



Interview: Hoofdredacteur NRC Handelsblad & nrc.next

'Kwaliteit kost geld'

Tekst **Geert Maarse** — Beeld **Ronald Mersie**

Terwijl in krantenland de alarmbellen rinkelen, blijft de NRC hoofdredacteur optimistisch. Birgit Donker over ontleding, gratis kranten en het belang van interesse in het buitenland. 'Het is echt onzin om te denken dat de papieren krant op dit moment achterhaald is.'

Vorige zomer bood Geert Wilders een stuk aan op de burelen van *NRC Handelsblad*, waarin hij fulmineerde tegen de Islam. Slecht geschreven, vonden ze op de redactie. Dus toen de PVV-voorman weigerde het te herzien, besloten ze het niet te plaatsen. Birgit Donker: 'Wij vonden dat het stuk onvoldoende onderbouwd was. Het ging niet om zijn boodschap, maar om de vorm.' Het pamflet kwam uiteindelijk terecht bij *de Volkskrant* die, bij monde van hoofdredacteur Pieter Broertjes te kennen gaf iemand met negen zetels in de tweede kamer een podium te moeten geven. 'We hebben ook niet gezegd dat we het nieuws niet wilden brengen', verklaart Donker. 'Maar NRC heeft een bepaalde standaard. Wat op die opiniëpagina verschijnt, valt mede onder onze verantwoordelijkheid. Daar wijken we, ook voor iemand met negen zetels, niet vanaf. Het zou toch raar zijn dat iemand zonder zetels, maar mét een interessant verhaal, anders beoordeeld wordt.' De hoofdredacteur leunt ontspannen, maar alert met haar ellebogen op de grote vergadertafel in haar werkkamer. Ingelijste beschilderde krantenpagina's sieren de muur boven haar hoofd en bij haar bureau hangt het enorme zwarte beeld van een flatscreentelevisie – 'hij staat normaal altijd aan hoor'. In de hoek staat een zwarte piano te glanzen die natuurlijk veel te weinig bespeeld wordt, en buiten razen de auto's over de A20. Onafgebroken, net als de informatiestromen die NRC bevaart. Toch wordt hier binnen de tijd regelmatig stil gezet. En dat is volgens Donker de reden dat de krant niet als een kip zonder kop met de meute mee rent. Al bij haar benoeming als hoofdredacteur, eind 2006, gaf ze te kennen de trivialisering en neiging tot massabereik – volgens haar bij veel andere media waar te nemen – buiten de deur te willen houden. En ze denkt wel dat dat gelukt is. 'Wat je ziet is dat veel kranten en andere media over hetzelfde berichten. Wij proberen toch eigenwijs te blijven. Zo is het buitenland enorm belangrijk voor ons. Nederland raakt meer in zichzelf gekeerd, maar wij willen naar buiten blijven kijken. En dan niet alleen naar Amerika.' Ze haalt een artikel aan van een week eerder, waarin de Singaporese schrijver Kishore Mahbubani van leer trok tegen de in zichzelf gekeerde blik van het Westen. 'Dat zijn onderwerpen waar wij ook aandacht aan willen blijven besteden. Dus niet alleen maar de waan van de dag, maar ook: wat ligt er achter en wat gebeurt er nog meer in de wereld.' Donker neemt een slok van de espresso die haar secretaresse in plastic bekertjes voor ons heeft neergezet. 'De krant is geen meneer meer', werd er bij haar benoeming anderhalf jaar geleden geschreven. Opmerkelijk, vindt ze zelf, dat het gros van de aandacht toentertijd daar naar uitging. Toch is het begrijpelijk, want ze is niet de stereotype belichaming van een journalistieke mammoet die een hoofdredacteur volgens sommigen misschien zou moeten zijn. Ze oogt tener, is sierlijk gekleed en de verantwoordelijkheid en werkdruk uiten zich enkel in de soms strenge trekken in haar vriendelijke gelaat en het slaapttekort dat lichte espressoringen rond de ogen trekt. Ze vaart een eigen koers en onttrekt zich aan de storm die door de dagbladenwereld waart. Zo moet ze nuanceren als collega's beweren dat consumenten nieuws als gratis zijn gaan beschouwen.

