving en de rechten en plichten van werknemers. Andere leggen een duidelijke link met de Vacature-sites. In 'Testbatterij' bijvoorbeeld legt de redactie wekelijks een BV het vuur aan de schenen in een van de vele on line testen van de Vacature.com site. "Natuurlijk was er geen haar op ons hoofd dat eraan dacht om populaire rubrieken zoals 'De maandag van', 'Salariswatcher' of 'Successtapes' af te schaffen," zegt hoofdredacteur Marian Kin. "Onze sterkhouders zijn gebleven, net als de kwalitatieve journalistiek, maar werden aangevuld met korte, frisse rubriekjes."

Ook naar **werkgevers** toe biedt het vernieuwde magazine extra voordelen. Christophe Glorieux: "De rekruteringsadvertenties komen terecht in een mooie en stijlvolle context die afstraalt op de boodschap van het bedrijf. Meer en meer blijkt dat het gedrukte medium zich uitstekend leent voor **employer branding**. Wij wilden onze klanten daar niet op hun honger laten zitten."

Over Vacature

Voor haar lezers, surfers, luisteraars en kijkers is Vacature een permanente bron van kwalitatieve carrière-informatie en dito vacatures. Vacature zoekt constant naar de beste weg om kandidaten en bedrijven met elkaar in contact te brengen met het oog op rekrutering en persoonlijke ontwikkeling. Via haar vier pijlers (Magazines, Online, Events en Databanken) speelt Vacature steeds opnieuw in op de behoeften van de nieuwe m/v met talent. En biedt Vacature een multimediaal platform aan dat past bij haar succesvol leadership.

Contacten voor de pers:

Christophe Glorieux, algemeen directeur: 02/270.45.59 of 0495/89.09.08

Erkend Bureau Vacature VG.1186/B - Jobscareers VG. 1245/B
© 2009 - Vacature - Pontbeekstraat 4 - 1702 Groot-Bijgaarden
Dit bericht werd verstuurd naar: iedereenintern@vacature.com