



RODI
G R O E P

MVO-verslag 2025



**GERICHT OP DE TOEKOMST,
HET MILIEU EN DE
LOKALE SAMENLEVING**

**NEEM
CONTACT
MET ONS
OP!**



RODI WEST MEDIA
WWW.RODIWESTMEDIA.NL
INFO.RWM@RODI.NL
0174-624212



DWF MEDIA
WWW.DWFMEDIA.NL
INFO@DWFMEDIA.NL
053-4368324



RODI MEDIA
WWW.RODIMEDIA.NL
ADVIES@RODI.NL
0226-333311



RODI ROTATIEDRUK
WWW.RODIROTATIEDRUK.NL
ROTATIEDRUKWERK@RODI.NL
020-3980808



RODI VERSPREIDING
WWW.RODIVERSPREIDING.NL
VERSPREIDING@RODI.NL
0226-331020

INHOUDSOPGAVE



OVER RODI

TERUGBLIK 2025: EEN DUIDELIJKE KOERS, GERICHT VOORUIT /
RODI GROEP IN BEELD / RODI GROEP: HISTORIE & HEDEN / EMERCE
100 & KRACHT VAN LOKAAL / DIGITALISERING EN DUURZAAMHEID /
RODI ROTATIEDRUK: EFFICIËNT PRODUCEREN /
DE BETROUWBARE VERSPREIDER



ONZE AARDE

SAMEN WERKEN AAN EEN BETER MILIEU /
SAMEN OP WEG NAAR EEN DUURZAMER RESULTAAT /
DE DRUKKERIJ IN BEWEGING / RECYCLING IN DE PRAKTIJK



ONZE MENSEN

AANDACHT VOOR ONZE MENSEN /
VITALITEIT & VERZUIM /
TEAMBUILDING & ENTERTAINMENT



ONZE MAATSCHAPPIJ

SAMEN LOKAAL BETROKKEN / WERKEN BIJ /
VERHALEN UIT DE REGIO

TERUGBLIK 2025: EEN DUIDELIJKE KOERS, GERICHT VOORUIT.

NA EEN JAAR VAN HERPOSITIONERING EN HET VERDER VORMGEVEN VAN DE ORGANISATIE ONDER DE NIEUWE DIRECTIE, STOND 2025 IN HET TEKEN VAN VERDIEPING, OPTIMALISATIE EN GERICHTE INVESTERINGEN. WAAR 2024 DRAaide OM STABILITEIT EN TOEKOMSTBESTENDIGHEID, ZETTEN WE IN 2025 CONCRETE STAPPEN OM ONZE PROCESSEN VERDER TE VERDUURZAMEN EN EFFICIËNTER IN TE RICHTEN.

De Emerce 100-notering die wij voor het tweede jaar op rij ontvingen, bevestigt maar weer dat kwaliteit, innovatie en betrouwbaarheid hand in hand gaan. Tegelijkertijd beseffen we dat blijvend succes alleen mogelijk is dankzij het vertrouwen van onze klanten. Dat vertrouwen is en blijft de basis van alles wat wij doen. Samen met onze collega's, adverteerders, lezers, leveranciers en partners werken we dagelijks met energie en toewijding aan onze missie: sterke lokale media maken met maximale maatschappelijke impact.

De markt blijft dynamisch en uitdagend. Technologische ontwikkelingen, waaronder AI, volgen elkaar in hoog tempo op. Binnen de Rodi Groep omarmen we deze ontwikkelingen bewust en strategisch. Door te investeren in nieuwe technieken, slimme werkprocessen en toekomstgerichte verdienmodellen blijven wij wendbaar en vooruitstrevend.

DUURZAAMHEID

In een wereld waarin klimaatverandering, grondstoffenschaarste en maatschappelijke ongelijkheid steeds urgenter worden, nemen wij onze verantwoordelijkheid als mediabedrijf en drukkerij serieus. In 2025 investeerden wij opnieuw in verdere verduurzaming van ons productieproces.

Een belangrijke stap was de optimalisatie van ons machinepark. Door modernisering werken we efficiënter, energiezuiniger en met minder verspilling. Daarnaast hebben we een makuband geïnstalleerd, waarmee interne transportbewegingen zijn verminderd. Dit zorgt voor een efficiëntere logistieke stroom, verlaagt de fysieke belasting voor medewerkers en vermindert het energieverbruik. Ook investeerden we in een nieuwe Krause-plaatbelichter. Deze installatie maakt het plaatproces nauwkeuriger, sneller en duurzamer. Dankzij minder foutproductie en efficiënter materiaalgebruik realiseren we een verdere reductie van afvalstromen en energieverbruik.

Daarnaast blijven we inzetten op groene stroom en gas en berekenen we op orderniveau onze CO²-uitstoot. Zo bieden we klanten transparantie en ondersteunen we hen bij duurzame keuzes.

Innovatie in productie: CopyTrack & ReelTrack
Na de implementatie van CopyTrack & ReelTrack binnen Rodi Rotatiedruk hebben we in 2025 de voordelen verder benut. Dankzij deze software monitoren we welke papierrol in welke krant wordt gebruikt en analyseren we processen nauwkeuriger.

Het resultaat is minder papierinschiet en overproductie, wat leidt tot minder verspilling en een lagere ecologische voetafdruk.

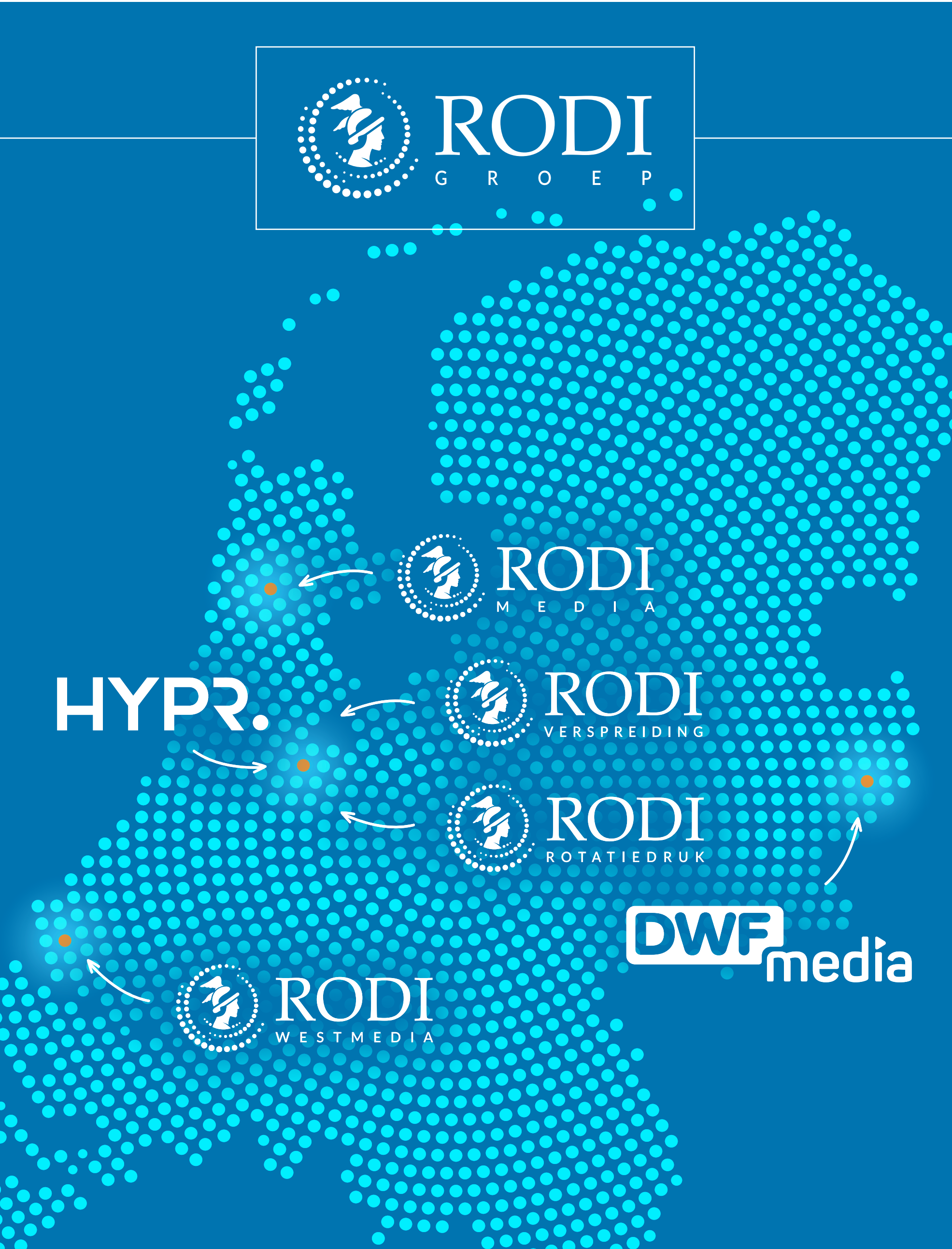
Betrouwbare bron en partner

In 2025 hebben wij onze positie als toekomstgericht mediabedrijf verder versterkt, als producent van lokale nieuwsmedia én als betrouwbare informatiebron en strategische partner.

