

**feiten  
en  
meningen  
uit  
de  
media-  
wereld**

**gerda cammaer  
chris fransen  
pascale milo  
en  
wim van der biesen**

Op 1 oktober 1991 vierde het NEDERLANDSE OMROEPBESTEL zijn 40ste VERJAARDAG. Veel reden tot vieren is er echter niet. Op zeer korte tijd zakte de kijkdichtheid van de drie Nederlandse netten tot iets meer dan 50% ten voordele van de commerciële kabelzender RTL-4, die met een kijkdichtheid van 30% groter is dan elk van de drie netten afzonderlijk. Daarbij komt nog dat Veronica en de Tros het plan hebben opgevat om een commercieel etherstation op te richten. Daartoe eisen ze één van de drie bestaande netten op, waardoor er zendtijdgebrek zou ontstaan voor de andere omroeporganisaties. Dit zou zeker het geval zijn wanneer de VPRO en de EO erin zouden slagen te worden erkend als A-omroepen, wat een uitbreiding van hun zendtijd met zich mee zou brengen. Wordt vervolgd.

\*

Opmerkelijk in de perswereld is wel het feit dat het Franse weekblad EVENEMENT du JEUDI (EdJ) sinds het begin augustus zijn prijs met 10 Franse frank (60 BEF) verhoogde, de verkoop met 25 procent zag stijgen. Het blad kost nu 180 BEF in plaats van 120 BEF.

\*

Op 4 oktober 1991 verschenen 6 Belgische kranten met een

WITTE VOORPAGINA. Onderaan stond alleen de zin 'Zonder telecommunicatie zou uw krant er zó uitzien'. Het ging om een RECLAMEBOODSCHAP van het telecommunicatiebedrijf AL-CATEL BELL in Het Laatste Nieuws, De Nieuwe Gazet, De Morgen, De Financieel Economische Tijd, La Libre Belgique en Echo de la Bourse. De tweede pagina van de kranten werd ingenomen door publicitaire Informatie over het bedrijf. De blanco voorpagina, een idee van het reclamebureau PENTAGONE, was bedoeld om bij de lezer een schokeffect teweeg te brengen en zijn aandacht te vragen voor de boodschap van de adverteerder. De 6 kranten zijn met de campagne een stap verder gegaan in het opnemen van steeds opvallender reclame.

Een aantal andere dagbladen, waaronder de kranten van de Vlaamse Uitgeversmaatschappij en Gazet van Antwerpen, weigerden de advertentie om principiële redenen. Ze gaan ervan uit dat de lezer op de eerste plaats komt, en niet de adverteerder. Ze vinden dan ook dat de voorpagina van de lezer is en dat slechts een beperkt percentage ervan aan reclame besteed mag worden.

\*

Op 20 oktober 1991 verscheen in het Franstalig landsgedeelte het eerste nummer van DIMAN-

CHE MATIN, een zondagskrant die niet zozeer actueel wil zijn maar vooral aandacht heeft voor achtergrondinformatie. Het nieuwe blad verschijnt op tabloid formaat, telt een dertigtal bladzijden, kost 40 BEF en wordt verspreid via dagbladhandelaars, bakkers en krantenverters.

\*

Sinds oktober 1991 heeft de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB) een nieuwe voorzitter, nl. Piet DE BUSSCHERE, journalist bij De Financieel Economische Tijd. Hij volgt Marcel BAUWENS op, redacteur bij de Brusselse krant Le Soir.

\*

Op 3 november 1991 bestond de GAZET VAN ANTWERPEN precies 100 jaar. Het EEUWFEEST werd een week voordien gevierd met een eucharistieviering, een academische zitting en een personeelsfeest. Tijdens de academische zitting schetste directeur-generaal Romain Van Tongerloo van NV De Vijft kort het ontstaan en de geschiedenis van de krant. Die stelde zich vanaf het begin op als katholiek, vlaamsgezind en sociaal. In 1921 werden deze waarden in statuten vastgelegd.

Op de zitting werd ook de bezorgdheid geuit over de toe-

komst van de kranten. De voorzitter van de raad van bestuur van NV De Vrijt, Georges Impens, zei dat er dringend overheidsmaatregelen nodig zijn. Hij verwees daarbij naar het dalende aandeel van de kranten in de reclamemarkt als gevolg van een vermindering van de personeelsadvertenties, de komst van de commerciële televisie en de reclame op BRTN-radio.

