**Transcript Interview, Rick den Besten (Hoofdredacteur Het Kontakt)**

**28-05-2024, 12:00 CEST, Goudriaan, Interviewer: Jort Siemes**

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de “I:” met in dikgedrukt de vraag.

**Start Interview:**

**I: Oké nou, Ik wilde als eerst eigenlijk graag weten: Waarom vindt u lokale journalistiek belangrijk?**

Ja je gooit dan kunnen de knuppel gelijk in het hoenderhok.

Ik denk dat lokale journalistiek belangrijk is, omdat het heel dicht bij de mensen staat. Denk dat dat het allerbelangrijkste is, hè? Je ziet ook een tendens dat mensen steeds meer over hun woon- en leefomgeving willen weten. En ik denk dat lokale media daar een hele belangrijke rol in kunnen en moeten spelen. En dan zeggen ze natuurlijk wel eens dat lokale media in de haarvaten van de samenleving zitten. Dat is mooi gezegd, maar dat lukt ook niet altijd, hè, zo eerlijk moeten we ook zijn. Wij hebben natuurlijk geen bezetting ‘a la’ regio-redactie van het dagblad bijvoorbeeld, maar het is wel wat je wilt: zoveel mogelijk berichten over en vanuit die lokale gemeenschappen. Ja, ik denk dat dat de kracht is en ook de rol die wij als lokale media moeten pakken."

**I: Ja en nog even over die die rol dan, dat vind ik dan wel interessant. Vervullen jullie een bepaalde waakhondfunctie? Denkt u ook dat het Kontakt in het algemeen met al haar ja onderliggende kranten om het zo even te noemen? Letten jullie daarop om zo'n functie uit te voeren? De waakhondfunctie even in het specifiek.**

Ja, wij letten daar zeker op. Ik moet wel eerlijk zijn, we hebben 13 kranten, 13 titels. De ene titel slaagt daar wat beter in dan de andere. Nou ja, er zit wel denk ik wat kwaliteitsverschil tussen de titels. Dat heeft ook een historie, dat is op zich niet zo belangrijk. We hebben titels die van oudsher van onszelf zijn en 2,5 jaar geleden hebben we een aantal titels, waaronder dus onder andere het Zenderstreeknieuws, aangekocht. Dus daar zit wat verschil tussen.

Onze intentie is om die waakhondfunctie te vervullen en dat vind ik dan weer een prachtig woord, hè? Maar je moet het wel altijd afzetten tegen de mogelijkheden en middelen die je op de redactie hebt. Gemiddeld zit daar een echte ftj [full-time journalist] per titel, met nog een aantal freelancers, maar binnen dat kader doen wij er al het mogelijke aan. Wij bezoeken bijvoorbeeld ook nog de Raads- en Commissievergaderingen. Best veel lokale media doen dat niet meer en ik stimuleer dat ook heel erg bij mensen. Wij proberen dat echt wel te doen, dus bijvoorbeeld ook om de gemeenteraad nog actief te volgen en de vergaderingen bij te wonen of mee te luisteren. Dus in die zin doen wij ons best om invulling te geven aan die waakhondfunctie.

**I: Ja, en het klinkt nu ook een beetje alsof jullie dat dan eigenlijk naar beneden doorgeven om dat zo even plat te slaan. Die functie dus jullie zeggen van bovenaf. Wij willen daar extra goed op gelet worden vanuit het Kontakt en die al die kranten moeten daar goed op letten.**

Ja, zeker! Daar zet ik mij zeker voor in. Laat ik een voorbeeld geven uit de Alblasserwaard, daar woon ik zelf en waar ik ook nog enigszins bij betrokken ben. Daar speelt heel erg de plaatsing van windmolens om energie op te wekken. Die zijn voorzien op een aantal locaties, echt in het open polderlandschap. De politiek moet daar komende zomer een definitief besluit over nemen. Daar proberen wij dan echt bovenop te zitten, hè? Dus door niet alleen het standpunt van de politiek te geven, maar ook van milieuorganisaties, grondeigenaren en bedrijven, dus dat zo breed mogelijk de voor- en nadelen zo breed mogelijk te belichten.