Met een betrokken team, investeringen in technologie en een duidelijke visie op duurzaamheid bouwen wij aan een toekomstbestendige organisatie. Met vertrouwen kijken wij vooruit naar 2026, waarin wij onze koers voortzetten.

DICK RANZIJN, ALGEMEEN DIRECTEUR RODI GROEP

RODI GROEP IN BEELD.



RODI GROEP: HISTORIE & HEDEN.

RODI MEDIA

In 1970 startte oprichter Dirk Ranzijn, ook wel bekend als Dick Ranzijn senior, met het uitgeven van de huis-aan-huiskrant ‘De Koerier’. Vanuit een slaapkamer aan De Waelstraat in Heerhugowaard werden de eerste activiteiten ontplooid. De opzet van de krant bleek een succes. In 1978 werd Rodi Media B.V. gestart. Sinds 1997 staat het hoofdkantoor in Broek op Langedijk.

Inmiddels geeft de Rodi Groep wekelijks een vijftigtal eigen Nieuwsbladen uit, in Noord-Holland, Zuid-Holland en Twente. De totale wekelijkse oplage is, aangevuld met de edities van samenwerkende uitgeverijen, ruim 2 miljoen. En Rodi is een crossmediale uitgever, want ook met nieuwssite Rodi.nl bereiken we een groot en trouw deel van de lokale en regionale gemeenschap: maandelijks 1,5 miljoen.

RODI VERSPREIDING

In 1986 werd de eigen verspreidorganisatie Rodi Verspreiding opgericht. Hiermee voegden we een extra specialisme aan het bedrijf toe. Deze bedrijfstak is inmiddels uitgegroeid tot een hoogwaardige dienstverlener op het gebied van drukwerkverspreiding. Ruim 2.500 eigen Rodi-bezorgers staan door de jarenlange ervaring garant voor trouwe bezorging. Niet alleen van onze eigen huis-aan-huiskranten, maar ook van drukwerk van derden, zoals kranten, folders, magazines en flyers.

RODI ROTATIEDRUK

In 1989 werd de organisatie wederom uitgebreid, dit keer met een eigen drukkerij: Rodi Rotatiedruk. De orderportefeuille van de drukkerij vulden we in eerste instantie voornamelijk met producten van de eigen uitgeverij. Totdat we in 2005 een nieuwe revolutionaire drukpers aanschafte: de waterloze KBA Cortina. Deze drukpers drukt momenteel naast de eigen Nieuwsbladen ook veel kranten voor externe partijen zoals Het Financieele Dagblad en het Nederlands Dagblad. Met de waterloze

drukpers kiest Rodi Rotatiedruk bewust voor het milieu en voor kwaliteit. Er is geen vervuild afvalwater meer en veel minder papierafval.

OVERNAME DIJKMAN PRINT

Nadat Dijkman Offset in juli 2013 failliet ging, maakte drukkerij Dijkman Print een doorstart onder de Rodi Groep. Wij hadden hiermee twee drukkerijen; één in Broek op Langedijk en één in Diemen. Gezien het logistieke proces en het kostenplaatje besloot de Rodi Groep om de drukkerij vanuit Broek op Langedijk te verplaatsen naar Diemen. Door centraal in het land een druklocatie te hebben, kunnen we de hele markt bedienen en voorzien van mooi, duurzaam en kwalitatief hoogwaardig drukwerk. De naam Dijkman Print is in 2017 Rodi Rotatiedruk geworden.

‘BIJ DE RODI GROEP
STAAT HET BUNDELEN
VAN KRACHTEN ALTIJD
CENTRAAL’

RODI GROEP: SAMEN STA JE STERKER

Bij de Rodi Groep geloven we in de kracht van samenwerking. De afgelopen jaren groeiden we uit tot toonaangevende speler in de lokale media- en advertentiemarkt – in print én online – waarbij het bundelen van krachten altijd centraal staat. Sinds 2021 zijn ook Rodi West Media en DWF Media onderdeel van de Rodi Groep. Het resultaat? Omzetgroei, maar ook meer kennisdeling, gezamenlijke investeringen in (duurzame) productontwikkeling en een efficiëntere inzet van staffuncties binnen de Groep. We weten inmiddels als geen ander wat voor Rodi Media het beste werkt, waar de klanten

en lezers warm voor lopen. Kortom: waar de kracht per uitgeverij zit. Zo halen we het maximale uit de Rodi Groep.

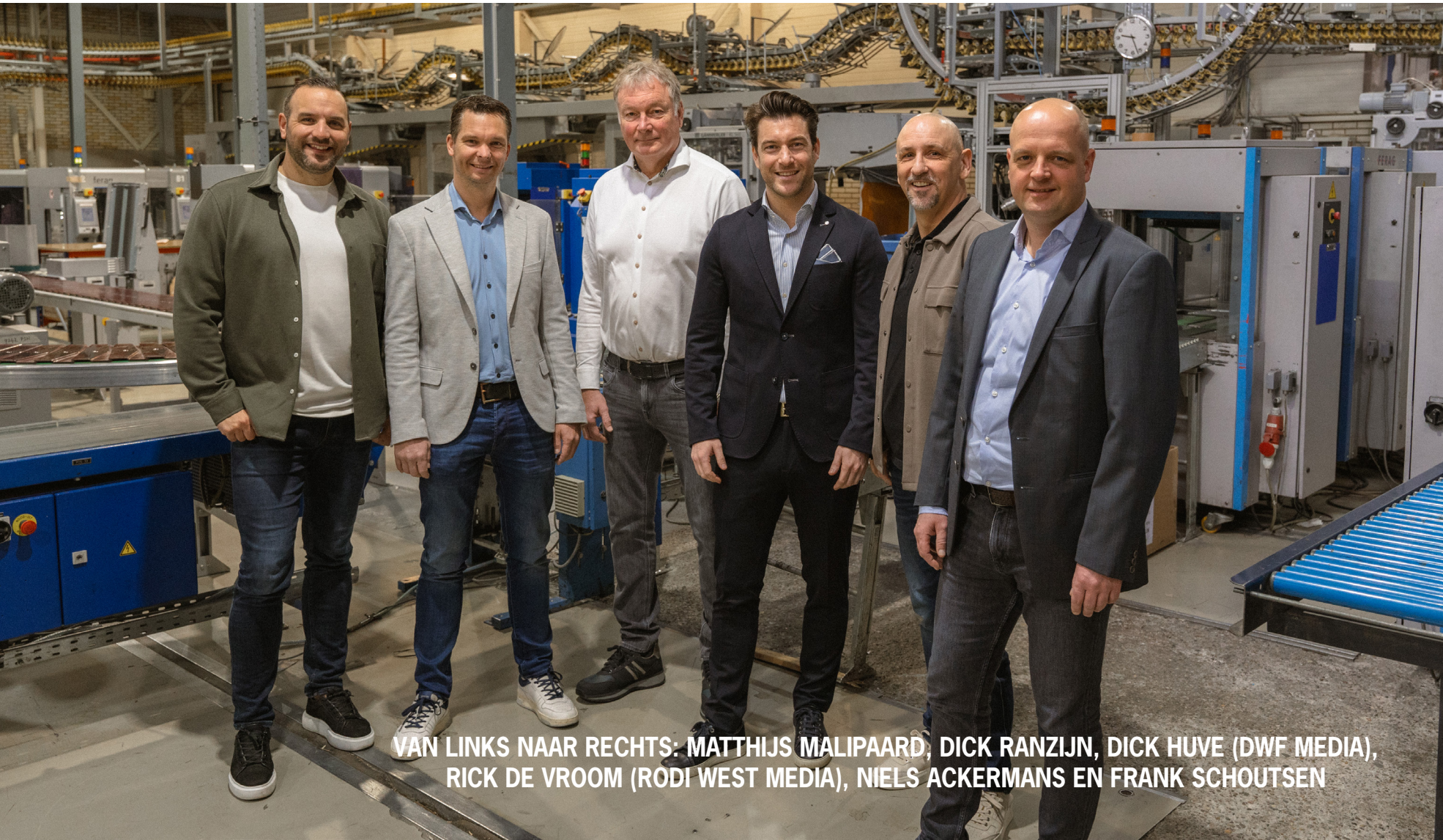
Rodi West Media blijft zich net als Rodi Media continu ontwikkelen. In 2023 verhuisde de uitgeverij naar een modern kantoorpand in Maasdijk en werd er een spectaculaire rebranding doorgevoerd. In 2024 volgde een extra innovatieslag door redactionele vernieuwingen en een verbeterde digitale strategie. In 2025 werd het team verder uitgebreid en zijn nieuwe successen geboekt, die natuurlijk in 2026 worden voortgezet.

