Sjuul Paradijs kijkt niet om in wrok

22-10-2015 08:40

Sjuul Paradijs heeft op zijn nieuwe website duidelijk geschreven dat hij niet over De Telegraaf en de perikelen die daar spelen zal praten. Hij is opmerkelijk mild over het bedrijf waar hij 29 jaar lang werkte, van financieel en politiek journalist tot hoofdredacteur en lid van de directie. Hij ziet de beëindiging van die relatie, die met instemming van beide partijen plaatsvond, als een logisch gevolg van de ontstane situatie. Een beetje zoals een voetbaltrainer weet dat het hoort bij het vak dat er punt is waarop de club en hij uit elkaar moeten gaan.

“Mijn toekomst ligt buiten De Telegraaf”, stelt Paradijs en daarmee geeft hij aan vooral vooruit te willen kijken. Hetzelfde geldt voor zijn voormalig collega’s. Zij moeten ook verder en in hun geval binnen De Telegraaf. Paradijs voelt wat dat betreft een duidelijke loyaliteit naar zijn voormalig collega’s en werkgever. Ieder gaat vanaf nu zijn eigen weg.

Die weg is voor Paradijs het zelfstandig ondernemerschap. Na een zomer waarin hij met zijn gezin letterlijk en figuurlijk uitwaaide, heeft hij inmiddels zijn eigen bedrijfje opgezet. “Ik heb me altijd ondernemer gevoeld en hoewel er best spannende aanbiedingen zijn geweest de afgelopen maanden, heb ik bewust gekozen om zelfstandig ondernemer te worden. Het zit ook in de familie: mijn vrouw heeft een eigen bedrijf, mijn zus ook en mijn vader was een zelfstandige bakker”. De lessen van de vader komen later in het gesprek nog even terug.

Paradijs ziet duidelijke veranderingen als het gaat om nieuwsmedia en zijn visie zal hij in meer detail ook presenteren tijden inct.spiratie op 11 november. Kern van zijn boodschap is dat de klassieke taak van journalistiek en uitgeven onder druk staat. “De consument, ik spreek liever van de burger, heeft in toenemende mate minder geld over voor de journalistieke functie in de samenleving. Daardoor erodeert die journalistieke functie. Overheden, bedrijven en instellingen nemen de uitgeeftaken meer en meer over. In de Verenigde Staten is men daar al heel ver in, in Nederland staat deze ontwikkeling nog in de kinderschoenen.”
“Een bedrijf dat zich transparant en kwetsbaar opstelt en met geloofwaardige content kan communiceren, wordt door burgers ook vol geloofwaardig aangezien. De afzender is dan minder belangrijk”.

Daarnaast ziet Paradijs ook de burgerjournalistiek in belang toenemen: “de waakhondfunctie kan ook door het collectief worden vervuld”. Het zijn ontwikkelingen die de klassieke media en hun rol duidelijk onder druk zetten.

De ontwikkeling is volgens Paradijs onomkeerbaar. “De burger heeft er gewoon geen geld meer voor over. Klassieke uitgevers bedelen voor een bijdrage aan de democratische waarde. Dan komt er een bedrijf als Netflix waar zonder al te veel marketinginspanningen meer dan één miljoen mensen een betaald abonnement op nemen”. Een teken aan de wand.
Op zijn eigen site plaatst Paradijs iedere dag een opiniestuk. “Ik sta om zes uur op zodat er om zeven uur een stukje op website staat, dat zijn de bakkerstijden waaraan ik thuis gewend was en dat zijn de tijden waarop de marktkooplui zorgen dat hun waar uitgestald is. Dat zijn mijn stukjes ook: kleine stukjes content waarmee ik mijn potentiele klanten probeer mee te lokken”. Dat lukt best aardig, binnen twee weken kwamen er al zo’n 5000 bezoekers per dag op de site van Paradijs. “Nu nog een zorgen dat ze ook wat kunnen gaan kopen”, zegt Paradijs lachend.

Op inct.spiratie 2015 zal hij verder ingaan op de journalistieke waarden, de rol van de klassieke (nieuws)media en de toekomst van dit stukje uitgeefbranche.

inct.spiratie 2015

Meer info / Direct aanmelden