

Interview Maarten Koop

Interviewer: Ik wilde eerst even zeggen dat ik twee weken geleden ben ik langs geweest bij de Buizenpers, en daar ook even binnen ben geweest. U was toen jammer genoeg niet aanwezig.

Koop: Ik heb wat persoonlijke omstandigheden die mijn aanwezigheid wat lastiger maken. Ik werk wel gewoon, maar dat kan ook vanuit huis natuurlijk. Dus ik ben veel thuis voor dan mijn dochter in dit geval. Dus dan heb je me gemist.

Interviewer: Ja, er zaten ook maar twee mensen of zo op kantoor.

Koop: Ja, goed, daar komt het [gesprek] misschien straks nog wel op, maar dat is helaas de realiteit.

Interviewer: Ja, ik zag gigantische persen, ik werd even binnen rondgeleid. De pers draaide jammer genoeg niet.

Koop: Hij is stuk zelfs.

Interviewer: Stuk, ja, dat was het. Er was iemand nodig om het weer te laten repareren.

Koop: Nou, die wordt niet meer gemaakt. Zal nooit meer gemaakt worden, helaas.

Interviewer: Oké, dan gaan we denk ik beginnen met onze vragen. Zullen we gewoon vanaf het begin beginnen? Wat we de laatste tijd zien is dat bij veel lokale huis-aan-huisbladen de redactie is gekrompen, of momenteel krimpt. Ik vroeg mij af hoe dat is gekomen, en hoe jullie aan content voor de krant komen sinds de redactie is gekrompen.

Koop: Hoe bedenk je wat jij een artikel over schrijft? Kijk, het krimpen van de redactie is natuurlijk geleidelijk gegaan. Toen ik daar twintig jaar geleden begon, denk ik, was het landschap nog vrij breed. En zeker de huis-aan-huisbladen bloeiden toen nog. Om even een beeld te schetsen, jij ben naar het gebouw geweest, maar toen ik daar begon stonden daar twintig witte auto's voor de deur van onze verkoopmedewerkers, die af en aan reden om advertenties te verkopen, op te halen, te zetten, et cetera. Nou ja, nu staan er ook auto's, maar die zijn van de bewoners aan de overkant. Dus in zo'n, ja, rap tempo is het eigenlijk gegaan.

En dus op de redactie ook. Toen ik begon, waren we met vijftien redacteuren. Voor eigenlijk, maar [...] toen hadden we een portfolio van achttien titels of zo. En nu zijn

we inderdaad slechts met z'n tweeën [twee redacteurs]. Paul en ik, mijn collega en ik, en we maken drie wel redelijk grote titels. We hebben eigenlijk sinds, zeker sinds corona, de lokale, echte plaatselijke kranten gebundeld.

Ook de technologie heeft daar natuurlijk al wel een handje in gehad. Maar vroeger, toen ik daar begon, heb ik bijvoorbeeld twee, drie jaar Noord-Kraut weekblad gemaakt. Noord-Kraut is een dorpje waar ik zelf woon, 15.000 inwoners. Dan kan je je voorstellen dat het nieuws niet voor handen ligt. Maar dan ging het [nieuws] gewoon proberen te halen. Dan was ik, bijvoorbeeld, bij de seniorenmiddag van de carnaval en stond ik daar een verslag van te doen. Dat is natuurlijk nu wel zo veranderd dat het nu vooral bureauwerk is. Ik ben echt bureaudirecteur geworden. Schrijf ook niks meer zelf.

Onze content komt tweeledig. Ik krijg natuurlijk best wel wat persberichtjes aangeleverd: zowel van gemeenten, maar ook van derden. En daaruit maken we een weekplanning met dingen die dan voor ons interessant genoeg zijn om wat verdieping over te zoeken. En dan hebben we nog onze correspondenten, waarvan het bestand trouwens ook naar heel klein is gegaan. Die sturen wij ook aan. Daar komen een beetje onze grote verhalen vandaan. Zodat we ook een eigen gezicht houden. Iedereen kan persberichten plaatsen.

Onze concurrenten is Vaag uit Katwijk. Die plaatst heel veel '*free content*'. Zij doen niet zo heel veel meer met correspondenten. En wij proberen toch traditioneel wel enigszins onafhankelijk te blijven – maar ook gewoon een leuk eigen verhaal te brengen. En daar sturen we dan mensen op aan.

Interviewer: En hoe selecteert u dan die persberichten? Want er komt natuurlijk een grote lading binnen. Er is waarschijnlijk iets van een filterproces?

Koop: Nou, het filterproces moet je zien als [...] Kijk, wij geven natuurlijk een gratis blad uit, wat voor een breed publiek aantrekkelijk moet zijn. En mensen roepen altijd van ja: ik vind sport niks. Maar heel veel mensen vinden sport wel wat. Dus wij maken bijvoorbeeld ook één of twee sportpagina's per week. Voor de mensen die daar interesse in hebben. De spelregel is een beetje dat het Leids Nieuwsblad voor een breed publiek interessant moet zijn. Als je een oude krant pakt, dan is er natuurlijk vooral veel verslaglegging van hoe het [een evenement, sportwedstrijd, gelegenheid of gebeurtenis] geweest was. Nou, dat lezerspubliek is natuurlijk ook wel een beetje veranderd. Iets lezen wat al geweest is, is leuk voor degene die er misschien geweest is. Maar niet meer zo interessant voor de brede publiek. Wij proberen eigenlijk vooral 'aankondigend' te zijn. Van kleine aankondigingen tot de wat grotere verhalen. Die proberen we vooral zelf in te vullen.

De berichten bepalen. En de wat kleinere berichten komen dan inderdaad van aankondigingen van persberichten. Nou, je kan je voorstellen dat die in Leiden... Ja, dat is best een veelvoud aan.

