

KRANTEN IN CRISIS

GESPREKKEN MET PIETER BROERTJES EN PETER VANDERMEERSCH

Gepubliceerd in *Ons Erfdeel* 2009/3.

Zie www.onserfdeel.be of www.onserfdeel.nl.

“*De Morgen* ontslaat kwart personeel.” “Alle hens aan dek voor PCM [de groep die tot voor kort eigenaar was van *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant* en *Trouw*, nvdr]”. “Corelio [de groep die *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* uitgeeft, nvdr] wil 60 werknemers ontslaan.” “De nood is acuut”. Het zijn maar enkele van de alarmerende krantenkoppen die begin 2009 in Vlaamse en Nederlandse kranten te lezen waren. Allemaal wijzen ze naar hetzelfde fenomeen: het gaat niet goed in de krantensector. De meeste oplagen dalen, de inkomsten doen dat ook. Kranten zijn al lang geen zuiver papieren producten meer, maar proberen ook op het internet een nieuwe generatie met andere gewoontes aan te spreken. De kosten stijgen dus — maar de inkomsten niet. Mensen willen niet betalen voor informatie op het internet. Het hele businessmodel van de traditionele krant staat onder druk. De prestatiedruk neemt toe.

Is er, zulke negatieve berichten in acht genomen, nog wel plaats voor kwaliteitsjournalistiek? Dat vroegen wij aan Pieter Broertjes, hoofdredacteur van de Nederlandse *Volkskrant*, en aan Peter Vandermeersch, algemeen hoofdredacteur van de Vlaamse kranten *De Standaard* en *Het Nieuwsblad/De Gentenaar*. Deze laatste zijn eigendom van de Vlaamse groep Corelio. Maar ook *de Volkskrant* is, sinds eind juni 2009, in Vlaamse handen: De Persgroep, het mediabedrijf van de flamboyante tycoon Christian Van Thillo, nam in juni PCM over, het moederbedrijf van *de Volkskrant* én van *NRC Handelsblad* en *Trouw*. Eerder was De Persgroep al eigenaar geworden van de Amsterdamse stadskrant *Het Parool*. In Vlaanderen is De Persgroep eigenaar van de dagbladen *De Tijd*, *Het Laatste Nieuws* en *De Morgen*, de tweede kwaliteitskrant in Vlaanderen. Het bedrijf heeft daarnaast enkele populaire weekbladen in portefeuille en is mede-eigenaar van de commerciële televisiezender VTM.

LUC DEVOLDERE

werd geboren in 1956 in Kortrijk. Studeerde oude talen en wijsbegeerte in Kortrijk en Leuven.

Was leraar aan het Sint-Barbaracollege in Gent.

Is sinds 2002 afgevaardigd-bestuurder van Ons Erfdeel vzw en hoofdredacteur van alle publicaties van die vereniging. Publiceerde o.a. *Wachtend op de barbaren. Essays* (2002), *De verloren weg. Van Canterbury naar Rome* (2002), *Mijn Italië* (2006) en *Het Grote Rivierenboek* (2007). Zopas verscheen *Lucifers bij de brand*.

Adres: Murissonstraat 260, B-8930 Rekkem

BART VAN DER STRAETEN

werd geboren te Gent in 1979. Studeerde Germaanse talen en literatuurwetenschap aan de Universiteit Gent en de K.U. Leuven.

Schrijft over poëzie en andere kunsten, o.a. voor de krant *De Morgen*. Publiceerde gedichten in *Het Liegend Konijn*.

Adres: Muinklaan 39, B-9000 Gent

Pieter Broertjes werd geboren in 1952. Hij studeerde sociologie in Utrecht. In 1979 kwam hij bij *de Volkskrant* terecht. Hij was er achtereenvolgens sociaaleconomisch redacteur, chef van de sociaaleconomische redactie en adjunct-hoofdredacteur. In 1995 volgde hij Harry Lockfefer op als hoofdredacteur. In 2004, na de dood van prins Bernhard, publiceerde hij samen met Jan Tromp het ophefmakende boek *De prins spreekt*. Van 1998 tot 2006 was hij voorzitter van het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteurs. Bij zijn terugtreden publiceerde hij *Media onder vuur. Verweer van een hoofdredacteur*. Nog in 2006 werd hij bijzonder lector "Uitgeven van kranten" aan de Hogeschool Utrecht. Sinds 2007 is hij voorzitter van World Press Photo, dat elk jaar de beste persfoto's uit de hele wereld bekroont. Hij noemt zichzelf "een kind van Den Uyl". Er werken 220 redacteurs bij zijn krant. *De Volkskrant* heeft een gemiddelde verspreide oplage van 264.000 exemplaren per dag, waarbij op zaterdag ongeveer 340.000 exemplaren worden verkocht. Het e-paper van *de Volkskrant* heeft een oplage van 41.000, een groot deel hiervan zijn abonnees die door de week het e-paper en in het weekend de papieren krant lezen. *De Volkskrant* heeft een betaalde abonnementsrelatie met ongeveer 300.000 abonnees. Sinds kort stijgt de oplage van *de Volkskrant* weer.

Peter Vandermeersch werd geboren in 1961. Hij studeerde geschiedenis in Gent, journalistiek in Parijs en politieke wetenschappen aan Harvard University in de VS. In 1988 begon hij voor *De Standaard* te werken. Hij werkte er op de cultuuredactie, op de buitenlandredactie, als correspondent in Parijs en in New York, als chef van *De Standaard Magazine* en als adjunct-hoofdredacteur. In 1999 werd hij hoofdredacteur van *De Standaard*. In 2006 werd hij algemeen hoofdredacteur van de krantendivisie van

Corelio, de vroegere “Vlaamse Uitgevers Maatschappij”, dat de koepel vormt boven de kranten *De Standaard*, *Het Nieuwsblad/De Gentenaar*. Bij de redactie van *De Standaard* werken 114 mensen. In het eerste kwartaal van 2009 werden gemiddeld bijna 92.000 kranten per dag verkocht. Bijna 3.000 mensen kochten in het eerste kwartaal van 2009 een onlineabonnement of een dagkaart, waarmee men één dag lang toegang krijgt tot het hele *Standaard*-archief op de website.