KERNWAARDEN

Bij alles wat we doen bij de Rodi Groep houden we onze MVO-kernwaarden aan:

- **Integriteit:** We handelen altijd eerlijk, ethisch en transparant in al onze zakelijke activiteiten.
- **Klantgerichtheid:** We streven ernaar om onze klanten op de best mogelijke manier van dienst te zijn en waarde toe te voegen aan hun bedrijven.
- **Duurzaamheid:** We erkennen de urgentie van milieubescherming en verminderen onze ecologische voetafdruk door middel van efficiënt gebruik van hulpbronnen, recycling en investeringen in groene technologieën.
- **Betrokkenheid bij de gemeenschap:** We zijn actief betrokken bij de gemeenschappen waarin we opereren en ondersteunen lokale initiatieven en goede doelen die bijdragen aan sociale rechtvaardigheid en welzijn.

Van de transities binnen onze werkmaatschappijen tot uitbreiding naar verdere regio's: de Rodi Groep blijft zich ontwikkelen. Ook voor 2026 hebben we genoeg moois in petto. Via onze online en offline kanalen blijf je op de hoogte van de ontwikkelingen binnen de Rodi Groep.



VAN LINKS NAAR RECHTS: MATTHIJS MALIPAARD, DICK RANZIEN, DICK HUVE (DWF MEDIA), RICK DE VROOM (RODI WEST MEDIA), NIELS ACKERMANS EN FRANK SCHOUTSEN

EMERCE 100 & KRACHT VAN LOKAAL.

De Rodi Groep had in 2025 opnieuw een mooi jaar. De papierprijs bleef stabiel, we wisten weer nieuwe lokale en regionale ondernemers aan ons te binden en ook digitaal maakten we een noemenswaardige groei door: zo bereikten we maandelijks 1,5 miljoen lezers via Rodi.nl, vielen onze nieuwsbrieven op de digitale mat bij 75.000 abonnees en kregen ook diverse Rodi-socialaccounts er vele trouwe volgers bij. Verkoop van puur een printcampagne is passé. Onze klanten kozen ook in 2025 massaal voor crossmediaal adverteren, waar inmiddels ook commerciële video's onderdeel van uitmaken – bewegende promoties die de impact van de hele campagne vergrootten en op YouTube en Rodi.nl al tienduizenden lezers wisten te boeien.

Tot slot steeg ook de omzet van HYPR – hét lokale advertentieplatform voor landelijke spelers, met Rodi als grootaandeelhouder. Dit bewijst maar weer hoe lucratief lokale media zijn als dé nieuwsbron voor een trouwe en intrinsiek geïnteresseerde lezersdoelgroep.

AL 2 X EEN TOPPOSITIE IN EMERCE 100

Rodi Media is in 2025 voor het tweede jaar op rij door Emerce 100 benoemd tot een van de beste media-uitgevers van Nederland. En daar zijn we maar wat trots op! De Emerce 100 is een gerenommeerde ranglijst die jaarlijks de beste bedrijven in e-commerce uitlicht. De lijst komt tot stand door middel van een onafhankelijk imago-onderzoek onder prominenten uit de branche.

Bedrijven worden beoordeeld op:

- Kwaliteit van dienstverlening
- Innovatiekracht
- Betrouwbaarheid
- Klanttevredenheid

Directeur van de Rodi Groep Matthijs Malipaard: “De Emerce 100-notering is een waardering voor heel Rodi Media, waar de hele Rodi Groep van meeprofiteert. Dat we er in 2024 in stonden, was al gaaf. Maar dat we in 2025 opnieuw werden benoemd tot een van de noemenswaardige spelers in de e-commercemarkt, toont wel aan dat Rodi een van dé lokale mediapartners is.”

HUIS-AAN-HUIS: GEÏNTERESSEERD EN TROUW PUBLIEK

Uit het Nationaal Media Onderzoek (NMO) 2025 blijkt maar weer dat huis-aan-huiskranten een stabiel en krachtig massamedium zijn met een groeiend bereik. 10,8 miljoen Nederlanders (13+ jaar) lezen wekelijks een huis-aan-huiskrant, en onze 52 Nieuwsbladen werden in 2025 zelfs méér gelezen dan het jaar ervoor.

De belangrijkste inzichten uit het NMO-onderzoek:

- Intensief gelezen: Huis-aan-huisbladen blijven een vertrouwd medium.
- Lokaal betrokken publiek: 76% doet dagelijkse aankopen lokaal, 76% volgt lokale evenementen en 73% leest gemeentelijk nieuws. Daarbij leest 55% meer dan drie kwart van de krant
- Sterk crossmediaal bereik: 22% van de lezers consumeert het nieuws ook online.

RODI'S BEREIK

Dat grote bereik kunnen wij beamen. Rodi valt wekelijks gratis bij 2 miljoen mensen op de mat. Onze nieuwssite Rodi.nl telde in 2025 maandelijks 1,5 miljoen pageviews en onze lokale (ook commerciële) video's bereikten al duizenden mensen op Rodi.nl, YouTube en Facebook.

Huis-aan-huisbladen zijn dus een bewezen succesvolle, lucratieve en betrouwbare keuze voor adverteerders - in het geval van Rodi al bijna 50 jaar!



DIGITALISERING EN DUURZAAMHEID.

HOE BLIJF JE ALS (LOKALE) ADVERTEERDER ZICHTBAAR IN EEN TIJD WAARIN AANDACHT SCHAARS IS? MET DE LOKALE NIEUWSBRIEVEN VAN RODI BEREIK JE DIRECT EEN BETROKKEN PUBLIEK VAN RIJM 75.000 ABONNEES!

DE RODI-NIEUWSBRIEVEN-BELOFTE:

- 75.000 abonnees
 - Wekelijks in 39 gemeenten in Noord- en Zuid-Holland
 - Sterke betrokkenheid met een open rate van 60%
- Adverteren in een Rodi-nieuwsbrief betekent dus aantoonbaar hoge zichtbaarheid voor jouw banner of commerciële content.

MEER IMPACT MET VIDEO

Vergroot je bereik door video toe te voegen aan je campagne. Of het nu gaat om een opening, evenement, jubileum of productintroductie: video zorgt voor extra aandacht en betrokkenheid. Succesvoorbeelden laten bereik zien tot wel 187.000 weergaven en honderden deelacties.

Met ruim 80% van het internetverkeer dat uit video bestaat, is dit een krachtig middel voor zichtbaarheid en conversie.

HOE AI VOOR RODI ÉN JOU WERKT

AI helpt ons processen te automatiseren en repetitief werk te verminderen. Daardoor ontstaat meer ruimte voor creativiteit en kwaliteit in onze nieuwsbladen en online kanalen. Dit vertaalt zich naar betere dienstverlening voor adverteerders én lezers.

GROOTS BEREIK

- In 2025 bereikten lokale adverteerders via Rodi meer mensen dan ooit:
- 2 miljoen huishoudens via huis-aan-huiskranten
 - 1,5 miljoen online pageviews per maand via 41 lokale websites

STERKERE MERKBEKENDHEID DOOR COMBINATIE

Onderzoek van GroupM toont aan dat grote printadvertenties veel impact hebben op merkbekendheid, vooral in combinatie met online campagnes. De combinatie van print, tekst en video versterkt elkaar en vergroot het effect.

DAAROM CROSSMEDIAAL ADVERTEREN

Door meerdere kanalen slim te combineren, vergroot je je zichtbaarheid en blijf je beter top-of-mind bij je doelgroep.