Maar soms is het ook zoeken, hoor. Het is ook niet zo dat het [nieuws] elke week op de planken ligt. Maar als je een beetje goed je relaties onderhoudt, dan kunnen wij elke week wel van twaalf, dertien redactionele pagina's maken. En het ligt een beetje aan de krant en de verkoop. Hoe dik die is en of al het nieuws mee gaat.

Interviewer: Heeft u zelf dan bij de selectie van de onderwerpen... maakt u daar ook zelf een soort agenda bij? Dat u bepaalde dingen belangrijk vindt om wel of niet te publiceren?

Koop: Nou ja, de belangrijkheid zit er zeker in de lokale krant natuurlijk in, nogmaals, dat het voor een breed publiek moet zijn. Wij volgen de politiek bijvoorbeeld. Daar halen we de krenten uit de pap. We zitten ook niet meer wekelijks bij raadsvergaderingen, omdat dat heel arbeidsintensief is. Mijn correspondenten, die doen het voor een, ja, wel voor een vergoeding, maar als je je voorstelt dat je vijf, zes uur naar de gemeenteraad moet luisteren, en er komt één artikel uit wat je 30 euro oplevert... Dat is natuurlijk eigenlijk niet meer rendabel. Dus voor heel veel mensen is het hobby.

En daarin moet je ze natuurlijk ook gewoon een beetje tegemoetkomen. Ik kan wel vragen om een politiek verslag van als er ergens iets botst [tussen de gemeente en een andere partij], maar ja, dat kost wel heel veel tijd. Dus daar moet ik ook wel rekening mee houden. En in mijn communicatie met mijn correspondenten is dat ook een wisselwerk. Ze hebben vaak zelf een idee wat ze willen, en ik geef ze daar sturing aan door ze of met wat vragen op pad te sturen, of de lengte van een artikel te bepalen. Maar de regel is wel een beetje dat mijn correspondenten niet op pad gaan voor een foto-onderschriftje of 200 woorden. Want dat kost natuurlijk gewoon te veel tijd.

En eigenlijk dienen de onderwerpen zich natuurlijk vaak zelf aan. En dat heeft ook een beetje met Leiden zelf te maken. In de aanloop naar 3 oktober ga je bijvoorbeeld daar wat meer op focussen. Er zit ook een beetje een jaaragenda in. Plus de krenten uit de pap: het kan heel simpel een belletje zijn van iemand die denkt: ik heb een conflict of iets leuks. En daar kunnen wij dan een verhaal in zoeken. Dat gebeurt natuurlijk regelmatig. Maar dat kan elke week ook anders zijn. Dat maakt het in die zin ook nog wel een soort van aantrekkelijk om zo te werken.

Interviewer: In uw vorige antwoord gaf u ook nog wat toelichting over de relaties van uw blad. Is dat dan ook zo dat er bepaalde instanties, zoals een gemeente – of wij hebben gehoord een keer bijvoorbeeld van een kerk – die dan elke keer bij elke uitgave een eigen stukje krijgt.

Koop: De raad van kerken heeft die afspraak nog staan. Ze hebben een beetje een ‘gentleman’s agreement’ nog met de oude directeur, die dat destijds afgesproken heeft. En dat houden we nog in stand. Met name omdat zij ook de inspanning leveren om het aan te leveren. Kijk, als zij het van ons vragen of wij het willen schrijven wordt het alweer anders. Maar, nou ja, goed. De kerk is natuurlijk eigenlijk net als sport: het verliest een beetje zijn aantrekkelijkheid. Maar voor veel mensen heeft dat gewoon nog impact. En ik moet eerlijk zeggen dat zij ook wel gewoon de maatschappelijke kant van het kerk zijn. Ze praten veel met mensen. En dat maakt het voor onze krant natuurlijk wel een stukje aantrekkelijker om daar ook gewoon artikelen aan te wijden. En dat ook wekelijks vol te houden. Maar ja, dat is een afspraak die staat al heel lang. En voorlopig doen we daar ook niet zo heel veel aan.

We hebben met ZZ [Zekerheid Leiden of afgekort ZZ Leiden is een Nederlandse basketbalclub uit Leiden] een afspraak, omdat wij mediapartner zijn van hun. Gedurende het seizoen verzorgen we wekelijks een pagina voor hun. Dat stelt ook niet zo heel veel voor. Maar als ik wil kan ik komen kijken, zeg maar. We hebben twee stoelen volgens mij. Daar is niet zo heel veel gebruik van gemaakt. Maar dat is ook een vorm van samenwerking. En op zich loopt dat wel. Zij zijn daar ook gewoon content mee.

Wij verschijnen natuurlijk in 80.000 brievenbussen. Mensen bekijken zich daar nog wel eens op. We krijgen vaak de spraakverwarring: “bel ik met het Leids Dagblad?” Nee, wij zijn het Nieuwsblad. Ze zijn bijna geneigd om de hoorn er dan op te gooien. Want iedereen wil graag in het Leidse Dagblad staan. Omdat het is natuurlijk gewoon een goede en een mooie krant. Alleen, ja, volgens mij hebben ze in de regio nog 10.000 abonnees. En, als je hem echt wil, moet je hem kopen. Wat op zich natuurlijk prima is. Maar wij bezorgen gratis in de deur. Dus dat is nog wel eens een misvatting.

Interviewer: En zijn er samenwerkingcriteria waar men aan moet voldoen voor u om te zeggen: daar willen we graag mee samenwerken?

Koop: Het moet natuurlijk altijd binnen onze regionale formule passen. Dus wij blijven natuurlijk een beetje ver van... Kijk, opiniestukken. Heel veel mensen willen een column schrijven bijvoorbeeld, en daarin hun mening ventileren. Nou, en heel veel mensen denken ook dat ze een column kunnen schrijven. En één keer een goede column, dat kan eigenlijk. Dat is vaak op toevalstreffer. Maar heel veel mensen denken dan... Ja, dat kunnen wij wekelijks. Maar lokaal een goede column schrijven... Ja, dat is gewoon het moeilijkste wat er is. We hebben heel veel mensen gehad die dat dan pretenderen en wilden. En daardoor ook gewoon samenwerking met ons wilden aangaan. Maar dat blijkt dus niet zo makkelijk.