TASTEN IN DE MIST

De kranten crisis is niet beperkt tot de Lage Landen, maar wereldwijd. Dat mocht Peter Vandermeersch aan den lijve ondervinden op een bijeenkomst van hoofdredacteuren in de Verenigde Staten. “Ik ben voor het jaar 2009 Sulzberger Fellow geworden aan Columbia University. Zes keer moet ik dit jaar naar de VS en dan praten we een week lang met voornamelijk Amerikaanse hoofdredacteuren over wat er met de pers aan de hand is. Het pessimisme over de toekomst van de pers was op de eerste bijeenkomst werkelijk immens. Een hoofdredacteur van een Spaanstalige krant in de VS had zijn krant op een maand tijd moeten herorganiseren: in plaats van zes keer per week mocht ze voortaan nog drie keer verschijnen. Een andere krant, *The Christian Science Monitor*, is in april gestopt met een dagelijkse papieren krant. Het is alleen nog een online operatie, met een papieren weekblad in het weekend.”

“De Amerikaanse crisis is wel erger dan degene die wij in Europa meemaken. Amerikaanse kranten hangen soms tot tachtig procent af van advertentie-inkomsten. Als een gevolg van de financiële crisis is die markt helemaal ingestort. *De Standaard* is daar minder gevoelig voor: de inkomsten van de krant bestaan slechts voor 40% uit advertentie-inkomsten; het overige zijn lezersinkomsten. En het aantal lezers van de krant groeit nu al zes jaar op rij. Daarmee is *De Standaard* een grote uitzondering, een stijger in een dalende markt.”

“Maar we zitten in feite in een dubbele crisis: de wereldwijde economische crisis, plus de crisis van de krant zelf. Er groeit een nieuwe generatie op die anders omgaat met media, voor wie een papieren krant geen vanzelfsprekendheid is. Alle kranten vragen zich af hoe ze dat publiek kunnen bereiken, en vooral: hoe ze daar inkomsten uit kunnen halen. Niemand heeft een antwoord. We zijn allemaal aan het tasten in de mist. Niemand weet nog goed wat er aan de overkant ligt en welke richting we uit moeten.”

Pieter Broertjes beaamt deze analyse. “Onlangs moest ik een college geven aan eerstejaarsstudenten sociologie aan de Universiteit van Amsterdam. De vraag was: hoe ziet het medialandschap er over tien jaar uit? Toen heb ik Christian Van Thillo geparafraseerd. Die zei onlangs: over tien jaar zal er nog wel een krant zijn. Ze zal er anders uitzien, ze zal compacter zijn, voor een kleiner publiek, en duurder — maar ze zal er nog wel zijn. De vraag is vandaag: zal de krant er over tien weken nog wel zijn?

De onzekerheid is immens. Je ziet in Amerika kranten ophouden waarvan je vroeger dacht: dat kan niet, dat zijn instituten. Zelfs *The New York Times* staat op zijn grondvesten te trillen. Er waren natuurlijk wel al langer evoluties gaande die het businessmodel van een betaalde kwaliteitskrant ondermijnden, maar de financiële crisis heeft alles in een stroomversnelling gebracht. Daardoor is ook *de Volkskrant* in een half jaar tijd kwetsbaarder geworden dan ik ooit voor mogelijk had gehouden. We zijn ook voor 60% afhankelijk van advertentieinkomsten, dus op dat vlak zijn we kwetsbaarder dan *De Standaard* en dan *NRC Handelsblad*, die voor ongeveer 35% afhankelijk is van advertenties. En dan hebben we het geluk dat de overheid nog redelijk goed adverteert voor de onderwijs- en zorgsector. De verwachting is dat dat in de tweede helft van 2009 ook gaat crashen. Dan gaat het nog harder.”

EEN VLAAMSE OVERNEMER

Onrust bij *de Volkskrant* was er ook omdat er lange tijd onduidelijkheid was over de toekomst van de groep waartoe de krant behoorde. PCM, dat ook eigenaar is van *NRC Handelsblad* en *Trouw*, stond in de uitverkoop, er waren verschillende kandidaat-overnemers. Het was duidelijk dat bij een overname een van de twee kwaliteitskranten, *de Volkskrant* of *NRC Handelsblad*, wellicht een ander onderkomen zou moeten zoeken. In feite waren de twee kranten elkaars concurrenten in hetzelfde bedrijf. De “weef-fout”, zoals deze ongezonde constructie genoemd werd, moest worden weggewerkt. In maart 2009 werd bekend dat De Persgroep PCM zou overnemen; in juni werd de overname een feit. Zo komen *de Volkskrant* en *Trouw* in Vlaamse handen. *NRC Handelsblad* moest op zoek naar een nieuwe eigenaar.

Heeft *de Volkskrant* de overname door de groep van Christian Van Thillo al verteerd? “Ja”, zegt Pieter Broertjes, “Ik heb Van Thillo een paar keer ontmoet. Ik ben onder de indruk van zijn kennis en energie en van zijn geloof in ons product. Het is heerlijk om met iemand te praten die weet waarover hij het heeft en die ook echt vertrouwen uitstraalt. En dat in een tijd waarin we allemaal staan te trillen en ons afvragen: bestaan we nog wel, over tien weken, over tien jaar? Natuurlijk is Van Thillo ook een zakenman. We moeten uiteraard gewoon winst maken. Maar er is met hem in ieder geval te praten over kwaliteitsimpulsen, over innovaties, over hoe de krant eruit moet zien. Daar krijg je energie van. Ik probeer dat ook aan de redactie duidelijk te maken.”

Bij *De Standaard* werd het overnamenieuws op weinig enthousiasme onthaald, zegt Peter Vandermeersch. “De dag dat het nieuws bekend werd, stonden drie van onze betere redacteurs in mijn bureau om te vragen: hoe moet het met ons nu? Vroeger had je in Vlaanderen vier min of meer gelijkwaardige persgroepen: Corelio, De Persgroep, Roularta, Concentra. Nu speelt één ervan in de Champions League, terwijl

de overige groepen in het beste geval in de eredivisie blijven hangen. Ik denk dus dat de overname van PCM door De Persgroep in Vlaanderen een grote impact heeft. Van Thillo heeft een heel stevige groep gebouwd, met zowel dag- en weekbladen in portefeuille als tv-zenders. Hij heeft ook een langetermijnvisie: hij wil in de Benelux de belangrijkste persgroep worden.”

Voor *de Volkskrant* kan De Persgroep een inspirerende omgeving zijn, meent Broertjes. “In Nederland zijn de verschillende media nog erg verkokerd. Je hebt de omroepen, de kranten, de internetsites. Van Thillo heeft ervaring met al die verschillende platforms. Wij willen ook dolgraag verder met die multimediale strategie, en dan is het goed als je met mensen in aanraking komt die daar ervaring mee hebben. Ook daarop is Van Thillo zeer aanspreekbaar. Hij wil graag een bijdrage leveren aan zo’n multimediaal bouwwerk, zowel in Vlaanderen als in Nederland. Sinds er enige duidelijkheid is over de overname is er voor *de Volkskrant*, los van het externe beeld dat het met kranten gewoon slecht gaat, toch een en ander in positieve richting geëvolueerd.”