**I: Ja ja precies en u had net, ik vond het een hele mooie In de haar haarvaten zitten. Ja, Wij hebben daar eigenlijk ook naar gekeken. Die binding hè? In de Gemeenschap, hoe draagt het kontakt daar eigenlijk aan aan bij?**

Dat zijn niet alleen kreten, hè? Nu denk ik, anderhalf jaar geleden heeft het Commissariaat voor de Media - dat is jullie, denk ik, ook wel bekend - een heel groot onderzoek gehouden naar de rol, onder andere, van lokale media. En daar scoren lokale media dus heel goed. Eigenlijk nog beter dan op bepaalde punten dan bijvoorbeeld lokale omroepen en zelfs ook de regionale dagbladen, en dan met name qua bereik. Het bereik van de lokale kranten is heel erg hoog, ligt gewoon heel erg hoog. Het hoogst van alle media, dus dat is wel een objectieve waarneming en objectieve meting.

Ja, en hoe doe je dat? Ik denk dat ik het al gezegd heb: door gewoon vanuit die lokale gemeenschap te berichten. Dat kan zijn hele kleine agenda-berichten van wat er te doen is in een dorp of in een stad. Wij verdelen onze kranten ook in een aantal segmenten: nieuws, achtergrond, vrije tijd en sport. Nou, dan zie je al dat dat heel breed is. En ja, dan kom je dus vanzelf, denk ik, dicht bij de mensen te staan.

We hadden zondagavond natuurlijk het voorbeeld van de parkeergarage. De opritten van de parkeergarage in Nieuwegein die instorten. Nou, dat is nationaal al groot nieuws, laat staan lokaal. Dat is best aardig om jou eens mee te nemen in dat spanningsveld. Gisteren, zondagavond hebben we daar online meteen over bericht, hè? Voor zover dat mogelijk was. Ik denk dat we daar best wel goed in geslaagd zijn.

Maar dan loop je de maandag tegen aan, ja. Wij verschijnen in Nieuwegein op donderdag. Ja, om daar nog alleen maar berichtgeving te hebben dat die 7 verdiepingen of die 7 hellingen zijn ingestort. Ja, dat weet iedereen wel, dus dan ga je ook proberen om daar een lokale invulling aan te geven, terwijl je eigenlijk daar de bezetting nauwelijks voor hebt. Nou, dan gaan we toch wat schuiven op de redactie en hebben we toch iemand vrij kunnen maken die gisteren echt Nieuwegein in is gegaan. Naar het ziekenhuis is gereden, omwonende mensen op straat heeft aangesproken. Nou, je moet online maar eens kijken. Ja, dan ga je dus toch de verhalen vanuit Nieuwegein ophalen, zeg maar. Nou ja, hoe mensen dat beleefd hebben en hoe ze er tegenaan kijken. En dan denk ik, als dat je lukt, ja, dat je invulling geeft aan dat wat je wil zijn en dat ook aansluitend bij jouw straat, ja.

**I: Ja, dat denk ik ook. Ik denk dat dat iets heel moois is aan Een lokale krant kan je Natuurlijk veel meten zo invulling geven aan zo een lokale en Ik denk ook dat informatie lokaal verdelen. Het is veel meer gericht op de regio. Ja, en die heb ik eigenlijk ook nog wel ben ik ook wel benieuwd krijgen jullie? Ook wel eens commentaar opgeschreven stukken.**

Zeker!

**I: Ja. Ja een beetje flauwe vraag,**

Het zou wel gekker zijn als je dat niet zou krijgen, want dan boeit het de mensen dus niet, hè? Als ze lezen het niet. Dat klinkt ook misschien even een klein beetje buiten de orde, maar dat we zelfde als met bezorgklachten. Maar je kan als uitgever zeggen, maar die bezorgklachten iedere week ik balen vaak. Ik vind het super fijn dat bezorgklachten bij ons worden gemeld, want dat betekent dat mensen die krant missen, hè, dat ze hem gewoon graag lezen. Dus natuurlijk wil je je bezorging op orde hebben. Laten we dat helder zijn, maar nou ja, als het dan eens misgaat en dat gebeurt gewoon in de praktijk, nou, als mensen dan de moeite nemen om te bellen om het te melden, ja, dan zeg ik, van ja, dat is eigenlijk een goed teken, want ze misten die krant. Ja ja.