Met zo'n raad van kerken, dat is een beetje door de geschiedenis heen ontstaan. Ik praat één keer in het kwartaal een keer. Ik kom eens een keer langs. En dan vragen ze hoe het gaat met ons. Het is echt een hele gedreven club mensen. Heel sociaal, warm. En ik zeg altijd: zolang ze hier op de mensenkant [zoals eerder genoemd, de maatschappelijke kant] blijven zitten, en het niet een opzomming wordt van de kerkdiensten wekelijks... Dan vind ik het prima. En dat lukt ze elke keer wel. Ze hebben ook gewoon een team met drie, vier redacteurs zitten. Meer dan wij. Die dat wekelijks leuke en goede zaken in de krant willen hebben. In die zin is die samenwerking voor ons gewoon vruchtbaar. De ZZ: daar zit gewoon een wat commerciële kanten aan. Zij zijn blij met een maniapartner die wat groter is dan het Leids Dagblad. En wij hebben gewoon iets vast wat we wekelijks mee kunnen nemen, zeker in wat minder drukke tijden. Een vaste pagina is natuurlijk gewoon lekker voor ons. Ook in de afronding. Dus daar zitten dan ook voordelen aan.

Een nieuwe samenwerking heeft ook een beetje met de ruimte te maken. Onze krant moet niet meer dan 32, 36 pagina's worden. Met 10 tot 12 pagina's relationeel. En je kan je voorstellen als op elke pagina een vast item zit. Of een rubriek. Of een column. Dan is het voor mij al gauw uitgeierd natuurlijk. Dus in die zin willen we ook wel een bepaalde vrijheid houden. Om wekelijks wat nieuws te brengen. En andere content dan. Die samenwerkingen staan nog een beetje los denk ik van de rol van adverteerders. Advertenties in het blad.

Interviewer: En hoe verloopt dat proces dan precies? Is dat een heel ander proces? Zijn er een paar vaste adverteerders?

Koop: Nee, dat is wel een heel ander proces. Wij werken ook nog steeds wel strikt gescheiden. We doen eigenlijk niet door koppelverkoop. Hoewel in de moderne tijden moet je er ook niet voor weglopen.

Ik maak ook naast het Leidsche Nieuwsblad ook twee wekelijks een krant in Heemstede Bloemendaal. Die hebben wij nog in ons portfolio omdat we een gemeenteadvertentie hebben. Eén keer in de twee weken. Die we voor hun willen blijven maken, edie natuurlijk ook lucratief is. Die wat oplevert natuurlijk. Maar ook dat is een vrij kleine gemeenschap. En daar gebeurt niet zo heel veel. Dus het nieuws ligt daar ook niet voor handen. Plus dat het verkopen in die streek voor ons een beetje ver van ons is, dus daar ben ik bijvoorbeeld wat makkelijker. Als mijn verkoopster, dat is Daniëlle in dit geval, zegt van ja, ik heb best een aardig klantje, maar ze wil een foto met een onderschrift. Kan je dat meenemen? Dan zeg ik daar vaker ja dan in Leiden bijvoorbeeld. Waar dat gewoon minder makkelijk is. Als je het bij de een doet komt de ander ook. In Leiden hebben we zes kaasboeren. Als ik de noten van de een in de krant zet, dan komt de ander volgende keer. Volgende week ook. Dus dat scheelt toch wel per editie zeg maar. Maar eigenlijk staat de verkoop op zich, en die moeten ook wekelijks hard hun best doen in hun regio voor die content, voor die advertenties zorgen.

We hebben ook wel adverteerders die per se een advertorio willen naast hun advertentie. Nou dan rekenen we natuurlijk een plusprijs op, en dan laten we het schrijven bijvoorbeeld door de correspondent van ons. Zetten we een IM [ingezonden mededeling] boven en dan hebben we die uiteindelijk ook verkocht. Dat onderscheidt het dan van regioneel. Maar wordt het wel als regioneel opgemaakt en maar wel betaald. Dus dat kan ook nog, maar dat gebeurt niet zo heel vaak. Maar er zijn wel klanten die daar wat specifiek om vragen.

Interviewer: Zo'n ingezonden mededeling en zo'n advertentie en zo'n samenwerking, komen die dan ook bijvoorbeeld als er iets kritisch geschreven moet worden over, bijvoorbeeld de basketbalvereniging of een kerk. Hoe zit dat dan precies bij u op de redactie. Wordt daar dan hetzelfde naar gekeken? Want dat is natuurlijk een lastige positie.

Koop: Nou dat is wel lastig. Want niet alles kan natuurlijk. Maar wij hebben wel advertenties of eigenlijk IM'ers gehad. Waarvan je dacht van oeps: dat is op het randje. Gelukkig staat er een IM boven. Kijk als je iets betaalt dan kan er eigenlijk best veel. Er zijn ook dingen die we weigeren. In Noordwijk, bijvoorbeeld, is het een beetje lastig: is de politiek een beetje instabiel. En op een gegeven moment ging men dat een beetje via de krant uitvechten. Eerst redactioneel. Later ook betaald. Op een gegeven moment werd dat een soort scheld[...] heen en weer. Waar wij dan onderdeel van werden. En op een gegeven moment hebben we toen gezegd dat we dat niet meer gingen doen. Ondanks dat het soms misschien geld oplevert.

En ze hebben ze ook wel flink [advertentieruimte] gekocht. Als iemand natuurlijk een hele pagina koopt, hebben ze best wat zeggenschap over wat ze er in willen.

Interviewer: Hoeveel kost een pagina ongeveer bij u?

