

# ‘Het clubgevoel is verdwenen’

Tekst Geert Maarse — Beeld Ronald Mersie

Na bijna dertig jaar Trouw staat Frits van Exter nu aan het roer van Vrij Nederland. Het ooit gezaghebbende weekblad verkeert in zwaar weer. Van Exter over de identiteitscrisis: ‘We willen kwaliteit bieden, die andere media om verschillende redenen niet kunnen bieden.’

W e spreken Frits van Exter op de ochtend van woensdag 5 november, na de Amerikaanse verkiezingsnacht. Het gezicht van de pas aangetreden hoofdredacteur van *Vrij Nederland* vertoont sporen van vermoeidheid. Hij heeft weinig geslapen. Als hij gaat zitten achter de vergadertafel in zijn kantoor excuseert hij zich. Na een dutje is hij vannacht om twaalf uur weer opgestaan en heeft hij doorgekeken tot half vijf, maar toen was de uitslag nog niet bekend. Hij heeft het ‘euforische moment’ moeten missen, maar probeert toch wat in de feeststemming te komen. Al is dat niet makkelijk. ‘Het is natuurlijk hartstikke mooi, maar een journalist heeft toch de slechte gewoonte om vrij cynisch te zijn, dus je komt al snel weer bij de vraag: oké, en nu verder? Hoeveel verschil kan hij eigenlijk maken? Dat is niet goed, je moet minstens één dag blij zijn.’

Natuurlijk heeft hij de ontwikkelingen van meet af aan actief gevolgd. Wat hem opvalt, is hoe overspannen de Nederlandse media over de verkiezingen zijn. We hebben geen flauw benul wat er in buurlanden Frankrijk, België en Duitsland aan de hand is, maar de show in de VS blijft 24/7 doorgaan. Van Exter: ‘Ok, Amerika is een wereldmacht, maar dit is buiten proportie.’

Waar heeft dat mee te maken?

‘Het is een lekker land voor journalisten. Het is een geil land voor journalisten.’

Een gespreid bedje?

‘Niet gespreid, maar alle clichés over Amerika zijn waar. Naast een economische en militaire macht is het een culturele supermacht, waardoor wij denken dat het een deel van onze wereld is. We denken het land te kennen, te begrijpen. Het is een ontzettend inspirerend land, een showland, maar ik vind het overtrokken dat iedereen daar in de verkiezingsnacht gaat zitten.’

Zegt dat enorme mediacircus wat over de ontwikkeling in de Nederlandse journalistiek?

‘Dat weet ik niet. De belangstelling voor Amerika is van oorsprong disproportioneel. Deze verkiezingen zijn natuurlijk bijzonder, maar ik zie desondanks te veel makkelijke praatprogramma’s. Dan vlieg je met z’n allen naar Amerika, huur je een café, en wat doe je dan? Allemaal Nederlanders uitnodigen. Ik miste de Amerikadeskundigen.’

De reflecterende toon is typerend voor Van Exter, die als hoofdredacteur van *Trouw* jarenlang regelmatig afstand nam van de waan van de dag. Bijna dertig jaar werkte hij er, waarvan elf jaar in de hoofdredactie. In zijn commentaren toonde hij zich niet vies van de nodige zelfkritiek. Na het uitkomen van Joris Luyendijk’s *Het zijn net mensen*, dat veel journalistieke bobo’s deed steigeren, was Van Exter zelfs de eerste die de hand in eigen boezem stak. Wat dat betreft is het niet vreemd dat hij, na een ruim jaar wisselende functies te hebben vervuld binnen uitgeverij PCM, de overstap maakte naar Vrij Nederland. Hier, in de voormalige schuilkerk aan de Amsterdamse Raamgracht, is de nieuwsagenda niet langer het leidende beginsel. ‘Er is sprake van een ingewikkelder verhouding tot de actualiteit. Je moet constant schakelen tussen verschillende niveaus. We zijn bezig met het huidige nummer, de nummers voor over een paar weken en een nummer voor over drie maanden. Dat was ik niet gewend. Daarnaast is het coverblad heel belangrijk, omdat, anders dan bij een dagblad, de losse verkoop voor een deel bepaald wordt door impulsen. Je ziet echt dat mensen in de kiosk het besluit nemen tussen *HP/De Tijd*, *Elsevier*, *VN*, *De Groene Amsterdammer*. Tot en met de *Linda*. Het draait op een krant voornamelijk om nieuws. Bij een weekblad heb je die houvast minder.’