**I: Ja nee dat dat geloof ik 100%. Ik denk dat het jammer zou zijn als Niemand het zou zeggen Als ik niet meer binnenkomt.**

Ook dat is dus, want ik ging weer even terug. Ik zit even te ouwehoeren en ik ging weer even terug naar vandaag bij een vraag, ik was het even kwijt. Ja, wij krijgen wel eens kritiek en dat zie je ook bijvoorbeeld onder onze artikelen op Facebook. Dat is daar natuurlijk ook net zo'n medium. Daar gaan mensen wel eens met elkaar in discussie en soms spuien ze ook kritiek richting ons. Ja, ik vind, dat mag, als het fatsoenlijk blijft, natuurlijk. Dat is op social media alleen niet altijd het geval. En we krijgen ook wel eens e-mails of ingezonden brieven van mensen die het ergens mee eens of oneens zijn. Ja, dat gebeurt en nogmaals dat vind ik alleen maar goed. Daar schrikken wij niet van en als we fouten hebben gemaakt, nou ja, dan lossen we dat op en dan passen we dat aan.

**I: Nou dan wilde ik eigenlijk verder met over het het kontakt een beetje vragen stellen. Ik had begrepen 350.000 kranten wekelijks over de gehele. Algeheel bereik.**

Ik ben altijd slecht in getallen, maar in. Die orde van grote sympathie.

**I: Ja sinds sinds hoe lang valt bijvoorbeeld zo'n zo’n zendenderstreeknieuws onder het kontakt? Weet u dat al onder het kontakt? Dat kon ik niet vinden.**

Ik denk dat dat? Komende zomer of in september? Dat weet ik eigenlijk wel zeker dat dat wij in Wij hebben die kranten overgenomen in september 2021, dus Dat is straks 3 jaar.

**I: Ja precies, oké nou dat ik, Ik heb namelijk bij zitten daarmee een beetje te kijken naar oplossingen voor de lokale journalistiek en dat het vooral eigenlijk ook de invalshoek voor deze. Voor mijn onderzoek, hè, Het is, Het gaat Natuurlijk niet al te best over het algemeen met de lokale journalistiek, maar Er zijn toch bepaalde kranten die het juist erg goed doen. En ik probeer vooral te kijken naar de oplossing van samenwerking en Ik wilde daar eigenlijk wat vragen over stellen, Omdat het van wat ik er een beetje over heb kunnen lezen. Of. Dat het Kontakt eigenlijk ook heel veel positieve voordelen geeft, een soort van samenwerking van verschillende 13 zag ik op de link staan, Maar ik. Nog een magazine. SPA.**

Wij geven magazines uit ja.

**I: precies en Ik had daar eigenlijk wat vragen over, dus hoe? Hoe bijvoorbeeld heeft een fusie. Of ik ja, Ik weet niet of het. Een fusie te. Noemen is bijvoorbeeld impact. Op de digitalisering. Is dat makkelijker dan bijvoorbeeld als 1 grote organisatie afval?** **Kleinere kranten dat te regelen.**

Het is geen fusie geweest, hoor, om jou even de achtergrond te schetsen. DPG vroeg Wegener, hè? Een van de machtigste uitgeverijen van Nederland.

Nou, ik ga niet zeggen dat ze niet meer geloofden in hun huis-aan-huis, maar het had geen prioriteit meer en zij hebben dus 3 jaar geleden destijds hun huis-aan-huis titels echt bijna allemaal afgestoten. Dus ja, die zijn door uitgevers die al in dat gebied zaten, veelal zijn die titels overgenomen. Dus het is zeker geen fusie. Het is echt een overname geweest, maar voor ons betekent dat weerhoudt dat wij twee keer zo groot werden. Dus het personeelsbestand verdubbelde, de oplage verdubbelde, het aantal titels verdubbelde. Dus ja, dat heeft best een impact op de organisatie van een relatief klein... Ja, we waren niet echt klein, hè? Want echt klein beetje als je één of twee titels hebt, maar van een relatief kleine uitgever word je al eens een middelgrote. Alleen ik denk dat wij toen 6 of 7 titels van onszelf hadden. Weet je, dat heb je de basis wel staan, dus wij hebben dat denk ik wel redelijk makkelijk kunnen handelen, waarbij wel de cultuur een aandachtspunt is.