STEUN EN ONAFHANKELIJKHEID

Voor de toekomst van de kwaliteitskranten kunnen ook de overheden een belangrijke rol gaan spelen. De Franse president, Nicolas Sarkozy, organiseerde in januari 2009 als eerste een Staten-Generaal voor de pers. Een van de uitkomsten was dat de overheid de kosten op zich zou nemen voor een gratis krantenabonnement voor alle achttienjarigen in Frankrijk. In dezelfde maand stelde de Nederlandse minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Ronald Plasterk, de “Commissie Innovatie en Toekomst Pers” in, die onder leiding van de oud-cultuurminister Elco Brinkman aanbevelingen moest formuleren over de wijze waarop innovatie binnen de krantensector gestimuleerd en gefinancierd kan worden. Voor zulke maatregelen heeft Plasterk acht miljoen euro beschikbaar. Op 23 juni legde de Commissie zijn adviesrapport neer. In maart 2009 ten slotte organiseerde ook de Vlaamse Regering een Staten-Generaal van de Media, waarop gedebatteerd werd over de wijze waarop de overheid een rol zou kunnen spelen in de mediacrisis.

Birgit Donker, hoofdredacteur van *NRC Handelsblad*, voelt niets voor de acht miljoen euro van Ronald Plasterk. Overheidssteun zou de schijn van afhankelijkheid met zich meebrengen, en dat kan niet voor een onafhankelijke kwaliteitskrant. Beperktere ondersteunende maatregelen keurde ze niet af. Zo zou een BTW-verlaging op de digitale krant kunnen helpen, evenals een tussenkomst in de distributiekosten of een gratis abonnement voor achttienjarigen. Ook bij *de Volkskrant* zorgt de kwestie van de overheidssteun voor een dilemma. “Ook *de Volkskrant* vindt dat kranten commerciële producten zijn en zichzelf moeten kunnen bedruipen”, zegt Pieter Broertjes. “Maar de crisis is inmiddels zo acuut. Het uitgeven van betaalde kwaliteitskranten wordt een

hachelijke onderneming. Los van de bedreigingen, en zonder je onafhankelijkheid op te geven, zou je het best kunnen kijken naar subsidiemogelijkheden als het gaat om distributie. Het distributiemodel is ontzettend duur en erg onprofessioneel. Waarom zouden we dat niet gaan professionaliseren met overheidssteun? Distributie en logistiek kost ons meer dan de hele *Volkskrant*-redactie. We zijn meer kwijt aan het verspreiden van de krant dan aan het maken ervan. Ik denk trouwens dat we in dat verband ook veel serieuzer moeten gaan kijken naar het e-paper, het elektronische papier.”

“Ook over een gratis abonnement voor achttienjarigen valt met mij te praten. Toen ik college gaf aan die sociologiestudenten, waren er vijftien van de tachtig geabonneerd op *de Volkskrant*, dat viel me nog mee. Maar slechts vijf studenten betaalden zelf hun abonnement. Vijf van de tachtig. En dat zijn maatschappelijk geïnteresseerde studenten. Dat is waar je staat. Er waren ook wel een paar mensen met een onlineabonnement, maar gratis sites als nu.nl bleken toch door veel meer mensen geraadpleegd te worden.”

Peter Vandermeersch zit wat dit thema betreft zeer op dezelfde lijn als Pieter Broertjes. “In eerste instantie moet subsidie bespreekbaar zijn als het gaat om distributie, BTW en innovatie. Wij investeren heel veel in internet en in nieuwe technieken zoals video. Als de overheid daar een rol in wil spelen: heel graag. Maar nog belangrijker is dat de overheid de lat voor alle spelers gelijklegt. Wij debatteren nu weer over betalende toegang tot de artikelen op onze website. Maar betalend internet maakt geen kans als de openbare omroep een goede site heeft die door de overheid gefinancierd wordt en die gratis blijft. Daar moet ook over nagedacht worden.”

VAN SPREEKBUIS TOT FORUM

De redactionele lijn van kranten was in de tijd van de verzuiling erg helder. In Vlaanderen had je het liberale *Het Laatste Nieuws*, *De Morgen*, een krant van socialistische signatuur, en *De Standaard*, de krant van christelijke signatuur. Ze verdedigde de gecorrigeerde vrijemarkteconomie.

“AVV-VVK”, stond er op de krant — “Alles voor Vlaanderen, Vlaanderen voor Kristus”. Het was vanaf het einde van de negentiende eeuw de leuze van het katholieke deel van de Vlaamse Beweging. Een duidelijker standpuntbepaling kon je niet hebben. Maar in 1999 werd Peter Vandermeersch hoofdredacteur van de krant. En als een van de eerste dingen verdween het Vlaams-katholieke symbool van de voorpagina. Dat stuitte vele lezers en abonnees tegen de borst. Zou hij die operatie vandaag opnieuw ondernemen?

“Ik zou in de gegeven omstandigheden net hetzelfde doen. Op een bepaald moment moesten we zeggen: wij willen niet langer de spreekbuis zijn van katholiek Vlaanderen. Dat waren we eigenlijk al lang niet meer. Maar in de perceptie waren we dat nog wel, en dat werd tegen ons gebruikt. Christian Van Thillo heeft me ooit gezegd: de dag dat *De Standaard* dat AVV-VVK van zijn voorpagina schraptte, wist ik dat het

menens werd. De strijd die ik moest voeren, was de strijd om de grootste kwaliteitskrant in Vlaanderen te blijven. Het was de ambitie van De Persgroep om van *De Morgen* de grootste van Vlaanderen te maken. Ik heb op een gegeven moment gezegd dat als we dit symbool niet zouden schrappen, we geen nieuwe aangroei van lezers en abonnees meer zouden hebben. Het is een beslissing die met heel veel schroom genomen is. Ik weet dat ik heel veel mensen daar fundamenteel pijn mee heb gedaan. Ik heb veel brieven toen zelf beantwoord.”

“Overigens werkte die AVV-VVK ook op een ander manier tegen ons. Als we wilden berichten over de paus of over de katholieke kerk, wees iedereen ons na: zie je wel, het is de krant van de katholieken! Sinds dat symbool weg is, kunnen we veel opener en met meer vrijheid over het geloof en het katholicisme berichten.”