Werkt dat ontspannend?

‘Ik vind dit veel stressvoller. Onze lezers lezen kranten, kijken naar de publieke omroep, en zijn dus waanzinnig geïnformeerd. En wij moeten de ambitie hebben om daaraan iets toe te voegen. Je moet met je rug naar de algemene agenda gaan staan, maar ook iets met die agenda doen.’



### Internet & journalistiek

'De behoefte aan goede informatiemakelaars moet schreeuwend toenemen, dat kan niet anders. Je moet daarbij alleen andere technieken gebruiken. Ik heb met de laptop op schoot naar de Amerikaanse verkiezingen gekeken. Gewoon, omdat je op bepaalde sites op een andere manier met het nieuws aan de slag kunt.

'Van oorsprong zaten de traditionele media in een ivoren toren, met de dominee, de onderwijzer en de politicus. Die praatten vanuit de hoogte naar het volk. Ondertussen is het volk steeds hoger opgeleid, mondiger én individualistischer, waardoor die media op een totaal andere manier een rol in het publieke domein moeten gaan vervullen.

Techniek helpt daarbij, maar uiteindelijk komt het toch weer neer op een aantal basisuitgangspunten. De hamvraag is alleen: hoe financier je dat op een prettige manier? Terwijl nieuwe media wel mogelijkheden bieden, maar nog geen geld, verdwijnt het geld bij de oude media.

Dat is vervelend. 'Door internet is de gezonde kritiek op de media toegenomen, die kan alleen maar bijdragen aan kwaliteitsverhoging. Als er onzin verkocht wordt – en er wordt een hoop onzin verkocht – kan die sneller gecorrigeerd worden. Wat je tegelijkertijd ziet, is dat het nog teveel over meningen gaat en te weinig over feiten. De basis voor meningen moet gevormd worden door kloppende feiten. En er moeten genoeg media zijn – persbureau, site of krant – die dat grondstofwerk blijven doen: klopt dit, heeft hij dit gezegd, spel je die naam zo, wat is de wederhoor op deze zaak. Dat is werk, en dat kan nooit gratis zijn.'

*Is dat niet ook al een trend in krantenland?*

*Nieuws is gratis, wordt overal geroepen.*

*Jullie moeten toch meer bieden dan kranten?*

‘Er is de afgelopen decennia een verschuiving geweest. Of het nou door radio, televisie of internet komt: dagbladen zijn steeds meer op weekbladen gaan lijken.’

*U zegt in een interview dat dagbladen de weekbladen hebben ingehaald.*

‘In de tijd dat de weekbladen echt floreerden zat de samenleving anders in elkaar. VN was een instituut zoals Elsevier dat op een bepaalde manier nog steeds is. Weekbladen deden dingen waar dagbladen niet aan toekwamen. Bepaalde genres zijn zo op de kaart gezet: het interview, onderzoeksjournalistiek, humor, satire en opinie. Maar alle dingen waar dagbladen met een grote boog omheen liepen, zijn nu ook hun domein. Als weekblad zou je je kunnen afvragen: wat hebben wij in de tussentijd gedaan om te vernieuwen?’

Het antwoord is: niet genoeg.

‘Daarbij praat ik trouwens alleen over Vrij Nederland, hoewel je van alle weekbladen – behalve van Elsevier – kunt zeggen dat ze niet in de lift zitten.’