'Niet zo zeer dat het gratis is, maar dat het op andere manieren komt. Televisie is natuurlijk ook niet gratis; we betalen met zijn allen mee aan de publieke omroep.' Toch lijkt een krant niet meer noodzakelijk voor de dagelijkse nieuwsvoorziening, en hoewel de oplagecijfers van de betaalde dagbladen sinds het einde van de vorige eeuw inderdaad een gestage daling laten zien, denkt de journaliste daar anders over. 'Toen wij twee jaar geleden met *nrc.next* begonnen, een betaalde papieren krant voor juist die generatie die al heel veel informatie krijgt via televisie, radio en internet, verklaarden mensen ons voor gek. En inmiddels verkopen we meer dan 70 duizend exemplaren per dag.' 'Er is natuurlijk nooit iets gratis', zegt Donker. *De Pers*, die volgens uitgever Cornelis van den Berg dagelijks zestigduizend euro inlevert, is het levende bewijs. Donker: 'Als je iets maakt kost dat geld en een gratis krant wil dat geld van de adverteerders alleen krijgen. Dat kan alleen als je veel adverteerders hebt, maar de *Pers* wil ook nog een kwaliteitskrant zijn.' Ze benadrukt dat goede journalisten, een correspondentennetwerk en een kunstredactie vereisten zijn voor zo'n krant en dat die ingrediënten niet voor het oprapen liggen. Bovendien is ze er van overtuigd dat mensen kwaliteit herkennen en ook best bereid zijn daarvoor te betalen. Want wat kost het nou eenmaal? 'Echt niet zoveel, als je bedenkt wat je er voor krijgt. Het hele idee dat het maar gratis zou moeten zijn, daar geloof ik niet in. Kwaliteit kost geld.'

Jongeren die geen kranten meer lezen? Onzin, dat hangt er maar vanaf hoe je het brengt. Complexe buitenlandjournalistiek scoort niet meer? Als je het goed opschrijft heus wel. Geduldig pareert de *grande dame* van de Nederlandse journalistiek het pessimisme van collega's. Terwijl andere kranten met de komst van internet allerlei doemscenarië's ophoestten, bleef Donker opvallend optimistisch. Haar redenatie: gratis en betaald bij elkaar, worden er in Nederland meer kranten gelezen dan ooit. Het gaat goed met *nrc.next* en de oplagedaling van *NRC Handelsblad* neemt af: genoeg aanleiding om te constateren dat er behoefte is aan kwaliteitsinformatie. 'Het idee dat iedereen alleen maar leuk en oppervlakkig zou willen, geloof ik echt helemaal niet.'

Te lang zijn internet en kranten als twee afzonderlijke media gezien, vindt ze. 'Internet is maar een manier van informatie verspreiden, wij zijn ook internet. Wij kunnen ontzettend veel op internet, juist omdat we die redactie en die kennis hebben. Als krantenconcern moet je je aanpassen. Dat is moeilijk, maar aan de andere kant ook leuk, meegaan in de maatschappij. Ik geloof dat het beeld dat het zo slecht zou gaan met kranten aan het kantelen is. Je zou zelfs kunnen zeggen dat kranten straks nog het enige massamedium vormen dat overblijft.' Zowel televisie als radio zijn aan het versnipperen, denkt ze. En wat vaak vergeten wordt, is dat Nederlandse kwaliteitskranten winst maken. Waarmee ze een uitzonderingspositie innemen: 'Het concern van *The Guardian* financiert die kwaliteitskrant met andere bladen, zoals een autoblad. Ik snap het pessimisme wel, maar kranten zijn vitaal genoeg om zich aan te passen aan de nieuwe situatie.'