Ook *de Volkskrant* draagt een verzuilde erfenis met zich mee. Toen Pieter Broertjes in 1979 bij *de Volkskrant* arriveerde, zag die er anders uit dan nu. “Het was een krant die sterk werd gedomineerd door de sociale en politieke verhoudingen. De katholieke vakbeweging drukte toen nog sterk zijn stempel op de krant. Ik was lid van de sociaal-economische redactie en ik kreeg de portefeuille ‘vakbeweging’. Dat was niet: ‘vakbeweging-werkgevers’, nee: alleen ‘vakbeweging’. Vroeger gaven de voorzitters van de vakbeweging geregeld een persconferentie. En wat daar ook gezegd werd, dat werd geheid voorpaginanieuws. Pas in de jaren tachtig werd die band wat losser. Toen mocht ik al stukken schrijven met titels als: ‘Democratie vakbond werkt moeizaam’. Dat had enige jaren tevoren niet gekund.”

“In de loop der jaren, zeg ik weleens, is *de Volkskrant* steeds meer van zichzelf geworden. Vroeger waren wij van de katholieke arbeidersbeweging, in de jaren zestig zijn we mee gaan liften op de progressieve studentenbeweging, en zo zijn wij in het centrumlinkse, sociaaldemocratische kamp terechtgekomen. En zeker na de val van de Muur in 1989 zijn we op zoek gegaan. Als het maakbare socialisme in Oost-Europa niet meer bestaat — wat is dan wel je oriëntatiepunt? Een krant als *NRC Handelsblad* kwam, met haar liberale invalshoek, ideologisch gesproken thuis na die val. Bij ons gingen de trossen los, op zoek naar een nieuwe haven.”

“Vandaag is er wel degelijk een redactionele lijn, maar die is minder ideologisch geïnspireerd dan vroeger, omdat lezers dat ook minder zoeken. Algemeen kun je stellen dat *de Volkskrant* in het Nederlandse landschap staat voor centrumlinks. Wij bedienen vanaf het centrum naar links. Maar ik vind tegelijk ook wel dat je een krant moet maken die daar niet te voorspelbaar in is, een krant die spannend is. En dat je dus ook af en toe dat geluid van rechts moet laten horen, of andere geluiden zoals van ondernemers en rechtse politici.”

Op 8 augustus 2007 publiceerde *de Volkskrant* inderdaad een opiniestuk van Geert Wilders, waarin hij opriep de Koran te verbieden. Datzelfde artikel was eerder geweigerd

door *NRC Handelsblad*. Vele traditionele *Volkskrant*-lezers hebben zich daaraan gestoord, ook al omdat zij vinden dat *de Volkskrant* in korte tijd “verrechtst” zou zijn. Verdedigt Pieter Broertjes de publicatie van dat Wildersstuk nog altijd?

“Jazeker. Een heel belangrijk principe bij het maken van een krant is de redenering dat elke dag genoeg heeft aan zichzelf. Je moet een krant maken met het nieuws van die dag. In dat aanbod, van die dag, vond ik dat stuk van Wilders het belangrijkste nieuws. En je kunt wel zeggen: die Wilders staat me niet aan en zijn opvattingen al helemaal niet. Maar als Wilders uitspraken doet die provocatief zijn, maar niet strafbaar, dan is dat nieuws. Dat is het beleid dat ik altijd heb voorgestaan: *de Volkskrant* als open podium, waarop tegengestelde meningen met elkaar kunnen botsen. Mijn beleid is er een van de ramen openzetten. Ik heb altijd geambieerd met *de Volkskrant* een debatkrant te zijn. De krant waar de discussie plaatsvindt. Daar mogen ook best eens stekelige, rechtse stukken instaan, omdat dat een beetje schuurt en scherpt. Mensen raken daar wat onzeker van. Maar op de opiniepagina moet je dat net laten gebeuren, vind ik. Dat maakt de krant echt interessanter.”

“En het is natuurlijk wel zo dat er de jongste jaren mensen binnengekomen zijn in de redactieploeg met een wat liberalere kijk op de samenleving. Maar dat gebeurt ook onder invloed van de tijdgeest. Die is nu eenmaal wat liberaler dan dertig jaar geleden. We zijn niet meer die monolithische, uniforme club mensen die allemaal in een spijkerbroek en een trui precies wisten wat goed en slecht was. *De Volkskrant* heeft echter één nadeel: we zijn niet altijd zo goed in maat houden. We willen nog wel eens te veel doorslaan naar het ene of naar het andere. Dat is ook niet zo verwonderlijk. Tot 2002 waren wij zowat de krant van Paars, Nederland was af, het was allemaal mooi. Maar toen kwam Fortuyn, en toen bleek dat Nederland helemaal niet af was. En dan zijn we weer op zoek gegaan. Dat het dan even duurt voor je weer in balans bent, is begrijpelijk.”

“Maar de koers is toch, als je het mij vraagt, het algemene centrumlinkse progressieve verhaal. De economische crisis zal moeten zorgen voor een nieuw evenwicht tussen staat en markt. *De Volkskrant* kan een rol spelen in dat debat. En daarbinnen moet je dan thematieken kiezen die, zoals wij dat noemen, ‘typisch *de Volkskrant*’ zijn. Een van die thematieken is de beloningsverhoudingen in Nederland. Al vijftientig jaar lang zegt *de Volkskrant* dat die scheef zijn en dat daar iets aan moet gebeuren. Nu, met de financiële crisis, zegt iedereen dat, van Obama tot Sarkozy. Andere typische *Volkskrant*-onderwerpen zijn onderwijs, zorg — we volgen al een paar jaar de kwaliteit van de verpleeghuizen in Nederland — en ook het vraagstuk van de macht. Wie heeft het voor het zeggen in Nederland? Dat onderzoekt *de Volkskrant*.”

Als *De Standaard* niet langer de spreekbuis is van katholiek Vlaanderen, wat is dan de koers van de krant vandaag? “Als we onszelf ideologisch moeten definiëren”, zegt Peter Vandermeersch, “dan zijn we een centrumkrant. Niet centrumrechts of

centrumlinks, maar centrum. Maar wel een krant waarin over essentiële debatten alle stemmen aan bod komen. Dat was vroeger niet het geval. Ik ben er trots op dat wij in onze krant de meest uiteenlopende meningen met elkaar confronteren, of het nu gaat over euthanasie, over het Belgische communautaire debat, of over de prestaties van de nationale voetbalploeg. Wij moeten de plaats zijn van het publieke debat. Tegelijk profileren we onszelf, vooral tegenover *De Morgen*, als de meest genuanceerde kwaliteitskrant van Vlaanderen. We berichten minder met de voet vooruit, maar genuanceerder, dieper, voorzichtiger, juist. En ook wij hebben de voorbije jaren een aantal thema's uitgekozen waarop wij heel systematisch willen gaan werken, 'typisch *De Standaard*'. Verkeersveiligheid is er een van, net als ecologie, onderwijs en de kwaliteit van het culturaanbod in Vlaanderen."