RODI IS DÉ LOKALE VERBINDER

Het moge duidelijk zijn: de Rodi Groep is al jaren dé verbinder van de lokale gemeenschap en de kracht van onze kanalen neemt alleen maar toe.

RODI ROTATIEDRUK: EFFICIËNT PRODUCEREN MET OOG VOOR DUURZAAMHEID.

BINNEN RODI ROTATIEDRUK WERKEN WE CONTINU AAN HET OPTIMALISEREN VAN ONZE PRODUCTIEPROCESSEN. NET ALS IN ONZE BREDERE STRATEGIE STAAT DUURZAAMHEID DAARBIJ CENTRAAL. DIT ZIT NIET ALLEEN IN GROTE INVESTERINGEN, MAAR JUIST OOK IN HET DAGELIJKS SLIMMER ORGANISEREN VAN ONS WERK. DOOR PROCESSEN BETER TE MONITOREN EN TE ANALYSEREN, VERMINDEREN WE VERSPILLING EN VERLAGEN WE ONZE MILIEUBELASTING.

DATAGEDREVEN WERKEN ALS VERSNELLER

Een belangrijke stap hierin is de verdere inzet van datagedreven werken. Met behulp van systemen zoals Copytrack krijgen we realtime inzicht in het drukproces. Hierdoor kunnen we afwijkingen sneller signaleren en direct bijsturen.

Dit zorgt niet alleen voor minder inschiet en materiaalverlies, maar geeft ons ook steeds meer grip op het totale productieproces. Tegelijkertijd stelt deze data ons in staat om transparanter te rapporteren over onze prestaties en gericht te sturen op onze duurzaamheidsdoelstellingen.

VAN ERVARING NAAR ONDERBOUWDE KEUZES

Waar voorheen vooral werd gestuurd op ervaring, maken we nu steeds vaker onderbouwde keuzes op basis van data. Dit stelt ons in staat om processen continu te verfijnen en gericht te werken aan efficiëntie én duurzaamheid.

Wat hierin opvalt, is hoe snel verbeteringen zichtbaar worden zodra data actief wordt toegepast in de praktijk. Door verbeteringen te standaardiseren en te borgen in onze werkwijzen, zorgen we ervoor dat deze resultaten ook op de lange termijn behouden blijven.

MEETBARE RESULTATEN

Deze manier van werken heeft in 2025 aantoonbaar resultaat opgeleverd. De doelstelling voor het reduceren van inschiet is niet alleen behaald, maar zelfs overtroffen.

Dit bevestigt dat een combinatie van technologie, procesoptimalisatie én dagelijkse verbeteringen direct bijdraagt aan duurzamer produceren.

INVESTEREN IN STABILITEIT

Naast data-investeringen zetten we ook in op technologie die zorgt voor meer stabiliteit in het proces. Denk hierbij aan een vernieuwde belichter en optimalisatie van het interne transport.

Hierdoor worden fouten en stilstand verder beperkt, verkleinen we risico's in het proces en vergroten we de voorspelbaarheid van onze productie. Dit draagt bij aan een stabiele planning en betrouwbare leveringen voor onze klanten.

SAMEN WERKEN AAN IMPACT

Duurzaam produceren vraagt niet alleen om technologie, maar ook om bewust handelen. Daarnaast kijken we steeds nadrukkelijker naar onze rol in de keten.

BLIJVEN VERBETEREN

Vooruitkijkend blijven we deze lijn doorzetten. Door data, technologie en vakmanschap te combineren, bouwen we verder aan een productieproces dat steeds slimmer, efficiënter en duurzamer wordt.



DÉ BETROUWBARE VERSPREIDER.

RODI VERSPREIDING IS AL SINDS 1986 DÉ BETROUWBARE VERSPREIDER VAN DE RODI-NIEUWSBLADEN EN FOLDERS. ONZE LOYALE BEZORGERS ZORGEN VIA RUIM 900.000 BRIEVENBUSSEN VOOR EEN SOEPELE VERSPREIDING VAN ONZE NIEUWSBLADEN, DIE VAN ONZE EIGEN PERS ROLLEN.

DUURZAME VERSPREIDING

Hoewel Rodi Verspreiding al bijna 40 jaar een begrip is, blijven we continu in ontwikkeling en kiezen we voor de meest efficiënte en duurzame manier van verspreiden. Zo tellen wij in nieuw opgeleverde wijken het aantal Nee/Nee-stickers om een teveel aan gedrukte kranten te voorkomen. Daarnaast houden we rekening met gemeenten met milieuzones waar dieselloftuigen niet langer zijn toegestaan en zoeken we samen naar passende alternatieven.

EXTRA BEREIK VIA SERVICEPUNTEN

Het aantal servicepunten binnen de Rodi Groep is verder uitgebreid naar meer dan 1.000 locaties, met een wekelijkse oplage van circa 75.000 exemplaren.

Bij deze servicepunten – zoals gemeentehuizen, supermarkten en winkelcentra – kunnen inwoners uit de regio eenvoudig een nieuwsblad meenemen. Daarmee bereiken we niet alleen lezers die geen krant hebben ontvangen, maar ook mensen met een Nee/Nee-sticker die toch geïnteresseerd zijn in lokaal nieuws en acties. Dit biedt extra kansen voor onze adverteerders en partners.

UITBREIDING VAN DÉ BETROUWBARE VERSPREIDER

Tot 2024 verzorgden wij de bezorging in 500.000 brievenbussen. In 2024 namen wij het complete verspreidingsgebied (400.000 brievenbussen) van DWF Media (8 titels), De Westerpost en Almere Deze Week over.

Hierdoor verzorgen wij inmiddels distributie naar circa 900.000 brievenbussen. Door uitgeven, drukken en verspreiden in eigen hand te houden, waarborgen we controle, kwaliteit en efficiency, voorkomen we overproductie en benutten we onze expertise van bijna 40 jaar.

HYBRIDE VERSPREIDINGSMODEL

Rodi Verspreiding werkt met een hybride model van huis-aan-huis-verspreiding, digitale distributie via de e-paper (115.000 per maand) op Rodi.nl en verspreiding via fysieke afhaalpunten.

Deze aanpak wordt belangrijker door veranderend mediagebruik en de afnemende beschikbaarheid van bezorgers. Het netwerk van afhaalpunten wordt daarom stapsgewijs uitgebreid, onder andere bij supermarkten, winkelcentra, gemeentehuizen en bibliotheken.

Door deze verspreidingsvormen te combineren, behouden we een brede dekking, vergroten we ons bereik en versterken we onze zichtbaarheid. Tegelijk realiseren we kostenbeheersing, verminderen we afhankelijkheid van bezorgers en dragen we bij aan duurzaamheid door gerichtere verspreiding en het stimuleren van digitaal lezen.

Hiermee borgen we de continuïteit, toegankelijkheid en relevantie van onze huis-aan-huiskranten, zowel fysiek als digitaal.

A young girl with long brown hair in a braid, wearing a white sleeveless top and a straw hat, is shown from the side, smelling a large yellow sunflower. She is in a field of sunflowers with large green leaves. The background is softly blurred, showing more sunflowers and a bright sky. A semi-transparent white banner with the text 'ONZE AARDE' is overlaid on the right side of the image.

ONZE AARDE

SAMEN WERKEN AAN EEN BETER MILIEU.

BINNEN DE RODI GROEP ZIEN WE DUURZAAMHEID ALS IETS WAT WE SAMEN DOEN. NIET ALLEEN BINNEN ONZE EIGEN ORGANISATIE, MAAR JUIST OOK MET KLANTEN, LEVERANCIERS EN PARTNERS. VANUIT DIE GEDACHTE WERKEN WE CONTINU AAN HET VERKLEINEN VAN ONZE IMPACT OP HET MILIEU EN HET MAKEN VAN BEWUSTE KEUZES IN ALLES WAT WE DOEN.

INZICHT ALS BASIS

Om gericht te kunnen sturen, is inzicht essentieel. Daarom maken we onze impact op het milieu steeds beter inzichtelijk. Sinds 2022 werken we met ClimateCalc™, waarmee we per drukorder de CO²-uitstoot berekenen. In 2025 hebben we daarbij de stap gezet naar de ClimateCalc full versie, waarmee we onze berekeningen verder hebben verdiept en geborgd en deze inzichten ook actief kunnen aanbieden aan onze klanten.