Koop: Het ligt er een beetje aan de editie. Maar dan moet je aan 400, 500 euro denken. In Leiden ietsje meer. [Koop gaat nu weer door op hoe het gaat met het kopen van advertentieruimtes] Dus daar ligt natuurlijk uiteindelijk ook wel een grens. Het moet ook niet beledigend zijn. We hebben ook een keer iets gehad met een raadslid. Ja, die ging op een gegeven moment ook advertenties bij ons kopen. Toen hebben we gezegd van ja, weet je, het houdt hier op. En dan hebben we natuurlijk ook gewoon onze morele verplichting om niet een doorgeefluik te zijn. Voor shit of voor onzin zeg maar.

Interviewer: U had het al een beetje over de inkomsten. Zijn die advertentieinkomsten het grootste deel van de inkomsten voor het Leids Nieuwsblad?

Koop: Gewoon 100% van de inkomsten.

Interviewer: Dat lijkt het mij een lastige positie om een verzoek voor advertenties te moeten weigeren?

Koop: Klopt. Nou er zijn er ook wel geweest die op het randje waren. Die we toch hebben geplaatst en gezegd hebben, we hebben er plaats voor. Er komen dan ook weer reacties op. Tuurlijk. Kijk een reactie krijg je altijd. Ik krijg wekelijks een enveloppe van een mevrouw die uit de krant alle d's en t's, of de komma's eruit haalt. En dat is hartstikke schattig he. Dan knipt ze ze uit. En dan doet ze ze bij ons in de brievenbus. Maar je krijgt ook gewoon wel reactie op dingen die in een ander context geplaatst zouden moeten worden. Maar goed. Ik denk dat dat ook wel gewoon een mooie functie is van een krant. Sommige dingen moet je in overweging nemen. Maar goed, zolang het in het redelijke blijft.

Er zijn natuurlijk wel voorbeelden van. Nou ja nogmaals: als je elke keer stront over de schutting heen gooit. Dan houdt het op een gegeven moment voor ons ook op.

Interviewer: En dat gaat dan vooral over externen? Is er dan ook wel eens inhoudelijk bij jullie zelf, weleens een artikel geweest waarbij jullie zeggen: als we dit schrijven, dan krijgen we ruzie met een bepaald bedrijf. Of een wethouder. Zijn jullie daar kritisch over?

Koop: Nou ja wij zijn wel licht kritisch. Ja, heel kritisch kunnen we niet altijd zijn. Willen we ook niet hè. Want nogmaals wij willen in principe gewoon een blad zijn dat informeert; dat vrolijk is. Maar niet dat altijd schuurt. Want dan verlies je ook wel een beetje de geloofwaardigheid. We zijn natuurlijk wel gewoon een beetje het buurtblad. Waar ook de kat van de buurvrouw die kwijt is een plekje zou moeten kunnen krijgen. En dat het af en toe scherp is en schuurt vind ik helemaal niet zo erg. Want we hebben een goede relatie met de gemeente, maar zij bepalen niet de voorkant van onze krant. Ze mogen [vanaf] de achterkant invullen. Daar betalen ze ook prima voor. Dus dat is voor ons gewoon gunstig. Maar dat betekent niet dat wij een spreekbuis zijn voor de gemeente. We volgen ook de politiek, we stellen ook gewoon veel vragen, politieke vragen. Waar soms een negatieve uitkomst op is.

Interviewer: Als we het hebben over verdienmodellen. Is er ook wel eens nagedacht, omdat de tijden natuurlijk zo veranderd zijn, over andere verdienmodellen? Bijvoorbeeld een abonnementsvorm.

Koop: Nou kijk, wij hebben een directeur. Dat is meneer Buijze. Het is echt een familiebedrijf. Maar tot een paar weken geleden, maakten we de krant, verkochten we de krant. We drukten hem, wn we bezorgden hem. Dus alles in één pakket. Volgens jaar bestaan we 100 jaar. Echt een familiebedrijf. Altijd een Buijze aan het roer. Hij is nu al 72, er is weinig opvolging.

Als je je afvraagt: bestaat de krant nog lang? Bij ons zit daar ook nog een stukje bedrijfsvoering bij. Je hebt pand gezien: dat loopt helemaal door tot aan de Voorstraat. We zijn met 10 man. De pers is stuk en die wordt ook niet meer gemaakt, want dat kost denk ik een miljoen. Dat hebben we niet en gaan we ook niet investeren. Dus de krant wordt al gedrukt door DPG [Media] in Amsterdam. Dat zijn natuurlijk wel pijnlijke dingen. Meneer Buijze is met heel veel dingen tegelijk bezig, alleen hij deelt het niet zo erg meer met ons. Dat heeft zijn voor en nadelen. We hebben natuurlijk heel veel pogingen gedaan om ons in het medialandschap neer te zetten, maar juist omdat we een familiebedrijf zijn, was dat elke keer vrij laat.

Interviewer: Kunt u een paar voorbeelden geven van die pogingen?

Koop: Kijk nieuws is nu online. 15 jaar geleden is onze site begonnen met lokaal nieuws. Wij zijn 7 á 8 jaar geleden onze content online gaan publiceren. Met een flinke investering: goede website gebouwd, twee mensen aangenomen, met filmpjes en ook echt specifieke content. Dat nam natuurlijk wel zijn vlucht, zeker qua klikken. Alleen qua verdienmodel loop je natuurlijk achter de feiten aan. Op een gegeven moment hadden we een mooie site en yien directeurs die hem konden vullen. En ook wilden vullen. En dat gebeurde ook wel. Maar vrijdag om 4 uur ging de deur dicht. En om maandag ging die weer open. Als je online wat wil, dan moet dat 24 uur per dag. Dan moet eigenlijk ook je bedrijfsstructuur anders. Dan moet je in het weekend gaan werken. Dan moet je in het weekend gaan werken. En dat is dan bij ons eigenlijk niet mogelijk. Of dan moet het bijna in je eigen tijd. Dus de pogingen zijn er wel geweest. Alles heeft altijd met geld te maken. We hebben anderhalf, twee jaar geprobeerd. De naam bestaat niet meer: Nieuws van Hier heette het.