NAAR BUITEN KIJKEN

"We proberen ons ook te definiëren ten opzichte van *De Morgen* als de krant die het meest naar buiten kijkt. De krant die meer en systematischer naar de buitenwereld kijkt." Dat laatste klinkt paradoxaal. Toen Vandermeersch in 1999 hoofdredacteur werd van *De Standaard*, riep hij alle buitenlandcorrespondenten terug. De krant heeft dus geen enkele vaste buitenlandse correspondent meer. "De vaststelling was dat *De Standaard* een verkeerd gebouwde krant was. Een voorbeeld. Ik was zelf correspondent in Parijs. Het was een koude winter en er vrozen clochards dood op straat. Ik maakte daar een reportage over die groot in de krant verscheen. Nu gebeurde in Brussel net hetzelfde. Maar daar schreven we niet over, omdat we geen binnenlandredactie hadden. We hadden alleen een Wetstraatredactie. Pas als een thema op het politieke niveau begon te spelen, konden we er aandacht aan besteden. Dat was niet meer houdbaar voor een moderne krant. Ik moest dus een binnenlandredactie opbouwen zonder extra kosten te maken. En het geld heb ik dan gezocht door buitenlandcorrespondenten terug te roepen. We proberen dat nu op te vangen met copyrights die we hebben bij *NRC Handelsblad*, bij *The Washington Post* en *The Guardian*. En we proberen in de mate van het mogelijke geregeld redacteurs naar het buitenland te sturen. In ieder geval zie ik erop toe dat we voldoende aandacht aan dat buitenland besteden. Ik tel bijvoorbeeld het aantal artikelen dat we per jaar over Afrika publiceren. Maar het blijft een verarming dat je niet de *flavour* van het land zelf kunt brengen. Wat dat betreft ben ik stikjaloers op *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant*."

Pieter Broertjes gelooft erg in het model dat je eigen mensen ter plaatse oog en oor moet laten zijn van je krant. *De Volkskrant* heeft twintig buitenlandse correspondenten (onder wie één in België), dat zijn er dus twintig meer dan *De Standaard*. "Maar we zullen in de komende maanden en jaren moeten zien of dat haalbaar blijft, als we een krimppolitiek moeten voeren. Buitenlandse correspondenten terugroepen is een



Peter Vandermeersch (links; °1961) en Pieter Broertjes (°1952), Foto copyright Ons Erfdeel vzw.

makkelijke besparing. Je kunt ze zo terughalen en dan heb je een paar miljoen verdiend. Maar dat gaat dan wel ten koste van je ambitie als krant, en het gaat in tegen je geschiedenis. *De Volkskrant* is altijd een krant geweest van emancipatieprocessen. Vandaag vinden die vooral plaats in de Derde Wereld. Ik vind het enorm belangrijk dat onze lezer daarop gewezen blijft worden. Dat de problemen in onze samenleving toch relatief zijn als je ze vergelijkt met de problemen in de wereld. Dat hoort bij het DNA van *de Volkskrant*. Maar het wordt een hard gevecht denk ik, de komende jaren. Ik heb nu twee correspondenten teruggeroepen, niet omdat ik het wil, maar ik moest bezuinigen en ik moest kiezen. Dat geeft een enorm tumult, en dat is eigenlijk wel goed, want dat geeft aan dat men van *de Volkskrant* verwacht dat ze oog blijft hebben voor het buitenland. Maar de economische situatie is nu zo ingewikkeld dat je keuzes moet maken.”

COMPACTER EN DUURDER?

De economische situatie is inderdaad erg ingewikkeld. Door de financiële crisis dalen de advertentie-inkomsten sterk. Mensen abonneren zich minder vanzelfsprekend op een krant dan vroeger het geval was. Er zijn gratis kranten, er is gratis informatie op het internet. Een nieuwe generatie die opgegroeid is met het internet gaat anders om met geletterdheid en informatie. Zowel *de Volkskrant* als *De Standaard* probeert daarop in te spelen, met uitgebreide websites, waarop behalve het nieuws uit de krant ook blogs en video's worden aangeboden. De hamvraag lijkt te zijn: hoe zal de verhouding tussen papieren en onlinekrant evolueren? Geloven Vandermeersch en Broertjes überhaupt nog in de papieren krant?

“Ik geloof nog heel erg in de papieren krant,” stelt Peter Vandermeersch meteen. “Ik ben er heel erg van overtuigd dat ze zal blijven bestaan. Ze zal anders worden. Waarschijnlijk compacter en duurder. Ook inhoudelijk zal ze evolueren, misschien naar meer analyse en debat, misschien naar meer scoops. Ze zal blijven bestaan, maar juist in dialoog met wat we doen op het internet of in andere media. Op dit moment is onze onlinekrant nog te veel een kopie van de gewone krant. Als er ergens een zwaar ongeval is gebeurd en er staan overal files, dan moeten we dat meteen op het internet zetten en liefst ook sms'en. Dat is *breaking news*. Maar dat moet de dag erop misschien niet meer in de krant staan, tenzij er iets te zeggen zou zijn over slecht gesignaleerde werken of zo. Ik heb ooit gesproken over het 0/1/7-model. 0 staat voor *breaking news*, onmiddellijk te brengen via internet en sms-diensten, 1 voor de dagkrant en 7 voor de weekendkrant. Qua personeelsbeleid verschuiven we nu meer mensen naar de weekendkrant en naar online. Ik denk dat we moeten evolueren naar ofwel een 0/7-model, dus alles online en alleen in het weekend een dikke papieren krant, waarmee we kunnen concurreren met de weekbladen, ofwel een 0/1/7-model met hele dunne dagkrantjes. We worden daar misschien toe gedwongen door de crisis.”