Daarnaast kunnen we gebruikmaken van de Carbon Print-Score®, een label dat de CO²-impact van drukwerk in één oogopslag inzichtelijk maakt. Dit helpt om complexe data begrijpelijk te maken en maakt het voor klanten eenvoudiger om bewuste, duurzame keuzes te maken.

We merken dat de vraag naar dit soort inzicht groeit. Door onze prestaties meetbaar te maken, kunnen we beter sturen én transparant laten zien waar we staan.

DUURZAAMHEID IN DE PRAKTIJK

Duurzaamheid zit bij ons niet in losse projecten, maar in de manier waarop we werken. We kijken daarbij naar drie belangrijke pijlers:

- **Milieu (Environmental)** – We werken actief aan het verkleinen van onze milieu-impact door slim samen te werken en waar mogelijk circulair te denken. Zo beperken we materiaalgebruik en stimuleren we hergebruik.
- **Mensen (Social)** – Bewustwording speelt een grote rol. We betrekken medewerkers actief bij onze doelen en zorgen dat kennis en ideeën gedeeld worden binnen de organisatie.
- **Bestuur (Governance)** – Duurzaamheid is onderdeel van onze koers. Met duidelijke doelstellingen, certificeringen zoals ISO14001 en regelmatige evaluaties blijven we onszelf verbeteren.

SAMEN KOM JE VERDER

De grootste stappen zetten we samen met anderen. Door samen te werken met leveranciers, klanten en andere partners, vergroten we onze impact op het milieu.

We delen kennis, stemmen processen beter op elkaar af en zoeken continu naar verbeteringen. Dit levert niet alleen milieuwinst op, maar ook nieuwe inzichten en kansen binnen de sector.



SAMEN OP WEG NAAR EEN DUUR- ZAMER RESULTAAT.

MOBILITEIT EN TRANSPORT VORMEN EEN BELANGRIJK ONDERDEEL VAN ONZE BEDRIJFSVOERING. TEGELIJKERTIJD BRENGT HET OOK CO²-UITSTOOT MET ZICH MEE. DAAROM MAKEN WE BEWUSTE KEUZES IN HOE WE REIZEN EN TRANSPORT ORGANISEREN. ZO VERKLEINEN WE STAP VOOR STAP ONZE IMPACT.

BEWUST ONDERWEG

We stimuleren medewerkers om bewust om te gaan met mobiliteit. Denk aan fietsen naar het werk, hybride werken en het slim plannen van afspraken. Door vaker online af te stemmen en reisbewegingen te combineren, verminderen we onnodige kilometers.

Dit draagt niet alleen bij aan een lagere uitstoot, maar ook aan werkplezier en een betere balans tussen werk en privé.

VERDUURZAMING VAN HET WAGENPARK

Ook binnen ons wagenpark zetten we stappen. We breiden het aantal elektrische en hybride voertuigen verder uit en kijken continu naar mogelijkheden om onze mobiliteit te verduurzamen.

Op deze manier verlagen we structureel onze CO²-uitstoot en sluiten we aan bij de bredere ontwikkeling richting schonere mobiliteit.

SLIMME LOGISTIEK

Binnen onze logistieke processen ligt de focus op efficiëntie en samenwerking. Door transporten slim te combineren en optimaal gebruik te maken van laadcapaciteit, beperken we het aantal ritten en voorkomen we onnodige kilometers.

Veel leveringen worden gecombineerd met bestaande routes of via transporteurs die vrachten bundelen. Zo benutten we beschikbare capaciteit beter en reduceren we onze impact op het milieu.

BLIJVEN VERBETEREN

Mobiliteit vraagt om een integrale aanpak. Door planning, logistiek en uitvoering steeds beter op elkaar af te stemmen, werken we continu aan een efficiëntere en duurzamere manier van werken.

Zo blijven we in beweging, terwijl we tegelijkertijd onze impact stap voor stap verkleinen.

DE DRUKKERIJ IN BEWEGING.

DUURZAAMHEID IS AL JARENLANG EEN BELANGRIJK ONDERDEEL VAN ONZE DRUKKERIJ. WAAR DE FOCUS EERDER VOORAL LAG OP TECHNISCHE VERBETERINGEN, ZIEN WE NU STEEDS MEER EEN INTEGRALE AANPAK ONTSTAAN WAARIN TECHNOLOGIE, PROCESSEN EN BEWUSTWORDING SAMENKOMEN.

INZICHT EN OPTIMALISATIE

Binnen onze drukkerij maken we gebruik van geavanceerde monitorsystemen die ons inzicht geven in energieverbruik en prestaties. Hierdoor kunnen we gericht optimaliseren en ons energieverbruik structureel verlagen.

Door processen beter op elkaar af te stemmen en informatie slimmer te gebruiken, ontstaat er meer overzicht en controle. Dit helpt ons om sneller te schakelen en verspilling verder terug te dringen.

SLIM OMGAAN MET ENERGIE EN WATER

We blijven werken aan het beperken van ons energie- en waterverbruik. Zo sturen we installaties slimmer aan en voorkomen we onnodig verbruik.

Ook op het gebied van watergebruik hebben we eerder al belangrijke stappen gezet. Met de inzet van water- en flowmeters beperken we verspilling en met onze Ecokleen-machine reinigen we drukplaten chemievrij en met minimaal waterverbruik.

Daarnaast maken we gebruik van groene energie, waarmee we structureel bijdragen aan het verlagen van onze CO²-uitstoot.

CIRCULAIR EN EFFICIËNT WERKEN

Duurzaamheid zit voor ons ook in hoe we omgaan met middelen en materialen. Zo geven we machines een tweede leven door deze op te knappen en opnieuw in te zetten binnen onze processen.

Door slimmer te plannen, processen beter op elkaar af te stemmen en digitalisering verder door te voeren, creëren we een stabielere en efficiëntere productieomgeving.

BLIJVEN VERBETEREN

Duurzaamheid is geen los project, maar een continu proces. Door techniek, data en vakmanschap te combineren, blijven we werken aan een drukkerij die steeds efficiënter en duurzamer wordt.

Zo zorgen we ervoor dat duurzaamheid een vanzelfsprekend onderdeel blijft van ons dagelijks werk.



RECYCLING IN DE PRAKTIJK.

RECYCLING IS AL JARENLANG EEN VAST ONDERDEEL VAN ONZE WERKWIJZE. BINNEN RODI ROTATIEDRUK ZORGEN WE ERVOOR DAT GRONDSTOFFEN ZO LANG MOGELIJK IN DE KETEN BLIJVEN EN AFVALSTROMEN ZOVEEL MOGELIJK WORDEN HERGEBRUIKT.

GERECYCLED PAPIER ALS BASIS

Een groot deel van ons drukwerk wordt geproduceerd op gerecycled papier. Papiervezels kunnen meerdere keren worden hergebruikt — tot wel zeven keer. Bij elke recyclingstap worden de vezels iets korter, maar blijven ze geschikt voor nieuw papier en karton. Zo krijgen grondstoffen meerdere levens en is er minder nieuwe grondstof nodig.

Dit zorgt voor een aanzienlijke besparing op energie, water en CO²-uitstoot ten opzichte van de productie van nieuw papier.

Daarnaast werken we met papierleveranciers die allemaal gecertificeerd zijn en duurzaamheid als uitgangspunt hebben. In Nederland wordt bovendien ongeveer 85–90% van het papier en karton gerecycled, wat bijdraagt aan een goed functionerende circulaire keten.

SLIM OMGAAN MET MATERIALEN

Ook binnen onze processen gaan we zorgvuldig om met materialen. Afvalstromen zoals papier, aluminium drukplaten en verpakkingen worden gescheiden en volledig gerecycled.

Daarnaast zetten we in op het verminderen en hergebruiken van verpakkingsmateriaal. Zo hebben we het gebruik van omsnoeringsband verminderd, wikkelfolie teruggebracht en geven we pallets een tweede leven door deze te repareren en opnieuw in te zetten.

MEER ZICHTBAAR MAKEN

Veel van deze stappen zijn voor ons vanzelfsprekend geworden. Tegelijkertijd merken we dat dit voor buitenstaanders minder zichtbaar is.

Daarom besteden we steeds meer aandacht aan het delen van ons verhaal. Bijvoorbeeld door inzicht te geven in hoe recycling binnen onze organisatie werkt en welke keuzes we dagelijks maken.

BLIJVEN VERBETEREN

Ook recycling is voor ons geen eindpunt, maar een continu proces. Door kritisch te blijven kijken naar onze materialen en werkwijzen, blijven we stappen zetten richting een circulaire manier van werken.