Interviewer: Een lokale krant die bij mij in de buurt werd uitgegeven had ook eigenlijk dezelfde problemen die u zojuist opnoemt: te laat begonnen. Toen hebben zij ervoor gekozen om met andere kranten in de regio. Samen te werken onder één groter bedrijf. Zou dat misschien nog een optie kunnen zijn voor [...]?

Koop: Kijk, Buijze, ik zie bij hem geen opvolging. Hij heeft zelf geen kinderen. Alle vorige directeurs hebben het allemaal geprobeerd. Hij gaat het natuurlijk op een gegeven moment verkopen. Wij zitten met z'n tienden op het industrieterrein. Hoe dat er dan uitziet weet ik niet. En dat zal dan onder de landelijke DPG Media zijn, bijvoorbeeld. Die heeft heel veel lokale edities. Omdat zij aan adverteerders landelijke dekking beloven. Ja daardoor hebben wij hebben geen overtekening met DPG, maar dat zou zomaar kunnen: wij nemen die titels over, de huidige redactie – en misschien verkoop – mag blijven zitten en jullie gaan in een kleiner kantoorje zitten. Wat voor ons prima zou zijn. Want nu wat ik net zeg: we kunnen boven bowlen! Er zit helemaal niemand meer. En het is allemaal van Buijze. Buijze is natuurlijk ook met de gemeente in gesprek. Omdat dat terrein gewoon goud waard is. Maar dat moment gaat wel een keer komen.

Interviewer: Dat vindt u niet erg?

Koop: Ja tuurlijk wel, ik werk er nu ook twintig jaar. Maar de laatste paar jaar, gingen er steeds ook wat minder mensen werken. Ik heb ze ook wel op woensdagavond nog wel eens gestapeld, stapels kranten. Ik ben niet echt iemand van met de handen werken. Maar dat vind ik dan ook een soort van leuk. Dan ruik je het. Dan heb je ze in handen. En dat is natuurlijk ook je eindproduct. En dat is natuurlijk jammer. Als dat een keer ophoudt. Ik ben bijna vijftig. Maar niks is eeuwig.

Maar voor ons als bedrijf, ik zeg het ja, toen die pers stopte [kapot ging]. Ik laat niet zo graag een traantje. Maar degene die bij ons zit, heeft denk ik veertig jaar die pers laten draaien, dan vloeit er wel een traantje natuurlijk.

Interviewer: Hoe zit het met, bijvoorbeeld, extra inkomstenbronnen zoals het Leids Mediafonds. Maken jullie hier gebruik van?

Koop: Wij zelf niet, maar er zijn wel correspondenten die via het Leids Mediafonds een podium zoeken om te publiceren. Maar het Leids Mediafonds neemt niet direct contact met ons op van, ja, er is subsidie mogelijk. Wij krijgen sowieso geen subsidie, en ook niet van het Mediafonds. Ja, indirect dus. Een aantal van mijn correspondenten hebben een aanvraag gedaan en ook gekregen. De enige voorwaarde voor mij is dan dat ik het publiceer. Indirect hebben we er dus wel profijt van.

Interviewer: En dan over de inhoud van de krant zelf. Ik neem even aan dat je freelancers in dienst hebt? Hoeveel van de kosten gaan daar naartoe? Want het kost volgens mij iets van 40 euro, hadden wij begrepen, per artikel voor een foto en een stuk. Hoe werkt dat precies?

Koop: Het is een beetje wat ik aan het begin zei. We proberen natuurlijk wel een beetje eigen gezicht te houden. Inhoudelijk, met name de grote verhalen, wat we ze brengen, gestuurd krijgen of door ideeën van correspondenten. Dat worden dan 12 tot 13 stukken ongeveer in de krant. Maar dat kan ook veel verschillen per keer. Dus de kosten vallen in die zin dan mee. Maar goed, het maken van de totale krant kost natuurlijk best wel een hoop geld. Persoonlijk ken ik die cijfers niet, want mijn voornaamste taak is om een mooi product te maken. Als ik twintig verhalen declareer, dus de correspondenten, vindt mijn baas het prima. En als het een keer tien zijn, vindt hij het ook prima. Dus in die zin zit er ook geen limiet aan. Ik denk dat, laten we zeggen 20 tot 25 procent van onze krant verzorgd wordt door correspondenten die betaald worden. En de rest komt van derden en is eigenlijk gratis content.

Interviewer: Wat ziet u dan als voor- en nadelen van zo'n abonnementmodel?

Koop: Nou ja, het is toch wel een beetje, het Leids Dagblad heeft ook een abonnement en dat heeft aanzien, hè, nog steeds. Maar ja, als je het even vergelijkt met wat wij uitbrengen. Van oudsher worden wij natuurlijk een beetje gezien als het suffertje. Ik denk dat die fase wel voorbij is. Zeker ook gezien de professionele opmaak en de arbeidsintensiteit van de redacteurs die erop zitten. Maar goed, dat is natuurlijk een beeldvorming wat je bij mensen niet snel weg neemt.

Als mensen mij dan bellen met: "ik zoek het Leids Dagblad en ik moet een stuk kwijt, want het is zo belangrijk", dan denken ze dus dat ze bij het Leids Dagblad hun verhaal het makkelijkst of het liefste kwijt willen, omdat dat dat aanzien heeft. En wij leggen dan uit: maar het Leids Nieuwsblad is ook een mogelijkheid. En wij verschijnen gratis in eigenlijk 80.000 brievenbussen. Inmiddels zijn het natuurlijk wel minder door al die stickers en zo, maar goed. En het Leids Dagblad, die moet je kopen. Het Leids Nieuwsblad komt gewoon in de hele bollenstreek. Dat is een beetje het gevaar als je naar zo'n model overgaat: je verdient er wat aan, maar je verliest natuurlijk ook een groot deel van je lezerspubliek, en daarmee ook een stukje aantrekkelijkheid naar je advertentieafnemers.

