



# Mijn Zorg

Teendraads, eigenwijs en toetsend, met die begrippen tooit de redactie van *Mijn Zorg* zich graag. Dat klinkt pretentiefus voor een intern bedrijfsblad, maar *Mijn Zorg* van Achmea weet het waar te maken. In een moeilijke periode van reorganisaties en ontslagen zet het blad de toon met een geslaagde combinatie van een heldere, toegankelijke opmaak, een gedurfde onderwerpkeuze en duidelijke taal.

Van Achmea krijgt *Mijn Zorg* voldoende ruimte en vertrouwen om zijn eigen weg te gaan. Die ruimte wordt benut voor een persoonlijke benadering van de medewerker. Dat betekent niet per se hoor en wederhoor om te voorkomen dat kritiek onmiddellijk wordt geneutraliseerd door commentaar uit de top. Het streven is een realistisch beeld van het bedrijf neer te zetten waarin de medewerker centraal staat.



*Mijn Zorg* wil de medewerkers van Achmea Zorg de weg wijzen naar 'de nieuwe organisatie die we willen zijn'. Om dat te bereiken, moet het vooruitlopen op zijn doelgroep, de grenzen opzoeken van wat die doelgroep wil horen. Het feit dat die doelgroep erg divers is, onder meer in opleidingsniveau, maakt het nog complexer. Door synergie met intranet, met reacties en aanvullingen op de artikelen, gaat de redactie die uitdaging aan. Het levert een onontkoombaar medium op, dat een duidelijk statement aflevert voor de medewerkers van een organisatie die in beweging is.

Titel	Mijn Zorg
Organisatie	Achmea Zorg
Inzender	Maters & Hermsen Journalistiek
Doelgroep	Medewerkers
Frequentie	5 x per jaar