De evolutie naar een dunnere krant is bij *de Volkskrant* al aan de gang. In april 2009 werd de krant “ingedikt”, een aantal katernen werd voortaan samengevoegd. Vooral op zaterdag telt *de Volkskrant* minder pagina’s dan vroeger. Maar die “verduunning” is niet per definitie een probleem, vindt Broertjes. “Het is de uniciteit van de informatie die het verschil zal maken. Wat je nu ziet is de ontwikkeling dat nichekranten het over het algemeen beter doen dan algemene kranten. Je ziet een ontwikkeling naar kranten op maat. Algemene kranten krijgen zware klappen, maar *Trouw* en *Het Parool* kunnen zich redelijk handhaven. Bij *Trouw* is de niche de protestantse ideologie, de ethische vraagstukken, bij *Het Parool* is dat de stad Amsterdam. We moeten dus niet zomaar meer achtergrond en duiding hebben, maar ook elke dag iets waarvan de mensen zeggen: o, daar komt *de Volkskrant* mee. Dan maak je jezelf urgent. Het gaat om eigen nieuws genereren. Wij moeten de agenda bepalen. Wij moeten bepalen waarover het debat gaat, niet het debat van gisteren, maar het debat van vandaag en morgen.”

“Ik ben het met Pieter eens dat je heel erg moet oppassen,” zegt Peter Vandermeersch. Soms is de neiging op de redacties van kwaliteitskranten wel heel erg deze: wij geven analyse, commentaar. Wij leunen een beetje achterover. Maar daar maak je doodsaai kranten mee. De rol van onze kranten blijft ook te scoren met scoops. Eigen dingen aanbrengen die opvallen in de media.”

“Als we dat ook kunnen bereiken op die andere platforms, op internet, of met onze video’s”, vult Broertjes aan, “dan heb je een journalistiek model waar ik in geloof. Ook online moet je de *look and feel* van *de Volkskrant* creëren. Dat betekent investeren, innoveren. En dat kost dus geld. Het is echter de vraag of je dan ook nog een businessmodel hebt dat genoeg inkomsten genereert om een redactie van ruim tweehonderd man mee op de been te houden.”

IMPASSE

Investeren in internet kost geld en is noodzakelijk om een nieuwe generatie bij de krant te betrekken. Maar brengt het ook geld op? Dat is de cruciale vraag die vele krantenuitgevers zich stellen. Hoe verdien je geld met een onlinekrant?

“Er zijn adverteerders op het internet”, zegt Peter Vandermeersch. “Je mag dat niet onderschatten. In het geheel van advertentie-inkomsten van alle Vlaamse kranten zijn de online-inkomsten inmiddels goed voor tien procent. Dat is niet niets. Maar je mag dat getal ook niet overschatten. *The New York Times* gaat ervan uit dat je, om hetzelfde bedrag aan advertentie-inkomsten te krijgen, één lezer van de papieren krant moet vervangen door vijftien lezers van de onlinekrant. Als je deze verhouding toepast op *De Standaard*, 300.000 lezers van de papieren krant maal vijftien, dan zou elke Vlaming dagelijks op *standaard.be* moeten komen om evenveel advertentieinkomsten te halen. Dat is dus onmogelijk. We zijn er steeds meer van overtuigd dat we onze onlineoperaties

niet meer zullen kunnen bekostigen met het inkomen uit advertenties alleen. We zijn met zijn allen op zoek naar betaalmodellen. Mijn uitgever zegt terecht dat er maar twee opties zijn: ofwel vinden we een betaalmodel, ofwel snijden we in de kosten. Het zal niet kunnen blijven duren een operatie in stand te houden waarvan we zelfs op termijn niet weten of ze winstgevend kan zijn. Toen ik in New York was voor die bijeenkomst aan Columbia University, vertelde men mij dat de sfeer enkele jaren geleden veel optimistischer was. Iedereen was ervan overtuigd dat we moesten kantelen naar het internet. Dat was de toekomst. Nu hebben we die kanteling gemaakt, en blijkt dat dat ook niet gewerkt heeft om de kranten crisis af te wenden.”

“Dat het noodzakelijk is ook op andere platforms actief te zijn dan alleen op papier, is inmiddels tot alle redacties doorgedrongen,” zegt Pieter Broertjes. “Die omschakeling is een proces dat misschien meer tijd kost dan we zouden willen, maar het gebeurt wel. Ook oudere redacteuren vinden het leuk om met nieuwe technieken kort op de bal te kunnen spelen, om op een andere manier verhalen te schrijven die geschikt zijn voor die nieuwe media. Alleen, de website levert ons nog geen fractie op van wat vroeger zo’n zaterdagkrant van 165 pagina’s opleverde: er blijven er nu nog zo’n 65 over. Dat was een geldmachine. Elke zaterdag kwamen de miljoenen zo binnen. Maar met onze website gaat dat niet gebeuren, al gaan we op onze kop staan. Dat is een catch-22-situatie. Je bent aan het moderniseren, je doet je stinkende best om dat allemaal voor elkaar te krijgen. En dan ben je aangekomen waar je wilde zijn, en zie je dat je het niet voor elkaar krijgt. Dat je niet met zoveel mensen kunt blijven werken aan kwaliteitsjournalistiek. Dat is echt ontmoedigend. Je zult niet meer op dezelfde voet verder kunnen leven. Je weet dat je op dat punt nog fors moet gaan ingrijpen, fors bezuinigen. En als jij het niet doet, doet de uitgever het wel voor jou.”

Peter Vandermeersch bevestigt de impasse. “Lange tijd hebben we kunnen zeggen: dat is de weg. Er was een dynamiek, er was geloof. En nu klinkt het overal: we zijn aan het omschakelen, je had ons gezegd dat dit de weg zou zijn, en er zijn geen inkomsten. Hadden we het dan toch anders moeten aanpakken? Ik herinner me nog een uitspraak van Pieter bij een vorige ontmoeting. ‘Godverdomme’, zei hij, ‘ze gaan ons nog verplichten om af te breken wat we in al die jaren hebben opgebouwd’. Dat vat heel goed samen waar we dreigen naartoe te gaan. Dat geloof in die brede kwaliteitskrant, die zich op verschillende platforms manifesteert. Daar botsen we nu tegenaan.”

“Je eigen werk afbreken is dat”, antwoordt Broertjes. “De uitgever zegt soms tegen mij: ‘we moeten nu doorpakken, Pieter’. Dat is een mooi woord en dat klinkt vastberaden, maar het betekent afbraak. Het betekent keuzes maken en dus: verliezen. Je verliest dingen die je niet kwijt wil.”