Meer aandacht voor pretonderwerpen als *lifestyle* en zingeving heeft volgens Donker geen invloed op traditionele journalistieke basisingrediënten als binnenlands en buitenlands nieuws. 'Wat je wel ziet is dat de krant meer duiding en achtergronden is gaan geven. Vroeger stonden er op de voorpagina heel veel kleine berichten. Lezers weten nu al heel vaak wat het laatste nieuws is en willen meer weten

'Toen wij twee jaar geleden met nrc.next begonnen verklaarden mensen ons voor gek'

hoe ze dat moeten duiden. Dat is een verschuiving die duidelijk zichtbaar is.

En dat zie je niet alleen in de bijlagen, maar in de hele krant.' Ze trekt een oude editie van NRC Handelsblad naar zich toe. 'Kijk: hier krijg je op de voorpagina van het economiekaarten meteen een analyse over de kredietcrisis voorgeschoteld.' Ze bladert wat door en vertelt dat er vaak ook op voorpagina's al achtergronden en reportages worden aangeboden.

'Je ziet vaak voorpagina's waarop één onderwerp uitgediept wordt.'

Joris Luyendijk, voormalig Midden-Oosten correspondent voor NRC Handelsblad, beschrijft in zijn boek *Het zijn net mensen* (2006) de hindernissen en valkuilen die een journalist tegenkomt in zijn werk. Zelf werd hij er vaak moedeloos van; korte nieuwsberichten en journaalpraatjes werden door iedereen gezien, terwijl een inhoudelijk achtergrondstuk slechts een enkeling bereikte. Donker beseft dat het een probleem is, maar wil het niet zo cru stellen.

'Het is niet zo dat stukken die in de krant staan niet gelezen worden. Hij is zelf het levende bewijs dat het mogelijk is complexe situaties heel goed uit te leggen.'

'Hij zegt in zijn boek dat journalistiek in een dictatuur onmogelijk is. Dat ben ik niet met hem eens. Mensen als Koert Lindijer in Afrika en Bernard Bouwman die regelmatig naar Syrië gaat, bewijzen dat je met goede contacten en kennis van het land goed kunt duiden en opschrijven wat daar gebeurt. En andersom: dat we in Nederland ook niet weten wat de bevolking denkt.'

Toch maakt Luyendijk zeker een punt.

'Wat hij goed onder woorden heeft gebracht zijn de dilemma's en moeilijkheden van de journalistiek. Je moet de waarheid proberen te

vertellen in heel korte tijd. De journalistiek is eigenlijk de *first rough draft of history*.'

Dat dat geen gemakkelijke taak is en journalisten meer transparantie bieden in hun werkproces, illustreert ze met een voorbeeld uit eigen stal. 'Tom-Jan Meeus (VS-correspondent

voor NRC, GM) heeft een heel mooi stuk in 'Zaterdag & cetera' geschreven over hoe hij het eerste deel van de verkiezingscampagne heeft verslagen,

waarin hij aangeeft Hillary Clinton te vroeg afgeserveerd te hebben. Die openheid is niet supernieuw, maar wel van de laatste tijd.

Ik denk dat mensen daar behoefte aan hebben, dat je laat zien welke afwegingen er gemaakt worden.'

'Wat Joris Luyendijk ook laat zien, is dat het niet één op één de waarheid overbrengen is, maar dat er keuzes en afwegingen gemaakt worden en geïnterpreteerd wordt. Jammer dat in zijn boek onvoldoende naar voren komt dat dat debat op de redactie gevoerd wordt.

Dat het echt niet zo is dat er via de telex nieuws binnenkomt waarvan wij denken: "O, dat is dan kennelijk het nieuws, dat zetten we in de krant." Integendeel. Je gaat eerst uit van je correspondenten, die al langere tijd op hun plek zitten en niet van alles wat er binnenkomt. En ik geloof ook dat hij zelf met zijn correspondentschap voor ons heeft bewezen hoe je door ergens te zijn en ervaring te hebben, het nieuws toch goed kunt interpreteren.'