Aan de kant van het verhaal is, kijk, wij bezorgen hem wel, maar het is natuurlijk de vraag of hij gelezen wordt, door wie en in welke vorm. Maar wij krijgen wel veel reacties dat mensen de krant graag lezen. Vaak staat de leeftijd er niet bij.

Interviewer: Hebben jullie recent nog een lezersonderzoek gedaan? Wanneer voor het laatst?

Koop: Nee, ik denk dat het laatste al 10 jaar geleden is, denk ik. De laatste keer hebben we volgens mij in onze krant een enquête bijgevoegd. Daar geldt het een beetje hetzelfde voor. Als je de krant niet leest, waarom zou je dan de enquête invullen. Dus die response was echt wel karig. We hebben ook een keer een bureau ingeschakeld, dat kostte ik ook veel geld. Als je zo'n onderzoek echt goed wil doen, dan kost dat wel heel veel tijd en investering, denk ik. Dus dat daadwerkelijk lezen is altijd een beetje gissen.

Interviewer: Wij hebben ons ook verdiept in dan de journalistieke functies van een bepaalde krant. Dan heb je bijvoorbeeld de bindende functie, vooral als lokale krant. Hoe gaat u daarmee om, de bindende functie?

Koop: De reacties zijn heel divers.

Soms zie je wel dat stukken mensen raken, of ook soms irriteren, of [...]. Maar zeker ook verbindingen. Zeker als we verhalen maken, schrijven, met name op de sociale kant, zoals wijkinitiatieven. Dat wordt toch wel goed gelezen. En dat merk je bij onze correspondenten ook. Het aankondigen van dingen die voor een grote groep interessant kunnen zijn is ook verbindend.

Interviewer: U heeft al vaker genoemd in dit gesprek dat een van uw sterkste punten is dat u het grote publiek kan bereiken. Vind u dan ook dat het Leids Nieuwsblad dan ook een bepaalde informerende functie heeft? Als de gemeente iets naar zoveel mogelijk mensen uit wil brengen, dan zijn jullie, denk ik, misschien de meest aantrekkelijke optie?

Koop: Ja, daarvoor adverteren ze ook bij ons. Zij maken natuurlijk de Stadskrant, die varieert een beetje in grootte. Dat hoeven ze ook niet meer te doen, zij kunnen dat ook online publiceren richting hun inwoners. Maar de gemeente Leiden heeft zelf ook voor die Stadskrant nog steeds een redactie, dus ook zij vinden het nog steeds belangrijk als informatiebron richting, nou met name ouderen, want die jongeren pakken het online wel op. Die lezen die krant niet. In Leiden is het natuurlijk ook de vergrijzing. En ik denk dat de gemeente Leiden nog ziet dat een simpele krant als wij nog goed gelezen wordt. En dat ze, ja, daardoor ook gewoon dat nog in stand willen houden.

Interviewer: En zijn er dan misschien plannen binnen de redactie om ook de krant een beetje naar de jongeren te sturen? Of zetten jullie juist nu extra in op de ouderen, omdat nu de ouderen het lezen?

Koop: Ik denk dat dat eigenlijk hetzelfde is als nu nog een website beginnen. Nu nog jongeren binden aan een krant: ik denk dat veel jongeren daar al een stapje verder in zijn.

Interviewer: Nu we het toch een beetje over de lezers hadden, had ik nog een vraag: Wordt er ook iets gedaan binnen de redactie met kijken op diversiteit? Wordt er daar bepaalde focus gelegd bij het schrijven van een artikel of hoe u een krant inricht?

Koop: Dat ligt dan vooral een beetje aan het onderwerp, het heeft niet zozeer te maken met de redactionele invulling zelf. En ook daar moet ik eerlijk in zijn... Kijk, wij zijn natuurlijk gewoon een beetje ouderwets. Wij lopen vaak wel een beetje achter dingen aan, en het is ook niet zo dat we dan iemand moeten volgen of de trend moeten volgen. Onze formule staat redelijk vast, en voor verandering is bij ons niet altijd heel veel ruimte. Dat heeft ook te maken met de bedrijfsvoering en hoe wij er op dit moment voor staan. En daar moet ik ook gewoon heel eerlijk in zijn.

Interviewer: Dan zit er wel een houdbaarheid aan?

Koop: Nogmaals, ik denk dat hij binnen 1, 2, 3 jaar verkoopt. Plus het pand wat van hem is. Ja, misschien is er dan wel tijd en ruimte voor wat veranderingen. Dat zou natuurlijk zomaar kunnen.

Interviewer: En wat voor veranderingen denk je dan?

Koop: Waar spreken mensen nog aan met men? Het is algemeen. Wat op zich goed is. Want dat vraagt iedereen tegenwoordig om, hè. Maar het is ook wel weer ouderwets natuurlijk. Hoe spreek je nou iemand aan? Zowel persoonlijk, maar ook in een krant. Ja, ook dat verandert. En wij veranderen nog niet zo hard mee.

Interviewer: U noemde net dat u er niet meer een heel langdurige toekomst in ziet. En over het geheel, dat er eigenlijk geen gratis kranten meer zullen bestaan. Huis-aan-huis bijvoorbeeld. Ziet u geen enkele manier hoe dit zou kunnen bestaan?

Koop: Het kan wel. Want wij doen het nog steeds. Op zich doen we het nu nog vrij goed, met een kleine redactie, kleine verkoop, klein team. Druk uitbesteed. Ja, wij maken toch wekelijks... Even optellen: 150.000 kranten. Er wordt best wel prima verkocht. En dat kan echt nog wel een tijdje door. Ik denk dat er daar nog wel gewoon ruimte voor is. De markt op zich is redelijk breed. Als je natuurlijk in elke brievenbus iets kan stoppen. Wij zullen ooit onder een grotere vlag dat moeten doen. En misschien kan een grote speler dingen bij ons veranderen, die dat voor langere tijd mogelijk maakt. Of ik daar dan onderdeel van ben, dat weet ik niet. En wie weet ligt er over 10 jaar nog steeds een krant in de brievenbus.