Zo zorgen we ervoor dat wat voor ons vanzelfsprekend is, ook zichtbaar en begrijpelijk wordt voor de wereld om ons heen. Deze duurzame praktijken dragen bij aan een milieuvriendelijker imago van papier.

Kortom, papier is een groenere keuze dan we vaak beseffen!

ONZE MENSEN

AANDACHT VOOR ONZE MENSEN.

BIJ DE RODI GROEP DRAAIT ALLES OM ONZE MENSEN. NAAST ONZE FOCUS OP LEZERS, KLANTEN EN BEZOEKERS VAN WWW.RODI.NL STAAT OOK ONS EIGEN TEAM CENTRAAL. MVO BETEKENT VOOR ONS BEWUSTE KEUZES MAKEN MET POSITIEVE IMPACT OP COLLEGA'S, MILIEU EN MAATSCHAPPIJ. WE WILLEN DAT IEDEREEN ZICH GEWAARDEERD VOELT EN TROTS IS OM ONDERDEEL VAN RODI TE ZIJN.

BETERE MATCHES

In 2025 hebben we ons sollicitatie- en inwerkproces verder verbeterd. We kijken niet alleen of nieuwe collega's bij Rodi passen, maar ook hoe wij kunnen bijdragen aan hun ontwikkeling en werkplezier. Dit zorgt voor sterkere verbindingen, betere matches en meer betrokkenheid.

ALLE LEEFTIJDEN WELKOM

We streven naar een gezonde mix van jong talent en ervaren collega's. In 2025 verwelkomden we nieuwe jonge medewerkers en behielden we waardevolle ervaren krachten. Hun kennis en frisse ideeën versterken elkaar en zorgen voor een dynamische werkvloer. Ook enkele gepensioneerden blijven actief betrokken.

RODI ALS LEERBEDRIJF

Talentontwikkeling is een belangrijk onderdeel van ons MVO-beleid. In 2025 zetten we onze samenwerking met Hogeschool Inholland voort en startten we met het Talland College. Studenten krijgen zo praktijkervaring, waarbij onze Commercieel Directeur hen actief begeleidt als examinerator.

Ook onze HR-afdeling draagt bij aan het onderwijs door mee te denken over mbo-lespakketten. Vanuit de praktijk signaleren wij welke vaardigheden nodig zijn en helpen we de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt te verbeteren. Zo ondersteunen we studenten én versterken we de toekomstige arbeidsmarkt.

Daarnaast maken we gebruik van de vergaderfaciliteiten van Bed & Business van het Talland College. Deze locatie verbindt onderwijs en bedrijfsleven, waarbij studenten praktijkervaring opdoen. Voor ons biedt dit een professionele omgeving, terwijl we bijdragen aan hun ontwikkeling.

INVESTEREN IN LEIDERSCHAP EN ONTWIKKELING

In 2025 volgde ons managementteam een training bij Ambitiehuis, gericht op persoonlijk leiderschap, communicatie, teamdynamiek en eigenaarschap. Managers leerden beter coachen, talent ontwikkelen en sturen met vertrouwen en duidelijke kaders. Ook werd gewerkt aan zelfinzicht en het herkennen van drijfveren.

Hiermee versterken we onze organisatie en dragen we bij aan een duurzame en betrokken werkomgeving.

OPLEIDING EN ONTWIKKELING

In 2025 investeerden we actief in de ontwikkeling van medewerkers via trainingen, workshops en externe expertise. Zo vergroten collega's hun kennis en vaardigheden en bouwen we aan een cultuur van continu leren en een toekomstbestendig Rodi.



VITALITEIT & VERZUIM.

BIJ RODI DRAAIT HET NIET ALLEEN OM MENTALE GEZONDHEID EN VAARDIGHEDEN, MAAR OOK OM ENERGIEK EN FIT BLIJVEN. WE VINDEN HET BELANGRIJK DAT COLLEGA'S MET PLEZIER NAAR HET WERK KOMEN, ZICH GOED VOELEN EN SAMEN EEN POSITIEVE WERKSFEER CREËREN. VITALITEIT IS BIJ ONS GEEN LOSSTAAND ONDERWERP, MAAR VERWEVEN IN ALLES WAT WE DOEN, VAN WERKPLEZIER TOT GEZONDE ROUTINES EN TEAMWORK.

GEZONDHEID & BEWEGING

Gezonde gewoontes beginnen bij kleine dagelijkse keuzes. In 2025 hebben we extra ingezet op gezonde voeding, zoals vers fruit en lekkere snacks in de kantine, zodat collega's de dag vol energie beginnen. Ook kiezen we bij gezamenlijke activiteiten steeds vaker bewust voor een verse maaltijd: in plaats van de snackbar of de bezorgpizzeria genieten we samen van een bord nasi met groente en een satéetje. Ook bewegen krijgt volop aandacht: even samen naar buiten voor een wandeling in de pauze wordt actief gestimuleerd. Zo blijven we fit én maken we plezier met elkaar.

Het Rodi Sportief-team was dit jaar opnieuw actief en deed mee aan verschillende regionale sportevenementen, zoals Egmond-Pier-Egmond en de halve marathon van Egmond. Natuurlijk mogen de lokale avond cityruns niet ontbreken op de agenda gezelligheid én beweging in één. En als sportactiviteiten ook nog eens een goed doel ondersteunen, wordt het dubbel leuk!

Het fietsplan blijft een groot succes: steeds meer collega's kiezen voor de fiets naar het werk, wat gezond en duurzaam is. Om het extra leuk te maken, organiseren we jaarlijks een wedstrijd voor de leukste foto van de 'Fiets naar je Werk'-dag, met veel vrolijke en creatieve inzendingen.

DUURZAME INZETBAARHEID

Duurzame inzetbaarheid blijft een belangrijk speerpunt. In 2025 hebben we opnieuw stappen gezet om werk veiliger, lichter en plezieriger te maken. In 2025 hebben we een belangrijke stap gezet in het optimaliseren van onze productieomgeving door het installeren van een makuband, die het (al beperkte) papierafval automatisch afvoert. Deze innovatie zorgt voor minder rommel op de werkvloer en draagt bij aan een opgeruimde, veilige en overzichtelijke werkomgeving.

Daarnaast vermindert de makuband het aantal heftruckbewegingen, waardoor er minder intern transport nodig is en de veiligheid verder toeneemt. Door het automatiseren van saai en repetitief werk, zoals het afvoeren van papierafval, krijgen medewerkers meer ruimte om zich te richten op de machinerie en andere inhoudelijk interessantere werkzaamheden. Zo combineren we efficiëntie, werkplezier en veiligheid in één gerichte verbetering.

MENSGERICHT LEIDERSCHAP

Naast technologische innovaties investeren we in onze mensen. Leidinggevendenden volgden trainingen via het Ambitiehuis, waarbij zij handvatten kregen om het goede gesprek te voeren. Door gerichte gesprekstechnieken leren zij beter te luisteren en aandacht te hebben voor wat er écht speelt bij medewerkers, ook datgene wat zich onder de oppervlakte bevindt, het bekende 'deel onder de ijsberg'.

Door tijdig signalen te herkennen en bespreekbaar te maken, versterken we betrokkenheid, werkplezier en duurzame inzetbaarheid. Op deze manier werken we preventief aan een gezonde organisatie en hopen we onze ziekteverzuimcijfers structureel laag te houden.

Kortom: bij de Rodi Groep staat gezondheid, energie en werkplezier altijd centraal!

TEAMBUILDING & ENTERTAINMENT.

WERK IS MEER DAN ALLEEN EEN BAAN. DAAR WETEN WE BIJ DE RODI GROEP ALLES VAN. BIJ RODI MEDIA IN NOORD-HOLLAND EN REGIO ALPHEN, RODI WEST MEDIA IN ZUID-HOLLAND EN DWF MEDIA IN TWENTE HECHTEN WE VEEL WAARDE AAN EEN PRETTIGE WERKSFEER, ZOWEL OP DE WERKVLÖER ALS DAARBUITEN. OOK IN 2025 WERDEN ER WEER DIVERSE ACTIVITEITEN GEORGANISEERD OM COLLEGA'S SAMEN TE BRENGEN EN DE ONDERLINGE VERBINDING TE VERSTERKEN.