'Voor de lol zeg ik wel eens dat ik nu de op een na leukste baan heb die er bestaat.

Correspondent zijn is de leukste.' Voordat ze in 1999 adjunct-hoofdredacteur werd zat Donker vijf jaar in Brussel. Die buitenlandervaring is onontbeerlijk als je Nederland goed wil begrijpen, vindt ze, – het helpt te relativeren. 'Je ziet overigens dat jongeren tegenwoordig steeds makkelijker naar het buitenland gaan, dat heel veel studenten een poosje in het buitenland zitten. Het is steeds makkelijker om contact te houden, dus ik denk dat die belangstelling alleen maar zal toenemen.

Juist onder jongeren.'

Toch zijn er een aantal indicatoren dat een groot deel van de Nederlanders het prettig vindt om alleen maar naar hun eigen navel

te staren. Conservatieve, nationalistische partijen scoren hoog in de peilingen.

'Dat heeft te maken met een soort angst, de wereld is natuurlijk ook heel groot.

De vraag is of je dat ziet als een verrijking of als een bedreiging. Ik vind het ontzettend interessant om in het buitenland te zijn en vergelijkingen te maken.'

Van alle Nederlandse kranten heeft NRC de grootste schare correspondenten. Regelmatig zoekt de hoofdredacteur haar personeelsleden op. 'Laatst was ik in Londen, kort daarvoor in Berlijn en Warschau. En het is toch heel goed om te zien wat daar de discussie is en hoe ze daar over Nederland denken. Dat geeft alleen maar meer inzicht in wat er hier gebeurt.'

Mensen willen trouwens gewoon weten wat er aan de andere kant van de heg gebeurt.

Want hoe kun je nou niet geïnteresseerd zijn in Afghanistan, vraagt ze zich hardop af.

'Er zijn net twee Nederlandse militairen gesneuveld, dan kun je niet zeggen dat het Nederland niet raakt.' Hetzelfde geldt voor onderwerpen als de verkiezingen in de VS en de olympische spelen in Peking. 'En los daarvan geloof ik dat er altijd mensen zullen zijn, en dat is in principe iedereen, die universeel geïnteresseerd zijn.'

En ja, natuurlijk is het soms ingewikkeld, want de wereld wordt steeds groter. Maar we moeten ook elke vier jaar een keer naar het stemhokje. 'En je moet dan toch weten waar je precies voor stemt en welke koers jij zou willen voor je land, ook in het buitenlandse beleid. Ik kan me niet voorstellen – ik ben natuurlijk een beetje beroepsgededeformeerd – dat je alleen je eigen leven wilt leiden en daarbuiten niet geïnteresseerd bent.'

Ondanks haar sterke overtuiging kan iemand als Geert Wilders, die dergelijke isolationistische sentimenten toch aanwakkert, haar niet van de beschouwende zijlijn het speelveld in trekken. De hoofdredacteur zal haar idealisme nooit omzetten in activisme. 'Ik vind het ook gewoon heel interessant om te zien wat er gebeurt. Ik denk dat je als journalist altijd in die rol van observator moet blijven en het moet beschrijven. Als activist ga je meedoen.' Maar is dat niet moeilijk, als je er zelf zulke uitgesproken ideeën over hebt? 'Nee, want als journalist heb je altijd je pen om te blijven doen wat je belangrijk vindt. En dat is wat

Birgit Donker (Curaçao, 1965) studeerde in 1989 af aan de Universiteit van Amsterdam en liep in dat jaar stage bij NRC Handelsblad. Tussen 1989 en 1991 studeerde ze aan de Ecole Supérieure de Journalisme in Parijs en volgde ze een postdoctorale studie geschiedenis aan de Sorbonne universiteit. Daarna nam Donker zitting in de binnenlandredactie, was ze vijf jaar correspondent in Brussel en werd ze in 1999 adjunct-hoofdredacteur. Sinds december 2006 is ze hoofdredacteur van NRC Handelsblad, nrc.next en de bijbehorende websites.



