

# ANP krimpt redacties flink in

29-11-2011 15:10



De inkrimping is het gevolg van de aanhoudende prijsdruk in de mediamarkt, zegt algemeen directeur Erik van Gruijthuijsen. "Oplages en advertentie-volumes van kranten dalen, en de publieke omroep bezuinigt. Tegelijkertijd worden ons nieuws, foto's en video's massaal door onze klanten gebruikt. Nooit eerder stond het ANP als bron van het nieuws zo prominent op internetsites en in apps voor smartphones en tablets. Maar feit is ook dat de eindgebruikers, de consumenten, het vaak voor niks krijgen en onze klanten op die platforms relatief weinig verdienen met advertenties. Als gevolg daarvan staan de prijzen sterk onder druk en dalen ook onze omzetten. De economische situatie versterkt de noodzaak om te reorganiseren." Met de vakorganisaties NVJ en FNV Kiem is in principe overeenstemming bereikt over een sociaal plan.

Het ANP neemt volgend jaar gedwongen afscheid van alle fotografen in vaste dienst en schakelt geheel over op freelance-fotografie. "Vakorganisaties als de NVF of NVJ constateerden eerder al dat het vak van persfotograaf onder extreem zware druk staat. Het aanbod aan foto's is enorm, en de prijs daalt en blijft maar dalen," aldus Van Gruijthuijsen. "In 2009 saneerden we al zwaar bij foto, deze tweede ingreep kon helaas niet uitblijven. We hebben de afgelopen jaren laten zien dat de kwaliteit er niet onder hoeft te lijden. Maar dat

maakt het voor betrokkenen niet minder pijnlijk."

Ook op de nieuwsredactie zal meer worden gewerkt met een flexibele bezetting. De vaste staf gaat efficiënter opereren, onder meer door het aantal afzonderlijke nieuwsredacties te beperken, de regionale kantoren in Rotterdam en Den Bosch te sluiten en de bezetting van de dependance in Amsterdam met de helft te verkleinen. ANP-hoofdredacteur Marcel van Lingen: "We moeten dit doen en zijn er van overtuigd dat het kan, zonder dat de kwaliteit en betrouwbaarheid van onze productie of de omvang ervan wordt aangetast."

Van Lingen, in functie sinds 1 oktober, constateert dat naast de prijsdruk, kopieergedrag in de mediasector een groeiend probleem is. "De sector kopieert steeds meer van elkaar, vaak zonder bronvermelding of kwaliteitscontrole. Van het origineel blijft dan weinig over en dat origineel wordt heel vaak gemaakt in Rijswijk, bij het ANP. ANP-content wordt van sites gehaald, bewerkt en herverpakt doorverkocht tegen dumprijzen. We blijven dat bestrijden, waar en wanneer het kan. Maar het is moeilijk en onuitroeibaar. Wij blijven trouw aan onze opdracht: betrouwbaarheid. Goede nieuwsvoorziening en kwaliteitsjournalistiek zijn nog nooit zo betekenisvol geweest als nu."

Tegelijk met de reorganisatie begint het ANP in 2012 ook met een aantal nieuwe diensten waar klanten naar vragen. Zo stapt het ANP in de berichtgeving over entertainment en voor een aantal klanten begint het ANP met de productie van achtergrondverhalen 'op bestelling' van het medium: ANP Features. Van Gruijthuijsen: "Met die op maat gemaakte producties voegen we nieuwe journalistieke kwaliteit toe aan het ANP. Product vernieuwing is de manier om het ANP nog sterker en aantrekkelijker te maken. Niet alleen in de mediasector, maar ook in de zakelijke markt."

Het ANP heeft sinds geruime tijd afzetmarkten buiten de traditionele mediasector, zoals het bedrijfsleven en de overheid. 'ANP in Business' verkoopt digitale knipseldiensten en de persberichtenservice ANP Pers Support (APS). Voorts heeft Business een sterke positie in het monitoren (off- en online) van media en van politieke en parlementaire processen en helpt het klanten bij het volgen en analyseren van sociale media.

'ANP in Opdracht', dat onafhankelijk opereert van de nieuwsdienst, maakt in opdracht van niet-mediaklanten journalistieke producties in foto, video en tekst. Van Gruijthuijsen: "Het is de opdrachtmarkt waarin het ANP groeit en zal blijven groeien."

David Huijzer