*HP/De Tijd en de Groene Amsterdammer zijn in oplage redelijk stabiel, Vrij Nederland is de enige die dramatisch gekelderd is. Van tachtigduizend in 1998, naar vijftigduizend nu.*

‘Dat klopt. De afgelopen tijd is de oplage van VN meer en meer onder druk komen te staan. Ooit zaten we boven de honderdduizend.’

*Is Vrij Nederland geen instituut meer?*

*Laatst hoorde ik iemand zeggen: ‘Vrij Nederland is niet meer het kloppend hart der natie.’*

‘Ik weet niet wat dat dan wel is op dit moment. In de natie is ook veel veranderd. Individualisering is een fenomeen waar alle media de gevolgen van ondervinden, maar ook politieke partijen, verenigingen, kerken en vakbonden. Het clubgevoel is verdwenen. Als je vroeger iemand met een VN onder zijn arm over straat zag lopen kon je hem plaatsens: belangstelling voor politiek, voor cultuur in de breedste zin van het woord, links georiënteerd; dat is tegenwoordig minder vanzelfsprekend. VN heeft het vooral in de paarse jaren moeilijk gehad met het bepalen en communiceren van haar identiteit.’

*Hoe zou u die identiteit nu omschrijven?*

‘Het is een progressief weekblad, maar dat progressieve moet je in deze tijd plaatsens.

De mix tussen individuele ontwikkeling en maatschappelijke betrokkenheid is denk ik belangrijk voor een grote groep lezers. Die zou in VN meer van zijn gading moeten vinden. ‘Het gaat mij om het idee Vrij Nederland.

Ik zou het niet erg vinden als de papieren variant op een zeker moment verdwijnt.

We willen kwaliteit bieden, die andere media om verschillende redenen niet kunnen bieden. Dat kun je wat mij betreft op een wc-rol doen, als dat de beste manier is om mensen te bereiken. Alleen is een blad nu het prettigst om in je handen te hebben.’

*VN kampt al jaren met een identiteitscrisis.*

*Emile Fallaux (Van Exter's voorganger, GM) pleitte voor langere verhalen, terwijl een algehele trend er juist op wijst dat daarmee geen lezers meer getrokken worden.*

‘Een de manieren waarop je je onderscheidt van een dagblad is door een bepaalde diepgang. We hadden laatst een portret van Eimert van Middelkoop, de minister van defensie, dat niet onopgemerkt bleef door een aantal opmerkingen die hij maakte. Dat lukt alleen als je iemand over een langere periode volgt, waarin je probeert tot de kern van die persoon te komen. Dat is lastig, omdat je de investering als journalist graag één op één terugziet. Dan kom je al gauw op artikelen van twintig pagina's. Soms is een onderwerp dat waard, soms niet. Bij het zoeken naar breedte en diepgang moeten we zoeken naar een manier om het betreffende verhaal lezenswaardig te maken. Sommige lange reportages lezen bijna als een boek, helemaal als ze goed geschreven zijn. Maar dat lukt niet altijd.’

*Is geld een beperking bij het zoeken van diepgang?*

*Gerard van Westerloo zei ooit dat er in Nederland door geldgebrek nauwelijks meer podia zijn voor lange reportages.*

‘We zullen daar dus slim mee om moeten gaan. Ik denk dat VN zich tot nog toe gelukkig mag prijzen omdat ze die ruimte biedt aan redacteurs. Maar het is waar dat budgetten van alle media steeds meer onder druk komen te

staan. Dat gaat vaak ten koste van kwaliteit, onderzoeksjournalistiek en buitenlandjournalistiek. De productiedruk wordt hoger. Voor VN is het zaak om een soort journalistieke enclave te vormen, waar dat soort dingen nog wel kunnen. Als dat niet lukt, zie ik nog minder onderscheidend vermogen ten opzichte van dagbladen.’