Interviewer: Zijn er lokale kranten waar je naar opkijkt? Dus huis-aan-huisbladen die het heel goed doen in het land?

Koop: Wij kijken natuurlijk vooral naar onze eigen regio. We hebben natuurlijk in Verhagen onze grootste concurrent gehad, Verhagen in Katwijk. Die maakt nog wel lokale edities bijvoorbeeld. Die heeft eigenlijk alleen freelance-redacteuren, die gewoon hun eigen krantje mogen vullen. Persoonlijk vind ik die er niet uit zien. Maar dat is mijn mening. En zij doen het verder prima. Ik vind onze krant qua stijl en inhoudelijk gewoon mooi. Goed. En ik maak hem ook met plezier.

Interviewer: Hebben jullie een 'overlegclub' of een belangenvereniging? Is er een vakblad waar jullie de trends en zo in bijhouden?

Koop: Hans [Buijze, de directeur] zit wel in wat overleggen. Maar Hans is ook wel... Kijk, er zijn ook niet zo heel veel familiebedrijven meer. Dus hij is daar ook een beetje vreemde eend in de bijt, altijd al geweest. Is hij zelf ook overigens. Maar we zijn altijd wel een beetje een buitenbeentje geweest, eigenlijk.

De NVJ zijn we natuurlijk wel lid van. Maar dat is meer een persoonlijke titel dat ik dat af en toe lees. Maar nee, tenminste niet dat ik weet of daar waren wij ooit bij aangesloten.

Interviewer: Maar is er niet één waarvan je denkt, wow, daar heb ik toen mijn vormgeving ging veranderen, mijn profijt van gehad? Of die doen het online beter, of die weten doelgroepen beter aan te doen?

Koop: Nee, ik zou even niks kunnen noemen, nee.

Interviewer: Het is niet iets waar jullie over praten?

Koop: Nee, weinig. Toen wij met vijftien waren, hadden we ook een hoofdredacteur en gingen we wekelijks natuurlijk wel zitten. Dan hadden we een redactievergadering. Gingen er nog post-it sop de muur, dan is het ook wat interactiever. En tegenwoordig zijn we met z'n tweeën, in principe allebei hoofdredacteur van ons eigen. Hans bemoeit zich daar in die zin niet mee.

Interviewer: Wie is je partner?

Koop: Paul Alkemade.

Interviewer: En die is van welke?

Koop: De weekendkrant. En wij hebben onderling natuurlijk wel eens overleg. Ik werk nog 24 uur voor Buizen. Ik ben ook twee dagen in het onderwijs teruggekeerd. Vooral omdat ik het leuk vind, maar ook omdat dit ook een keer eindig is. Dus ja, in die 24 uur maak ik één week drie en een andere week twee kranten. De tijd heb ik gewoon nodig. Dan heb ik ook geen tijd en zin om te overleggen. In weinig tijd moet je heel veel in elkaar steken. We moeten oppassen om niet te veel over vroeger te praten, maar toen ik net begon, kreeg ik heel veel over de post. Echt van zulke stukken, zulke lappen tekst. Daarvoor hadden we dan typistes in dienst. Daarna in de computer kwam dat dan een woordbestandje terug. En dan kon je dat bewerken. Want eigenlijk die stukjes, die maakte ik dan op maat, in een goede context, een goede taal, een goede volgorde. En dat ging dan naar de DTP [desktop publishing staat voor het opmaken en bewerken van documenten voorafgaand aan publicatie]. En die maakte er dan een krant van. Met wat knippen en plakken. Nu maak ik hem volledig zelf. Zeker redactioneel. Omdat je dan lay-out gedreven kan werken.

Interviewer: Er is nu natuurlijk heel veel sprake rondom nieuwe dingen zoals AI. Zou het bijvoorbeeld kunnen dat dat een goed toekomstperspectief is voor zo'n kleinere krant?

Koop: Nou ja, daar kom ik denk ik weer. Maar ik ben nog een beetje een oude lul. Ik heb vroeger ook wel voor landelijke dagpaden geschreven in mijn jonge jaren. Ik ben nog wel van het naar iemand toe gaan, iemand spreken, desnoods twee, drie uur lang, en daar een mooi verhaal van maken. Natuurlijk zijn straks de mogelijkheden eindeloos. En wie weet waar het toe leidt. Voor mij hoeft het nog niet eerlijk gezegd. Ik ga liever met jou in gesprek, en maak daar een mooi verhaal van. Dan weet ik dat in ieder geval dat het van mij is. In samenspraak met jou. Omdat je het ook kan controleren en lezen.

Maar ja, het is geen schrikbeeld. Want ik ben ook niet vies van innovatie. Nu maak je hem [de krant] helemaal zelf. Uiteindelijk is het product wel dat wat je in handen hebt. Ja, je kan het ook aan de computer zelf laten. Ongetwijfeld zal dat uiteindelijk ook heel mooi worden. Dat zal ongetwijfeld een keer eraan komen

Interviewer: Nu ben je dus een 'one man show. Hoeveel correspondenten heb je dan ongeveer in je systeem, denk je?

Koop: In Leiden op dit moment een stuk of zeven, acht. Het is echt wel heel divers. Hans Schuurman, dat is een oude FNV man. Hij komt om de twee weken even op de fiets hier, komt hier bij me langs en dan komt hij even koffie drinken. Hij heeft nooit wat te vragen of te vertellen, maar vindt hij dan gewoon leuk. Maar hij is geen journalist. Een journalist schrijft echt op een bepaalde manier, dat lees je dan ook wel terug. Maar het mooie van een Hans Schuurman, iemand die dat niet heeft, ook dat lees je terug. Ik zeg altijd tegen nieuwe correspondenten: als ik kan zien dat het jouw stuk is – dat moet wel goed leesbaar zijn, er zitten natuurlijk ook wel een paar voorwaarden aan – maar ik heb liever dat het eigen is, dan heel strak, of politiek correct, of iets dergelijks.