De bezorgdheid over de toekomst van de pers werd eveneens geuit door de nationale en Vlaamse overheid bij monde van Wilfried Martens en Gaston Geens. Volgens Geens zijn de kranten de cultuurpijlers bij uitstek voor Vlaanderen en moeten ze hun identiteit kunnen behouden. Wilfried Martens van zijn kant beklemtoonde dat de schrijvende pers onvervangbaar is. Ze is het beste middel om achtergrondinformatie te verwerven, de gebeurtenissen kritisch te analyseren en de opinie te vormen, aldus Martens.

\*

Op 5 november 1991 OVERLEED de 68-jarige mediamagnaat ROBERT MAXWELL. Bij een uitstap met zijn jacht in de buurt van de Canarische eilanden kwam hij in zee terecht. Uit de lijkshouwing bleek dat hij vermoedelijk getroffen werd door een hartaanval. Hoe hij overboord geraakt is, is niet

duidelijk.

Maxwell werd in 1923 in Tsjecho-slovakije geboren en kwam tijdens de oorlog in Groot-Brittannië terecht. Daar stapte hij in 1947 in de uitgeverwereld. Hij verwierf onder meer de Britse Mirror-groep, de Israëliische krant Maariv en The New York Daily News, de grootste krant van New York. Verder startte hij met de eerste Europese krant, The European, en had hij belangen in het Franse televisiestation TF1, het Spaanse Canal 10, het Britse Central/ITV, ... .

Maxwell had ongeveer 132 miljard frank schulden. Hij maakte zelf al een begin om ze te verminderen, maar nu zullen zijn 2 zonen, Kevin en Ian, de herstructurering moeten voortzetten. Ze nemen de leiding over van respectievelijk de Maxwell Communication Corporation (MCC) en de Mirror Group Newspapers (MGN), 2 spiondernemingen van het imperium.

\*

Vrij onverwacht en nauwelijks enkele dagen na het eeuwfeest van Gazet van Antwerpen werd op 7 november 1991 bekend gemaakt dat Lou DECLERCK (54) er ontslag nam als hoofdredacteur. Hij stapte over naar de Krantengroep De Standaard om er Algemeen Hoofdredacteur te worden van de VUM-bladen. Hij volgde er Lode Bos-toen op, die deze functie sinds

1989 waarnam. Een maand later, op 7 december 1991, werd Jos HUYPENS (43) tot nieuwe hoofdredacteur van Gazet van Antwerpen benoemd. Huypens was er reeds sinds 1985 adjunct-hoofdredacteur. In die functie wordt hij opgevolgd door Armand VAN LINDEN, tot dan chef van de Antwerpse edities van de krant.

Huypens is een oudstudent van het departement Communicatiewetenschap van de K.U. Leuven, waar hij in 1980 tot doctor promoveerde met een studie over het regionaal nieuws in de Vlaamse pers.

\*

Op zondag 17 november 1991 hebben negentien vrije radio's AFSTAND GEDAAN van hun gemeenschappelijke naam 'CONTACT' om vanaf dan onder een eigen naam uit te zenden, met een eigen tune en logo: de meeste onder hen grijpen terug naar hun vroegere naam, deze van voor ze tot de Contact-groep behoorden. Dit in navolging van het huidige decreet op de lokale radio's. Contact verwacht echter betere tijden (er loopt een klacht van Contact tegen zes artikels van het decreet bij het Arbitragehof) en plant dan de huidige keten-toestand te herstellen. In afwachting blijft alleen de Brusselse Contact onder deze naam in de ether.

\*

Reeds herhaaldelijk hebben de Belgische dagbladuitgevers hun ongenoegen geuit over de gebrekkige en laattijdige KRANTENDISTRIBUTIE door de PTT. Als reactie op deze slechte postbedeling en omdat de onderhandelingen met de minister van PTT, Marcel Colla, bleven aanslepen en verzanden in de politieke crisis, hebben de uitgevers einde november 1991 een eigen distributie-maatschappij opgericht: de coöperatieve vennootschap BELGISCHE DAGBLADDISTRIBUTIE/Distribution des Journaux Belges. De uitgevers vragen van de overheid 850 miljoen BEF van de 2,3 miljard BEF die nu door de Post aan de krantenbedeling besteed wordt.

De dagbladgroepen zelf hebben, a rato van hun aandeel op de markt, samen reeds een maatschappelijk kapitaal van 1,4 miljoen bijeengebracht. De nieuwe vennootschap zou dit jaar nog starten met een proefproject dat 20 % van het land zal bestrijken, en zou tegen 1995 de volledige dagbladdistributie coördineren, waarbij de Post hoogstens nog als onderaannemer zou kunnen optreden.

