

Minnaars, geen echtgenoten

09-12-2016 09:27



Over de oorzaak van de uitverkoop van Nederlandse kranten was Peter Vandermeersch, hoofdredacteur van *NRC*, duidelijk: Nederlandse kranten zijn het slachtoffer geworden van luie ondernemers. Onder eigenaren als PCM, APAX en Egeria waren het slapende dinosaurussen geworden. Hij vond het ook tekenend dat er in Nederland nooit een grote discussie is ontstaan over het feit dat zoiets essentieels als de nieuwsvoorziening in handen kwam van de buitenlandse eigenaren.

Cultuurverschillen

Het leukste aan Nederland-België of Nederland –Vlaanderen zijn natuurlijk de wederzijdse cultuurverschillen.

Bijna elke spreker zei de clichés te willen vermijden, maar kwam toch met een voorbeeld waarin bier en windmolens, dan wel bescheidenheid en botheid een rol speelde.



Erik van Gruijthuijsen had er zelfs een aantal verzameld: 'Belgen zijn harder, Nederlanders zijn grover.' En 'Een Belg denkt niet hardop, dat zouden Nederlanders ook eens wat vaker moeten doen.' Sabine Vandeputte, voormalig correspondent in Nederland van de VRT dacht met heimwee terug aan het gemak waarmee goedgebekte Nederlanders in tegenstelling tot Belgen een straatinterview geven, maar zag aan al die meningen ook een keerzijde: er is in Nederland een meningenindustrie ontstaan waarbij feiten in de verdrukking raken en alle aandacht uitgaat naar mensen die zichzelf graag horen praten.



Simon Andries, een journalist die vanuit Vlaanderen een maand heeft meegelopen op de Haagse redactie van *NRC*, waren vooral de verschillende omgangsvormen in de politiek opgevallen. Nederlandse parlementariërs laten zich bij de ingang van de Kamer makkelijk interviewen terwijl de Vlaamse dat soort ontmoetingen het liefst vermijden. Maar die zijn dan weer makkelijk te bellen en een afspraak is zo gemaakt. Nederlandse politici worden afgeschermd door een muur van bureaucratische woordvoerders. Kun je die omzeilen, dan staan ze je graag te woord.

Volgens Peter Vandermeersch is – ondanks de overnames – de berichtgeving over en daarmee het begrip tussen beide landen juist afgenomen. In 1996 verscheen in *de Volkskrant*, *NRC* en *Trouw* gemiddeld elke dag een bericht over België, nu is dat gemiddeld een keer per week.



Het grote voordeel van verschillen is natuurlijk dat je van elkaar kunt leren. Nederland is verder met de digitalisering, de redacties zijn groter (twee keer zo groot, maar niet twee keer zo goed) en er is vanuit de overheid meer aandacht is voor de ontwikkeling van de mediasector (volgens Leen d'Haenens hoogleraar communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en uittredend bestuurslid van het SVDJ). In Vlaanderen is het belang van de journalistiek dan weer prominenter. In Nederland is het meer een baan als vele andere, een manier om geld te verdienen, in Vlaanderen wordt meer met passie gewerkt. En met kleinere redacties.

Samen verder

Het mag dan min of meer toevallig zijn dat veel Nederlandse nieuwsmedia in Belgische handen zijn en de verschillen mogen zowel grappig als lastig zijn, het is zoals het is en nu moeten we verder. Bij de mogelijkheden om synergie te creëren maakten de sprekers duidelijk onderscheid tussen de redactie en de productie. Op het gebied van productie is nog veel voordeel te halen en men was het er over eens dat dat ook moest gebeuren. Vooral op het gebied van internettechniek, het verzamelen en toepassen van gebruikersgegevens en digitaal adverteren valt aan beide zijden van de grens nog veel te leren en de lessen kunnen dan meteen aan beide zijden toegepast worden.

De uitdagingen zijn hetzelfde volgens Vandermeersch: digitaliseren, concurreren met Google en Facebook, een nieuw economisch model ontwikkelen, het tegenspreken van nepnieuws, de positie ten opzichte van de publieke omroep bepalen en de advertentiemarkt terugveroveren.

Op redactioneel gebied is het nog de vraag of samenwerken wel zo verstandig is. *De Volkskrant* en *De Morgen* enerzijds en *NRC* en *de Standaard* anderzijds nemen artikelen van elkaar over, maar of dat vaker moet gebeuren, daarover verschillen de meningen. Kranten zijn tegenwoordig niet langer elkaars grootste concurrenten, ze hebben hun eigen publiek. De bedreiging komt van Facebook, Google, Netflix en het andere digitale nieuws en vermaak. Dat kranten een duidelijk profiel hebben en betrouwbaarheid is – ook voor jongeren – de redenen om voor 'legacy' media te kiezen.

Er is dus nog genoeg te doen en gelukkig zit het economisch tij niet meer tegen. Steven Peters van ABN AMRO zag dat de krimp in de totale oplage tot stilstand is gekomen (papier krimpt nog wel), Vandermeersch zag de totale oplagen van alle 'kwaliteitskranten' zelfs groeien.

Frank Veerkamp