*Heeft de druk alleen te maken met oplagecijfers?*

*Of ook met een teruglopende advertentiemarkt?*

‘Dat mes snijdt aan twee kanten.’

*Moeten de oplagecijfers omhoog?*

‘Mijn doel is om de positie van VN versterken, de bestaanszekerheid te garanderen. WPG (de uitgever van VN) is een bedrijf met een zeer sterke idealistische drijfveer, maar we moeten wel bewijzen dat we op eigen benen kunnen staan. En de weg daar naartoe is toch de weg naar de lezers. Dus een kort antwoord: ja, het doel is om de oplage te verhogen, maar vraag niet om getallen.’

*Voorganger Emile Fallaux kwam met grootse ambities binnen, maar wist die niet waar te maken.*

*Bang om dezelfde fout te maken?*

‘Ik ben niet binnengekomen met een blauwdruk, van: zo moeten we het doen en dan komt het allemaal goed. Allereerst werk ik samen met een uitgever, dus je zult samen moeten optrekken om de positie te verbeteren. In de tweede plaats wil ik met de redactie zo goed mogelijk uitzoeken hoe we het bestaansrecht van VN kunnen versterken. Daarnaast denk ik niet dat het een goed signaal naar

de huidige lezers is om gelijk allerlei zichtbare veranderingen door te voeren. We moeten binnen het uiterlijk dat we nu hebben zoeken naar verbeteringen. En tenslotte heb ik ook niet altijd verstand van wat wel of niet werkt. Er zijn geen absolute wijsheden in de dag- en weekbladmarketing.’

*Trouw balanceerde in 2002 op de rand van de afgrond, maar u hielp de krant er bovenop.*

*U zit hier niet voor niets.*

‘Dat moet nog blijken. In de veranderingen bij Trouw heb ik een aandeel gehad, maar we werkten in een team. Ik heb niet de behoefte

*‘Je kunt ook vanuit een duidelijke identiteit overkoken schrijven.’*

## Frits van Exter

1955	Geboren in Amsterdam
1977	Utrechtse school voor journalistiek
1978	Redacteur Trouw
1992	Prijs voor dagbladjournalistiek
1998	Hoofdredacteur Trouw
2007	Verskillende projecten voor PCM
2008	Hoofdredacteur Vrij Nederland



om nu allerlei stoere dingen te gaan roepen. We hebben een goed blad, een gemotiveerde redactie en de sfeer is goed – dat is ook wel eens anders geweest. Het is geen makkelijke tijd, maar er is een enorme animo.

We handelen vanuit het gevoel dat Nederland VN nodig heeft: voor het debat, de opinie, de informatievoorziening. Daar komt bij dat oplageverhoging niet het enige doel is. We willen ook de bestaande lezers meer aan ons binden.'

### *Hoe lang blijft u hoofdredacteur?*

'Geen idee. Tot ik wegga of eruit gegooid wordt. Ik zit hier in ieder geval niet als een soort interim.'

### *De laatste jaren is er veel aandacht voor misdaad in VN. Omdat het scoort?*

'We hebben twee redacteurs die veel over de georganiseerde misdaad hebben geschreven. Die houden zich ook bezig met het bij elkaar komen van de onder- en bovenwereld, zoals in het vastgoed. In dat grijze gebied ligt de maatschappelijke relevantie. Er is niets tegen om een blad te maken dat wil scoren, maar het lijkt me niet zinvol om dat op dezelfde manier te willen doen als andere bladen. Het heeft geen zin om een tweede Panorama te maken. We weten ook dat seks scoort, maar VN hoeft geen seksblad te worden. Het gaat om de kern: politiek, maatschappij en cultuur.'

### *Uiteindelijk moeten lezers op de inhoud afkomen?*

'Ik ben er wel voor om lezers te verleiden. Ik vind dat je elk verhaal, elke foto, elke kop erop gericht moet zijn om contact te maken met de lezer. Elke pagina waar je niets van leest is een verloren kans, eigenlijk een drama.'