\*

Het personeel van het nationaal persagentschap BELGA hield afgelopen maand enkele

**schokSTAKINGEN** om zijn ongenoegen te uiten omtrent de huidige situatie: te beperkte autonomie van de redactie, te weinig financiële middelen en onbekwaamheid van de directie. Het conflict tussen redactie en directie escaleerde toen adjunct-hoofdredacteur Bob Van de Voorde werd ontslagen, omdat hij weigerde het hem beloofde hoofdredacteurschap te verbinden aan ondergeschiktheid aan directeur-generaal Rudy De Ceuster.

\*

De totale (betaalde) OPLAGE van de NEDERLANDSE DAGBLADPERS blijft, in tegenstelling tot de Belgische, voortdurend STIJGEN. In 1991 werden er dagelijks 13.000 exemplaren meer verkocht dan het jaar voordien; dit is een stijging met 0,3 %. De vooruitgang van de Nederlandse pers, die in 1985 begon, gaat dus onafgebroken verder.

De totale oplage bedraagt nu 4.629.381 exemplaren. Bijna 90 % hiervan bestaat uit abonnementen. Per honderd huishoudens worden er 78 dagbladexemplaren verkocht. Bij de landelijke kwaliteitsbladen is de grootste groei voor NRC Handelsblad (+ 3 % en 241.900 exemplaren) en voor De Volkskrant (+ 2,2 % en 342.100 exemplaren). De overige landelijke dagbladen blijven ongeveer gelijk: Het Parool

(100.000 exemplaren), Het Algemeen Dagblad (413.900 exemplaren) en de erg populaire Telegraaf (725.000 exemplaren). Een aantal regionale dagbladen, vooral uit de streek van Utrecht, Haarlem en Den Haag zien hun oplage achteruitgaan.

\*

Eind september 1991 heeft de BELGISCHE VERENIGING VAN DAGBLADUITGEVERS de lopende COLLECTIEVE ARBEIDSOVEREENKOMST met de ALGEMENE VERENIGING VAN BEROEPSJOURNALISTEN in BELGIE OPGEZEGD. De uitgevers willen dat het loonniveau van de journalist niet langer gebonden is aan de oplage van de dagbladtitel. Verder pleiten ze voor een vermindering van het aantal vakantiedagen en voor een andere regeling inzake de auteursrechten.

De Journalisten gaan daar echter niet mee akkoord. AVBB-voorzitter Piet DEBUSSCHERE is van mening dat de Journalisten een goed materieel en moreel statuut moeten hebben om de journalistieke kwaliteit te laten primeren en de dagbladen aantrekkelijk te maken. En ook verschillende krantenredacties hebben de voorstellen van de BVDU al verworpen. De voorgestelde loonbarema's komen in vele gevallen immers neer op een loonsverlaging, en ook de vermindering van het

aantal vakantiedagen is voor de redacties onaanvaardbaar. In afwachting van onderhandelingen over een nieuwe c.a.o. ging de BVDU op 6 december akkoord met een voorlopige verlenging van de bestaande c.a.o. tot 1 maart 1992.

\*

Op 4 december 1991 bood Paul GOOSSENS (48), hoofdredacteur van De Morgen, aan de verraste - redactie z'n ONTSLAG aan. Goossens was gedurende dertien jaar, sinds de oprichting van de krant op 1 december 1978, hoofdredacteur. Hij loodste De Morgen doorheen allerlei financiële en andere moeilijkheden. Als redenen voor zijn ontslag vermeldde Goossens o.a. de verkiezingsuitslag van 24 november 'die hem deed nadenken over zijn eigen rol en die van de media' en ook het feit dat de krant voor het eerst in haar bestaan een lichte winst maakt. Hij zal nu verder werken als onafhankelijk publicist en wekelijks ook een politieke column in De Morgen schrijven. Volgens De Financieel Economische Tijd 'verliest De Morgen in ieder geval zijn gezicht en ook voor een stuk zijn Incarnatie'.

Piet PIRYNS (43), plaatsvervangend hoofdredacteur, werd door de redactie unaniem verkozen als de nieuwe hoofdredacteur. Hij zal de politieke

lijn van het blad doortrekken, maar wil wel wat sleutelen aan de Journalistieke aanpak.

\*

De Raad van Bestuur van de BRTN keurde het CONTRACT goed dat werd afgesloten tussen de BRTN en de VAR. De activiteiten van de VAR, een dochteronderneming van de BRTN en de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (VUM), beperkte zich tot nog toe tot het werven van reclame voor de BRTN-radio en niet-commerciële reclame op de BRTN-televisie. De VAR wordt nu ook verantwoordelijk voor voor alle nevenactiviteiten van de BRTN: uitzendrechten, videorechten, mechanische rechten, rechten op programmaformules en merchandising.