anders dan activistisch worden.’
 ‘Met die ingrediënten maak je geen spannende kranten’, zei Pieter Broertjes ooit over het Midden-Oostenconflict. Hij beweerde dat het een zwaktebod is als een krant hiermee opent. ‘Dat ben ik helemaal niet met hem eens’, zegt Donker zorgvuldig. ‘Het ligt er natuurlijk helemaal aan hoe je het opschrijft. Je bent altijd verplicht aan de lezer uit te leggen waarom je met dat conflict opent, waarom het belangrijk is. Dat is ook iets waar wij het ’s ochtends als we de krant van de vorige dag nabespreken, over hebben: wat willen we hier nou precies mee zeggen? Wat is de achtergrond hierbij? Dat moet je voortdurend aan je lezer duidelijk maken. En juist omdat je verschillende podia hebt - met de weekbladen en zelfs een maandblad, waarin we nog langere verhalen kwijt kunnen - kun je een verhaal altijd kwijt als het de moeite waard is.’
 Maar het is niet zo dat er bepaalde onderwerpen zijn waar mensen geen zin in hebben? ‘Dat geloof ik niet. Ik denk dat je met een bepaalde manier van schrijven en verhalen brengen geen kranten verkoopt, maar ik denk dat ieder onderwerp interessant kan zijn. Als je er

veel van weet en het zo weet over te brengen dat het mensen interesseert...’ Ze bladert een wetenschapspagina tevoorschijn in de krant die nog steeds opengeslagen voor haar ligt. ‘Dit zijn ook vaak wat tijdlozere onderwerpen, die niet perse actueel zijn, maar wel heel erg interessant. Echt een verrijking van de krant. Dus het gaat volgens mij om de manier waarop je over een onderwerp schrijft en de manier waarop je uitlegt waarom het interessant is.’

Daarmee komt ze aan het hart van haar liefde voor de journalistiek. ‘Uiteindelijk is ieder onderwerp waarin je je verdiept interessant’,

zegt Donker, ‘dus het maakt niet zo heel veel uit waarover je schrijft.’

Dat houdt het leuk, en bovendien zijn er de verschil-

lende journalistieke genres die bij een krant te beoefenen zijn. De verdieping van het achtergrondverhaal en de spanning van het *scoops* scoren. Want elke dag om half twee is het voor NRC Handelsblad *zaktijd*, de dead-

line waarop de krant traditioneel gezien van de redactie richting de drukkerij in de kelder afdaalde. En die deadline is telkens een uitdaging: ‘Ik vind het altijd wel spannend als er op het laatste moment iets gebeurt waardoor de hele krant omgegooid moet worden.’

Toch ligt haar hart bij de reportagejournalistiek. ‘Journalistiek is een vorm van *education permanente*. Je praat continu met mensen die heel veel weten van een bepaald onderwerp, waardoor je zelf ook weer meer te weten komt. Dat trekt mij nog altijd heel erg.’ Eigenlijk komt ze daar te weinig aan toe, want er is voor een hoofdredacteur maar weinig gelegenheid

om de tijd even stil te zetten. Dus klimt ze te weinig in de pen en achter de piano, maar opent ze een nieuwe website en introduceert ze

NRC op e-reader iLiad. Best druk, maar dus wel de op een na leukste baan van Nederland. ‘Ik heb met mezelf afgesproken dat ik dit minimaal vijf en maximaal tien jaar doe.’ En dan? ‘Hierna wil ik heel graag weer schrijven.’ ■

‘Ik kan me niet voorstellen dat je alleen je eigen leven wilt leiden en daarbuiten niet geïnteresseerd bent’