*Sommige onderwerpen verkopen niet, zei Pieter Broertjes (de Volkskrant hoofdredacteur) ooit.*

'Een blad is altijd een mix. Je hebt een soort kookpotje waarin verschillende ingrediënten zitten die samen weer een maaltijd moeten maken. Als je het hebt over een structureel probleem als het Midden-Oosten of Irak, vraag je je af hoe je aan verhalen kunt komen die de lezer toch op het puntje van zijn stoel houden. Dat doe je niet met feitelijke berichtgeving, dat is de ellende van dit soort slepende conflicten.'

### *Moeten we meer in de richting van de literaire journalistiek?*

'Ook, maar we hoeven niet elke week de stand precies bij te houden en te melden hoeveel bommen en granaten er zijn gevallen. Wij kunnen een reportage presenteren waarvan de lezer het gevoel krijgt dat hij daar is en beter begrijpt wat er aan de hand is. Daar moet de kracht van het weekblad ook in zitten. In het tweede jaar van de Irakoorlog, toen iedereen doodmoe werd van de bommen, las ik in de *New York Times* een verhaal over een postbode die in Bagdad gewoon probeert zijn werk te doen. Wat hij daar voor problemen heeft en hoe hij er toch mee doorgaat. Dat is een verhaal waarvan ik denk dat het, of je nu jong of oud bent, zo herkenbaar is dat het snel weergeeft wat er aan de hand is in dat land. Dat kon een lang verhaal zijn, omdat het een heel spannend verhaal was. Ik denk dat we op die manier de ingewikkeldheid van de wereld, en Nederland, uit moeten kunnen leggen. Maar je moet het heel goed doen, het zijn niet de makkelijkste verhalen.'

Hoezeer Van Exter ook doordrongen is van het belang van de zwaardere onderwerpen, hij vindt tegelijk dat VN momenteel te weinig aandacht besteedt aan prettige kant van het

leven. Ook hier blijken de kranten de weekbladen een stapje voor te zijn: de Volkskrant heeft Hart & Ziel, NRC Handelsblad kwam met *Leven&cetera*. De *lifestyle* mag best terug in zijn blad, vindt Van Exter. 'Een tijdschrift mag ook plezierig zijn en verstrooiend werken. VN mag zich ook best op de aangename dingen van het leven richten.'

Het lastige daarin is, en dat beseft hij, dat de concurrentie moordend is. De Nederlandse tijdschriftenmarkt wordt jaarlijks overspoeld met nieuwe titels, en tegelijk sneuvelen ze bijna net zo snel. Het is oorlog in het schap, stelt Van Exter. En daarom is die identiteit zo belangrijk. 'Je moet een duidelijke smoel hebben: hier ben ik en ik ben jouw vriend.'

### *Maar bij verstrooiing denk ik eerder aan de Linda en de Viva. Wat moet Vrij Nederland daarmee?*

'Dat weet ik nog niet. Ik weet alleen dat ik een blad ook in bed en in bad wil lezen. VN moet een deurtje openen naar een wereld waarin hele ernstige, hele belangwekkende, maar ook hele mooie en grappige dingen gebeuren. En dat laatste is iets waarvan we nog beter moeten bekijken hoe we dat brengen.'

### *Dat past allemaal in één blad?*

'Ik denk dat dat in één blad moet passen. Dat is mijn gevoel nu.'

### *Maar u hebt het wel over een duidelijke identiteit.*

'Je kunt ook vanuit een duidelijke identiteit over koken schrijven.'

### *Bij een eigen identiteit denk ik eerder aan het opzoeken van een niche dan aan een verbreding, die je overal al ziet.*

'Ik zie dat risico ook en ben er nog niet uit hoe we het gaan doen, maar ik heb het gevoel dat we de lezer iets meer licht en lucht moeten gunnen. Zonder dat je een Linda wordt.' ■