KERSTBORREL GROEPSFOTO



NIEUWJAARSQUIZ



BOOGSCHIED-WORKSHOP



PADELLEN

QUIZ, SPORT & GEZELLIGHEID

Het jaar begon feestelijk met de inmiddels traditionele PV-nieuwjaarsquiz, dit keer in goud- en glitterthema. Tijdens deze avond vond ook de populaire nieuwjaarsloterij plaats met mooie prijzen. In mei stond een gezellige dag in Haarlem op het programma, waarbij collega's konden kiezen tussen padellen, een puzzeltocht of varen over het Spaarne. De dag werd gezamenlijk afgesloten met een diner en borrel in de Jopenkerk. In de zomer kwamen collega's opnieuw samen tijdens een geslaagde borrel in Alkmaar.

HOOGTEPUNT VAN HET JAAR

Het absolute hoogtepunt van de personeelsvereniging was de activiteit Ontvoering op de Vuurlinie. Tijdens dit interactieve spel moest een 'ontvoerde' collega worden vrijgespeeld door in teams verschillende opdrachten uit te voeren, zoals lasergamen, puzzels oplossen en geld verzamelen. De teambuildingdag werd afgesloten met een gezamenlijke maaltijd en borrel.

SPORT, FESTIVALS & KERSTACTIVITEITEN

Naast de PV-activiteiten namen collega's deel aan sportieve evenementen zoals de Heerhugowaard City Run en de Alkmaar City Run. Ook was Rodi vertegenwoordigd bij de Adfo Cup in Amsterdam, waar het vrouwenteam zelfs de overwinning behaalde. Daarnaast konden medewerkers via een loting kaarten winnen voor diverse festivals en evenementen, zoals Weidepop, Live in Hoorn, Outdoor Stereo, Hoorn Zingt Hollands, Popweekend Alkmaar en Noord Live Festival in Heerhugowaard. Ook winterse evenementen, zoals het Wintercircuit in Haarlem en het Kerstcircuit in Zaandam, maakten deel uit van het aanbod.

Het jaar werd afgesloten met de jaarlijkse kerstworkshop, een gezellige kerstweek – inclusief de traditionele 'foute kersttrui-endag' – en een sfeervolle kerstborrel.

WERKPLEZIER EN TEAMSPIRIT BIJ RODI WEST MEDIA

Ook bij Rodi West Media genoten collega's in 2025 volop van memorabele groepsactiviteiten en sportieve uitdagingen. Denk aan een volleybaltoernooi in verkleedkleden. Maar we stonden ook op de baan tijdens een padelworkshop, waar we lieten zien dat we niet alleen met woorden, maar ook met een bal sterk uit de hoek komen!

Ook op culinair vlak zat de sfeer er goed in. We profiteerden van een Italiaanse foodtruck vol met heerlijke pasta en volgden een heuse kookworkshop.

Onze jaarlijkse Haringparty mocht natuurlijk niet ontbreken. Een mooi moment om samen te proosten op succesvolle samenwerkingen en de zomer in te luiden. Ook een bezoek aan de oudste boerderij van Westland mét boogschietworkshop en barbecue droegen bij aan een mooie zomer.

Tot slot konden ook de sportieve collega's hun lol op, bijvoorbeeld met sportlessen via Westland Gezond.

Met deze veelzijdige activiteiten heeft Rodi in 2025 opnieuw laten zien hoe belangrijk verbinding en plezier zijn binnen het bedrijf. Op naar nog meer geweldige avonturen in 2026!



KERSTBORREL DIRECTIE



PADELLEN RODI WEST MEDIA



ITALIAANSE FOODTRUCK



ONZE MAATSCHAPPIJ

SAMEN LOKAAL BETROKKEN.

BIJ DE RODI GROEP DRAAIT ALLES OM MENSEN. OF HET NU OM TROUWE LEZERS GAAT, KLANTEN, AANSTORMEND TALENT OF ONS EIGEN PERSONEEL: WE GEVEN ONZE MENSEN GRAAG DAT EXTRA BEETJE AANDACHT. MAAR WIST JE DAT WE ÓÓK ONZE MAATSCHAPPIJ EEN WARM HART TOEDRAGEN? DE VERBINDING LEGGEN TUSSEN INWONERS, BEDRIJVEN EN MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES, DÁT IS WAAR WE BIJ RODI VOOR STAAN.

Zo ondersteunen we de actie van de WensenAmbulance Noord-Holland; de Rodi Groep geeft ze graag media-aandacht om zo de wereld medemenselijker te maken. En wat dacht je van de speculaaspoppen-actie waarbij het opgehaalde bedrag ten goede kwam aan een goed doel? Tijdens de Heerhugowaard City Run zamelden we daarbij geld in voor de Stichting met je Hart in Alkmaar. En we werken bij Rodi nauw samen met Hogeschool InHolland en het Talland College. Want jong talent een podium geven, doen we maar wat graag. Stagiair(e)s kiezen dan ook niet zelden voor Rodi als plek om de nodige werkervaring op te doen!

‘HUIS-AAN-HUIS IS EEN ENORM KRACHTIG MIDDEL’

Vanaf de oprichting van Marketing Zaanstreek is Rodi Media de vaste mediapartner van de citymarketingstichting. De brede inzetbaarheid van de kanalen van Rodi in combinatie met de fijne verstandhouding tussen beide partijen, maakt Marketing Zaanstreek al jaren een tevreden klant. Het persoonlijke contact met media-adviseur Leo en redacteur Dirk spreekt directeur van Marketing Zaanstreek Anneke Wijdogen-Vis ontzettend aan. “De lijntjes zijn kort en flexibel. Bijvoorbeeld als we bepaalde promoties willen doorplaatsen naar online, of als we een campagne of losse advertentie willen doorschuiven. Ik raad Rodi aan voor het grote online bereik van nieuwssite Rodi.nl, maar ook zeker vanwege de hoge oplagen van de kranten. Wij ervaren huis-aan-huisbladen als een ontzettend krachtig middel!”

‘DANKZIJ RODI WERDEN WE WEER GEZIEN’

Regelmatig pakken ze bij EP:Beerepoot de telefoon om Rodi in te schakelen voor weer een nieuwe promotiecampagne. Bijvoorbeeld toen de Ja/Ja-sticker werd geïntroduceerd, vertelt Mark Stevens, marketeer bij EP:Beerepoot. “Dat betekende voor ons dat we niet overal meer ons reclamedrukwerk kwijt konden. We verloren in één klap een aanzienlijk deel van onze doelgroep. Dankzij Rodi werden we weer gezien. Rodi’s verspreidingsgebied sluit naadloos aan op waar onze doelgroep zit. Rodi is flexibel, zit bovenop de marktontwikkeling, is betrouwbaar en voor ons gewoon dé mediapartner.”

NL DOET

Collega’s van Rodi West Media staken de handen uit de mouwen tijdens NLdoet, de jaarlijkse vrijwilligersactie van het Oranje Fonds. In verschillende gemeenten droegen zij bij aan mooie initiatieven, waarbij samenwerking en maatschappelijke betrokkenheid centraal stonden. Zo hielp een groep met het inpakken van traktaties voor Stichting Jarige Job, die kinderen uit minder bedeelde gezinnen een onvergetelijke verjaardag bezorgt. In Schipluiden werd bij woonzorglocatie Akkerleven het terras lente klaar gemaakt, zodat bewoners weer kunnen genieten van het buitenleven. In Maassluis gingen collega’s op pad voor een taalwandeling door het centrum en brachten zij een bezoek aan het museum. Ondertussen werden in Rijswijk, bij Cardia Onderwatershof, samen met ouderen vogelhuisjes en bloemstukken gemaakt – een activiteit vol mooie gesprekken en gezelligheid.

BEURSVLOER WESTLAND

Veel Westlandse bedrijven tonen sociale betrokkenheid door op Beursvloer Westland matches te maken met organisaties, stichtingen en instanties. Daarbij worden – met gesloten beurs – diensten en kennis uitgewisseld ter ondersteuning van initiatieven in de regio. Rodi ondersteunt dit met aandacht en content, is aanwezig op de beurs en ruilt actief, wat leidt tot waardevolle samenwerkingen.



WERKEN BIJ.

OP ZOEK NAAR GOED PERSONEEL? ZET JOUW VACATURE OF BEDRIJF IN DE SPOTLIGHTS IN WERKEN BIJ! DEZE UITNEEMBARE BIJLAGE VERSCHIJNT DRIE KEER PER JAAR IN ONZE HUIS-AAN-HUISKRANTEN EN STAAT VOL ACTUEEL NIEUWS OVER DE ARBEIDSMARKT, INCLUSIEF TIPS VOOR WERKZOEKENDEN. ZO WERF JIJ HET IDEALE PERSONEEL EN BEREIK JE DE JUISTE DOELGROEP.