DE KAASSCHAAF

Zowel bij de Vlaamse als bij de Nederlandse kranten moet er bezuinigd worden. Nederlandse redacties zijn een stuk groter dan de Vlaamse: die van *de Volkskrant* telt ruim 220 mensen, die van *De Standaard* zo'n 110. Peter Vandermeersch heeft ooit gezegd dat hij jaloers was op het aantal journalisten met wie in Nederland een krant gemaakt wordt. Maar dat hij ook wel dacht dat het met minder kon. Is dat zo? En kan men met minder journalisten dezelfde kwaliteit behouden?

“Dat is een van de moeilijkste hoofdstukken in het uitgeven van kranten”, vindt Pieter Broertjes. “Natuurlijk zegt elke uitgever: ‘jij doet het nu met 220 mensen, kan dat niet met 180?’ Maar waar leg je de grens? Daar zijn we nu ook echt mee bezig. In een eerste ronde kun je best hier en daar nog wel wat weghalen, met de “kaasschaafmethode”, zoals wij dat noemen. Zo heb ik die twee buitenlandse correspondenten nu teruggetrokken. Maar op een gegeven moment, als je door een bepaald aantal mensen heen gaat, kun je niet meer de krant maken zoals ons die nu voor ogen staat. Je kunt een krant als *de Volkskrant* nu eenmaal niet maken met 75 mensen, zoals bij *De Morgen* of *Het Parool*. Als je zo laag gaat, moet je kiezen. En dat vind ik zo'n desastreus proces, want dan ga je afscheid nemen van het product dat nu nog op de markt ligt. Ik moet dit jaar twintig procent bezuinigen op mijn freelancekosten. Dat is echt fors. Ik ga ervan uit dat ons dat zal lukken. Maar als je dan nog een keer twintig procent moet snijden? Dan ga je echt in een andere afdeling spelen. Champions League kun je dan wel vergeten, en eredivisie misschien ook. Dan word je gewoon een ander type krant. Dan krijg je dat portfoliobeleid, waarbij je zegt: sport koop je in bij het *Algemeen Dagblad*, iets anders bij een andere krant. Dan zet je een streep onder de brede *Volkskrant* van nu. Maar als alle kranten transformeren tot nicheproducten, dan moet je daar op een bepaald moment misschien geen last meer van hebben. En dan moet je gewoon zeggen dat *de Volkskrant* aan bepaalde dingen niet meer meedoet. Nu, dat is natuurlijk net wat we niet willen, en dat hebben we in een protocol vastgelegd met De Persgroep. Dat *de Volkskrant* een krant is met een internationale oriëntatie. Met andere woorden: laten we afblijven van die buitenlandse correspondenten. En dat *de Volkskrant* zoveel als mogelijk een breed publiek wil interesseren. Maar daar hoort natuurlijk een prijskaartje bij, en de vraag is hoe lang we dat nog kunnen volhouden.”

“Dat is het moeilijke aan deze crisis”, vult Peter Vandermeersch aan. “Het moet met minder mensen en middelen, maar tegelijk moeten we proberen te groeien in oplage en meer mensen bereiken. Een beetje besparen lukt als het moet, maar je moet dan ook je ambities bijstellen. Als je geen correspondenten meer hebt en je lost een en ander op met copyrights van buitenlandse kranten, dan probeer je nog een krant te maken die goed genoeg is, maar je moet niet meer de ambitie hebben om dé grote kwaliteitskrant te maken. Ik zeg altijd tegen mijn uitgever in moeilijke debatten: goede

journalistiek is en blijft dure journalistiek. Kwaliteit heeft zijn prijs. Ik ben de eerste om te zeggen dat niet elke journalist even goed is, dat we soms misschien wat harder moeten zijn in ons personeelsbeleid. Maar aan het einde van de rit moet je betalen voor kwaliteit.”

“En wat het verschil in bestaafing betreft tussen *De Standaard* en *de Volkskrant*: we mogen niet vergeten dat de Nederlandse kwaliteitskranten op wereldniveau spelen. Zij halen het niveau van de allerbeste kwaliteitskranten van de wereld. Wij moeten in Vlaanderen wat dat betreft enige bescheidenheid aan de dag leggen. Met de middelen die we hebben, doen we het hopelijk niet al te slecht, maar we kunnen niet concurreren met de Nederlandse kranten.”

OVER DE GRENZEN

Misschien kunnen Vlaamse kranten niet concurreren met de Nederlandse. Maar misschien kunnen ze wel samenwerken. Of ligt dat te moeilijk? Blijven kranten te zeer gebonden aan natiestaten?

“Die samenwerking vindt plaats,” zegt Peter Vandermeersch, “een heel klein beetje. De vraag is hoeveel verder je daarin kunt gaan. Ik vrees: veel minder ver dan sommige financiers en uitgevers dromen. Ons publiek blijft toch nationaal denken, ook op cultureel gebied. Vlamingen kijken niet meer naar de Nederlandse televisie, zoals ze dat vóór de komst van VTM deden. En in Nederland zijn er maar weinig mensen die naar de VRT kijken. We hebben in Vlaanderen onze eigen BV's, Nederland heeft zijn BN'ers. Een kleine elite kijkt naar Canvas.”

Pieter Broertjes nuanceert. “Wat samenwerking tussen *de Volkskrant* en *De Morgen* betreft, ik denk wel dat daar nog wat rek in zit, nu we deel uitmaken van dezelfde groep. Dat sterke buitenlandse correspondentennetwerk dat wij nog hebben, heeft *De Morgen* helemaal niet. Daar lijkt me wel een samenwerking mogelijk. Misschien valt daarover te praten met Van Thillo.”

Peter Vandermeersch ziet vooral binnen Vlaanderen nog mogelijkheden voor samenwerking. “Mijn zorg is: ik wil een kwaliteitskrant in Vlaanderen. Als ik nu vaststel dat *De Standaard* op 90.000 exemplaren draait, *De Morgen* op 50.000 en *De Tijd* op 40.000, dan zeg ik: we moeten op termijn naar een schaalvergroting gaan. We hebben op dit moment in Vlaanderen zeven kranten op een markt van zes miljoen mensen, drie kwaliteitskranten die samen nog geen oplage hebben van 200.000. We proberen allemaal *The New York Times* te zijn. En we hebben daar de mensen en de middelen niet voor. De werkdruk is immens. Als ik ga spreken in Vlaanderen krijg ik trouwens zeer vaak de vraag: wat is nog het verschil tussen *De Standaard* en *De Morgen*? Mensen lezen nu eens *De Standaard*, dan weer *De Morgen*. Dat ligt voor veel lezers dicht bij elkaar. En op sommige dagen zou je het verschil niet merken als je de inhoud van *De Standaard* in de lay-out van *De Morgen* plakt of omgekeerd. Gezien de

economische toestand, denk ik dat we over een aantal jaar verplicht zullen worden met elkaar te spreken. Over praktische dingen, over elkaars kranten drukken of elkaars kranten distribueren. We werven nu al met sommige kranten samen advertenties. Dat is een goede zaak. Laten we op dat pad verdergaan.”