Interviewer: En dat is dan misschien ook die diversiteit die je benoemde?

Koop: Ja, dat maakt ons dan ook wel, ik wil niet zeggen heel bijzonder, maar wel heel prettig om te lezen.

Interviewer: Wat bedoel je precies met dat het 'team' divers is? Is dat een diversiteit in leeftijden, achtergronden [...]?

Koop: Ja, leeftijd, de achtergrond verschilt ook. Soms komt er iemand aanwaaien, en dan denk je: dat wordt een goeie. En soms is het ook helemaal niks. We spreken altijd een proefperiode af, en meestal blijven ze best wel lang hangen. Maar, het is toch ook een hobby.

Interviewer: Ook voor jullie budgetten natuurlijk.

Koop: Er zijn vaak genoeg mensen die hier komen en denken dat ze er geld mee gaan verdienen, ja, die moet ik echt van tevoren vertellen: dat gaat niet gebeuren. Er is nu iemand die werkte voor Sleutelstad, die gaan fuseren dus dat is allemaal gedoe. Die dacht: ik ga wat anders doen. Die volgt echt de politiek, tot op de letter, maar dus allemaal voor niks, eigenlijk. Die plaatst heel veel stukken. Dus ik zei: ja, je mag het voor mij ook doen, en die zei: ja ik vind het leuk, het is een hobby. Toen zei ik: word dan voor ons gewoon correspondent, dan heeft iedereen er wat aan. Dat is wel een heel bijzonder iets, ja. De meeste mensen willen de hoofdprijs, krijgen ze niet. Maar hij vond het super leuk, en hij zei: als ik wat mag declareren ben ik al super blij.

Interviewer: Dat zijn wel echt de mensen die je nodig hebt, dus?

Koop: Ja, hopelijk blijven dit soort mensen lang hangen. Je moet het niet voor het geld doen bij ons. En ik moet je eerlijk zeggen: zelfs in landelijke media is het gewoon lastig. Ik heb ook wat Olympische Spelen gedaan voor het AD, ik kon voor artikelen 200, 300, 400 euro krijgen. Tegenwoordig zou dat drie tientjes zijn. De goeie en hele grote nagelaten. Dat zijn er maar weinig. Dus dat is ook gewoon veranderd.

Nog enkele vragen:

1. Een waakhond willen jullie niet echt zijn: vooral informeren. Dat interpreteer ik als de belangrijkste functie voor het Leids Nieuwsblad is het informeren. Maar toch is die kritische functie toch ongeveer het grootste goed van de journalistiek? Licht-kritisch, maar ook een goede relatie met de gemeente, op welke manier voert het Leids Nieuwsblad dan toch die kritische functie uit? En blijven jullie onafhankelijk van de gemeente?

Door de juiste vragen te stellen, op het moment dat dat nodig is. We plaatsen ook niks lukraak van de gemeente, van wat ze sturen. Alles wat zij aan ons voorleggen, bijvoorbeeld wat betreft redactionele invulling, zet ik altijd iemand op die ook vervolgens vragen gaat stellen. Dus in die zin hebben we altijd wel ook vragen voor de gemeente, zonder dat we hen helemaal onderuit halen. En als dat nodig is, dat hebben we ook wel gedaan. Er zijn ook wel momenten geweest dat we de gemeente wel hebben aangepakt op wat ze verkeerd doen. Applaus krijgen we nooit, maar zij zijn ook wel blij dat we niet klakkeloos dingen plaatsen die zij kwijt willen. Daar hebben ze ook de stadskrant voor. Daar zit zelf een redactie voor. Wij zijn er voor om af en toe ook gewoon vragen te stellen die ze soms niet leuk vinden.

2. Nog kort de bindende functie: dat kwam vooral voort in de selectie van onderwerpen. Sociale verhalen, sociale kant. Ook het bieden van een platform voor discussie. Doen jullie dat ook?

Niet zozeer door een discussie op te werpen, maar wel door bij de discussie aanwezig te zijn en die ook te noteren. Beide kanten van een verhaal vertellen, toevallig is er volgende week een bewondersbijeenkomst in [...]. Die gaat helemaal op de schop, er is een mevrouw die heel boos en kritisch is, ik heb haar al 6 keer aan de lijn gehad. De gemeente had gezegd: er mag geen pers bij. Dus ik zei tegen deze mevrouw: goed dat u gebeld heeft. Wij komen gewoon. Dat doen we dan wel, dan vang je de discussie in het artikel zelf. We

zijn vooral in de wijk als er iets speelt, daarin vinden we bijvoorbeeld verbinding, en dat blijkt ook uit reacties.

3. Voorbeeld van verbinding en sociale cohesie?

Je ziet steeds vaker dat men bijvoorbeeld gaat koken, voor minder bedeelde, met resten van supermarkten. Toen waren we daar als een van de eersten, we waren daarvoor uitgenodigd. Je ziet wel dat zoiets dan vrij snel bekend wordt, en ook breder bekend. Volgende week komt de burgemeester ook, dan gaan we nog een keer. Ook dan proberen we wel aandacht te geven aan het project, en niet aan de burgemeester. Zo zie je wel dat dat soort projecten, dat wij daarover schrijven, dat dat echt z'n vlucht neemt. Mensen raken er enthousiast van, betrokken. Het zorgt voor een sneeuwbaaleffect, en het wordt dus ook echt gelezen.

4. Toekomst heeft u al heel duidelijk uitgelegd. Kan ik dan concluderen dat er weinig aan digitalisering, etc gedaan wordt?

Ja, er wordt nauwelijks iets aan gedaan.

[middenin antwoord afgekapt, einde interview]

[de rest van de vragen zullen via de mail kunnen worden beantwoord]