RODI KLAAR VOOR HET VOORJAAR

Maak kennis met onze bijlage Klaar voor het Voorjaar, helemaal in het teken van de lente. Het moment waarop terrassen vollopen, bloemen worden ingeslagen en garderobes vernieuwd. Dé kans om jouw onderneming in de spotlight te zetten.

RODI WONEN

Rodi Wonen is hét interieurplatform van Rodi Media met website, nieuwsbrief en social kanalen. De bijlage staat vol trends, meubels en praktische woontips.

RODI ZORG EN WELZIJN

Of je nu een apotheek runt, in de thuiszorg werkt of anderszins verbonden bent aan de zorg: Rodi Zorg & Welzijn – met thema's als mentale gezondheid en beweging – biedt ruimte voor jouw boodschap.

REGIOZAKEN

Lokale doelgroepen bereik je via onze bijlage RegioZaken. Het lifestylemagazine verschijnt in Alkmaar, Dijk en Waard, Bergen, Egmond en Heiloo en brengt (zakelijk) regionieuws, aangevuld met wonen, werken, uitgaan, sport en cultuur. Hét businessmagazine voor de zakelijke markt in Purmerend.

ONDERWIJS

We zijn trots op de Onderwijs-special met nieuws over open dagen en interviews met leraren, ouders, leerlingen en studenten.

Rodi West Media ondersteunt jongeren bij hun schoolkeuze met de bijlage Your Choice, met informatie over opleidingen en open dagen.

STRANDWALFESTIVAL

Rodi West Media werkt samen met het Strandwalfestival in Rijswijk en verzorgt jaarlijks een festivalkrant.

WESTLANDIA

Samen met R.K.V.V. Westlandia werd het Westlandia Magazine uitgegeven, met verhalen over voetbal, vrijwilligers, sponsors en de kracht van samen.

CUVO UITVAARTZORG

Voor Cuvo Uitvaartzorg werd een bewaarkrant ontwikkeld met informatie over afscheid nemen, het huis van herinnering en de geschiedenis van het bedrijf.

CARRIÈREKRANTEN

In een krappe arbeidsmarkt kunnen organisaties zich lokaal profileren via de Carrièrekranten van Rodi West Media.

VERBINDING IN DE STAD

Rodi West Media zet zich in voor maatschappelijke betrokkenheid met initiatieven die mensen verbinden. In samenwerking met de Gemeente Vlaardingen en Verbinding in de Stad is een speciale uitgave ontwikkeld, te vinden in Nieuwsblad Vlaardingen.

VERHALEN UIT DE REGIO.

KERSTPAKKETTEN VOOR GEZINNEN DIE HET MOEILIJK HEBBEN

ALKMAAR - Het is een prachtige kerstgedachte: gezinnen die het moeilijk hebben een kerstpakket met luxeproducten en leuke uitjes bezorgen. Chris Simmonds en Maurice Baas uit Alkmaar maken het mogelijk met een hartverwarmende kerstpakkettenactie voor gezinnen in de regio. Vorig jaar maakten de mannen dit bijzondere initiatief voor het eerst mogelijk. Dankzij donaties en geschenken konden zij via Stichting Humanitas tien gezinnen blij maken die het moeilijk hadden. De gezinnen ontvingen kratten vol boodschappen, kerstpakketten en uitjes. “Vaak stonden ze met tranen in hun ogen en vol ongeloof dat er zó naar hen omgekeken werd”, vertelt Chris.

HELP MONIQUE VAN DEN BERG (48) UIT ZWAAG AAN HAAR DROOMROLSTOEL

ZWAAG - Met een crowdfunding, opgezet door haar man Bas, zus Brigitte en zwager Patrick, hoopt Monique van den Berg (48) uit Zwaag haar droom te verwezenlijken: een innovatieve rolstoel die haar letterlijk en figuurlijk meer vrijheid en gelijkheid geeft. Als kind moest Monique uit Zwaag een zware strijd leveren. Ze was pas acht jaar oud toen bij haar een Ewing-sarcom in de ruggenwervel werd ontdekt, een zeldzame vorm van botkanker. Het kwam aan het licht na een val op het ijs. “Ik viel hard op mijn kont en diezelfde nacht kon ik plotseling niet meer opstaan toen ik naar het toilet was geweest. Ik voelde helemaal niets meer vanaf mijn navel, dat weet ik nog heel goed”, vertelt Monique. In het AMC ontdekten artsen de tumor. Waarschijnlijk had de val de tumor verplaatst, waardoor een dwarslaesie ontstond.

‘IK WIL ZO ONS STILGEBOREN ZOONTJE EREN EN ONDERZOEK NAAR HARTFALEN STEUNEN’

KOOG AAN DE ZAAAN – “Het gebeurde december 2023 tijdens een potje paintballen; een blessure aan mijn meniscus. Ik kreeg een dikke knie met vocht erin en kon op gegeven moment zelfs niet meer bewegen. Ik wist dat het foute boel was. En ja, het werd dus opereren en maanden revalideren. Daar ging mijn uitdaging die ik vorig jaar wilde doen: 52 hardloophwedstrijden in 52 weken. Maar inmiddels heb ik in januari er al vijf lopen opzitten en gaan we er dit jaar voor”, zegt Sjoerd Lier. De inwoner uit Koog aan de Zaan loopt niet voor zichzelf. Zijn doel is 100.000 euro op te halen voor de Hartstichting. Een man met een missie. Correctie, een nuchtere man met een missie. Want hij stelt ‘het is leuk dat ik dit doel heb bedacht, ik heb tegen mezelf gezegd ‘ga het nou eerst maar eens doen voordat je nu de publiciteit opzoekt’. Zo ben ik opgevoed.”



KERSTPAKKETTEN



DROOMROLSTOEL



ONDERZOEK HARTFALEN



DE VIER WIEKEN



SCHIEDAMSE SCHOUDERS



GEVLUCHT NAAR WESTLAND

VERHALEN UIT DE REGIO.

DE VIER WIEKEN

Na een brand door kortsluiting in de vriescel moesten Bertus en Marianne van der Valk hun cafetaria De Vier Wieken in Wateringen noodgedwongen sluiten. Door ernstige roetschade bleek herstel niet mogelijk, waardoor een einde kwam aan een zaak die 45 jaar bestond. Het echtpaar spreekt van een groot verlies, niet alleen van hun onderneming, maar ook van een plek die voor hen, hun gezin, medewerkers en vaste klanten voelde als een tweede thuis. Generaties groeiden op met de zaak, waar werken, ontmoeten en persoonlijke verhalen samenkwamen, en waar ook na de sluiting veel betrokken reacties op blijven komen. Hun verhaal verscheen in de speciale kerstbijlage van Nieuwsblad Westland.

SCHIEDAMSE SCHOUDERS

Met de rubriek Schiedamse Schouders brengt Nieuwsblad Schiedam structureel verhalen over inwoners die zich inzetten voor anderen en voor de stad. De redactie kiest bewust voor onderwerpen die laten zien wat betrokkenheid en vrijwilligerswerk betekenen op lokaal niveau. Door een vaste opzet en een tweewekelijkse publicatie is de rubriek herkenbaar en consistent. De combinatie van portretfotografie en journalistieke verhalen maakt de inzet en motivatie van de geportretteerden zichtbaar, van vrijwillige brandweerlieden tot taalmaatjes. Via een samenwerking met de bibliotheek in de Korenbeurs, waar portretten met QR-codes worden geëxposeerd tijdens de Week van de Vrijwilliger en NLdoet, krijgen de verhalen ook buiten de krant een plek.

GEVLUCHT NAAR WESTLAND

Met de reeks Gevlucht naar Westland brengt Nieuwsblad Westland een lokaal portret van Oekraïense vluchtelingen, drie jaar na het uitbreken van de oorlog. De serie laat zien hoe een internationale crisis doorwerkt in het dagelijks leven in Monster en De Lier. Door gezinnen langdurig te volgen, ontstaat een beeld van hun ontwikkeling van aankomst naar integratie, werk en toekomstperspectief. Persoonlijke verhalen maken thema's als opvang en regelgeving concreet en laten zien hoe de oorlog blijvend invloed heeft op het leven in de regio.



RODI

RODIMEDIA.NL | RODIROTATIEDRUK.NL | RODIVERSPREIDING.NL
RODIWESTMEDIA.NL | DWFMEDIA.NL