“Wat ik op korte termijn niet ondenkbaar zou vinden, en de eerste stappen zijn daarvoor al gezet, is een fusie tussen *De Morgen* en *De Tijd*. Dat zijn zeer complementaire kranten. Vanuit *De Standaard* zou ik daar niet gelukkig mee zijn, want dan zullen we een kwaliteitskrant minder hebben, en dan doen ze dingen waarmee ze mij raken. Maar ik denk dat zulke dingen zullen gebeuren, al is het maar onder druk van de economische omstandigheden.”

GIDS OF LOTGENOOT

In het boek *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek* pleiten *Volkskrant*-journalist Hans Wansink en Warna Oosterbaan voor een krant die “meer gids dan lotgenoot” is. Er klinkt wel vaker kritiek op de steeds grotere sensatiezucht van de kwaliteitskrant, en er wordt soms hardop getwijfeld of zulke kranten deze kwalificatie wel waard zijn. Toen in januari 2009 een zonderlinge jongen in een crèche in Dendermonde twee baby’s en een begeleidster vermoordde, wijdde *De Standaard* maar liefst achttien pagina’s aan dat voorval. Was dat bedaagde, analytische journalistiek? Gaan kwaliteitskranten niet te vaak de weg op van de *human interest*? Is er geen overdaad aan columnistiek, aan mensen die in het wilde weg hun meninkjes spuien? Is het wel een goed idee om de lezer zelf meer inbreng te geven in de krant? Lezersdebatten op internet zijn vaak van een bedenkelijk allooi. “Burgerjournalistiek” leek een paar jaar geleden nog een toverwoord, maar men lijkt er nu van terug te komen. Wat vinden Vandermeersch en Broertjes daarvan? Moet de krant meer gids zijn dan lotgenoot? Mag ze haar lezers nog leiden, in plaats van met ze mee te gaan?

“Ja, dat denk ik wel”, antwoordt Pieter Broertjes. “Burgerjournalistiek zonder journalisten, die bestaat niet. Als al het nieuws van burgers zelf zou komen, zou het een flink zootje worden. Ik ben er nog altijd erg voor dat je als krant een missie hebt. Het mag allemaal best wat interactiever en de lezer mag zich veel meer bemoeien dan hij dat tien jaar geleden deed en mocht doen. We moeten onze keuze ook veel meer verantwoorden tegenover onze lezers. Maar in godsnaam, laat ons nog met onze journalistieke slagkracht en die schatkamer aan deskundige, goed geïnformeerde en betrokken mensen, mee dat product maken.”

“Maar we gaan wel als krant meer de samenleving in. We hebben geregeld ‘agenda’s’, dossiers die samengesteld zijn door de input van lezers op onze site: wat vinden jullie nu het grootste probleem in Nederland? Van die antwoorden hebben we er tien uitgekozen. Elk van die antwoorden is een keer een thema op een debatavond. Dat zijn

hele leuke avonden met verschillende sprekers, journalisten of externe mensen, waarop we in debat gaan met onze lezers. We hebben al een keer een sociale agenda gehad, daar is een boek uit voortgekomen. We hebben een keer een ruimtelijke ordening-agenda gehad, daar is ook een boek uit voortgekomen. We zijn nu volop bezig met een economische agenda. Vanaf september 2009 maken we werk van een onderwijsagenda. Dat zijn toch unieke projecten. Dat komt voort uit zo'n schatkamer. Als je die afbreekt, dan kun je dit allemaal vergeten. Dan is daar geen ruimte en geen tijd meer voor."

Peter Vandermeersch denkt ook dat de burgerjournalistiek zijn beste tijd gehad heeft. "We zijn allemaal een beetje teruggekomen van die burgerjournalistiek. Soms heeft ze een meerwaarde, bijvoorbeeld als particulieren de eerste foto's leveren van een crash of een ongeluk. Maar in de debatten die op internet verschijnen, vind je vaak alleen maar kletspraat. Mijn uitgever zag op een bepaald moment in die burgerjournalistiek een middel om personeelsleden en kosten te schrappen in de krant. Tot ik hem een paar debatten op onze site liet lezen. Het respect voor onze journalisten ging plots steil omhoog. Want die mensen hebben zich een mening gevormd, en kunnen die opschrijven ook."

"Dat is een pleidooi voor respect voor het journalistieke ambacht," merkt Pieter Broertjes op. "Je kunt het allemaal afbreken, je kunt het allemaal wegdoen omdat het je even niet uitkomt, maar als het weg is, als kranten als *De Standaard* of *de Volkskrant* of *NRC Handelsblad* er niet meer zouden zijn, dan pas zouden we merken hoe erg we die zouden missen."

"Het is mooi om te zien dat de collega's van de audiovisuele pers de mensen zijn die dat het best beseffen", vult Peter Vandermeersch aan. "Zij beginnen 's ochtends ook maar met onze kranten te lezen. Als wij er niet meer zijn, zijn zij hun agenda kwijt, en heel veel kennis en kunde."

LITERATUUR

GASTON DURNEZ, *De Standaard. Het levensverhaal van een Vlaamse krant*, Lannoo, Tielt; Deel I: 1914-1948, 1985, 560 p.; Deel II: Van 1948 tot de VUM, 1993, 575 p.

JOAN HEMELS, *De emancipatie van een dagblad. Geschiedenis van de Volkskrant*, Ambo, Baarn, 1981, 415 p.

KAREL VAN NIEUWENHUYSE, *De klauw van een papieren leeuw. Een politieke geschiedenis van de krant De Standaard (1947-1976)*, Acco, Leuven/Voorburg, 2005, 390 p.

WARNA OOSTERBAAN & HANS WANSINK, *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*, Prometheus, Amsterdam, 2008, 176 p.

FRANK VAN VREE, *De metamorfose van een dagblad. Een journalistieke geschiedenis van de Volkskrant*, Meulenhoff, Amsterdam, 1996, 238 p.

EXTRA

Op onze website kunt u enkele extra's bij dit interview downloaden. Het gaat om interviewfragmenten die niet in de bovenstaande tekst verwerkt zijn.

U kunt deze fragmenten downloaden via www.onserfdeel.be/pdf/broertjesvandermeersch.pdf.