Wij zijn een familiebedrijf. Bij een overname krijg je natuurlijk ook mensen, hè? Dat daar komen ook mensen mee. Dat is misschien nog wel het grootste punt van aandacht geweest dat je die ja, die wil je vertrouwd maken met de cultuur van ons bedrijf, terwijl ze echt een heel andere cultuur gewend waren. Ja, en ja, nou ja, dat is nog steeds wel een aandachtspunt, hè? Dus eigenlijk ga je zoeken naar de beste weg van samensmelting en zitten daar nou veel, voordelen aan. Nogmaals, we zijn niet heel veel dingen anders gaan doen, de schaalgrootte is groter geworden. Maar wij hadden, denk ik, qua ICT en dat soort dingen, hadden wij het al redelijk op de rit en het was voor ons niet zo moeilijk om de titels die erbij kwamen daar ook op aan te laten sluiten en ook bijvoorbeeld dezelfde look and feel te geven. En dat vind ik... Ik praat nu voor mezelf, dat is mij eigenlijk meegevallen, dat hele proces.

**I: Ja. En wat, wat voor, wat voor wat. Wat vond ik wel een interessante, want die net zei de voordelen hè van zo een van zo een overname voor zo een lokale krant bijvoorbeeld, heeft u daar nog wat meer voorbeelden van?**

Nou, kijk, ik denk dat het grootste voordeel heeft, dat moeten we gewoon. Daar moeten we heel. Daar moeten we heel eerlijk in zijn. Jij zei al, de uitgeverij sector heeft het best moeilijk. Een van de grote voordelen is dat het landschap nu zo is opgeschud dat je een enkele uitzondering dagen later dat je eigenlijk nog maar een lokale uitgever hebt per gemeente in Nederland. En we, hè? Dat heb ik ook allemaal de tijd meegemaakt dat er per gemeente wel twee of drie lokale kranten verschenen. Nou, geloof me, dan verdien je alle drie of alle twee gewoon helemaal niks, want die advertentiemarkt is gewoon wat afgekalfd. Die loopt al jarenlang terug. Dus door wat er is gebeurd, ik noem het maar even het opschudden van het landschap, is het nog moeten we er nog heel hard aan trekken en heel hard vol werken, maar is het wel iets rooskleuriger geworden zeg maar. En dat wordt monopolist. Dat klinkt dan zodanig, want het verschijnen natuurlijk nog steeds van allerlei andere magazines of regionale dagbladen, maar je bent wel de enige lokale krant. Dus denk ik dat dat een groot voordeel van die operatie is geweest. Hè, maar die. Je kan natuurlijk ook iets gemakkelijker dingen uitwisselen, hè? Dan dat voorbeeld van zondagavond in Nieuwegein. Nou, onze vaste redactrice die had uitgerekend nu vakantie, lagen allemaal mensen op bed met zondagavond, maar om halve maar je hebt dan altijd iemand van een andere editie die even de vinger opsteekt van 'joh, ik wil helpen'. Dat is natuurlijk wel wat makkelijker nu je pool van mensen wat groter is geworden. Ja, dus dat is wel dat. Dat geeft soms ook een reden tot zorg, hè? Want je moet met 13 edities ook altijd doordraaien. Ja, en aan de andere kant kun je wat makkelijker een beroep doen op elkaar en dat zie je ook. We hebben een soort clusters gemaakt van 3 of 4 titels en dan in vakanties collega's vervangen, vervangen die elkaar. Dus dat, ja, daar kun je dan wel weer wat synergievoordelen mee halen.

**"I: Nou ja, ik denk dat dat sowieso lijkt mij een heel mooi voordeel is het delen van middelen tussen de kranten. Als je dat voor alles zelf moet doen, dus bijvoorbeeld zelf een website opstarten of zelf een redacteur of een journalist ter plaatse hebben als er iets gebeurt. Dat kan natuurlijk nu met verdeeld makkelijker worden, lijkt mij ook.**

Ja, dat klopt, maar nogmaals doordat wij toen volgens mij 7 titels hadden. Nou, wij hebben toen ook een titel zelf verkocht, dus dat hadden wij natuurlijk eigenlijk al zo ingericht. Wel? En zo staan, hè? Daarom mag het voor ons alleen maar de titels die erbij kwamen eraan toevoegen dat dat wiel hoefden wij niet dat opnieuw uit te vinden wat we konden het inpassen in de bestaande organisatie.

**I: Ja en u had in bij een paar vragen geleden nog over de cultuur, hè? Het behoud van de cultuur op zo'n redactie kunt u daar nog wat meer toelichting aan geven.**

Nou ja, kijk, wij zijn, zeg wat ik al zei, wij zijn sowieso een familiebedrijf dat is, denk ik, toch wat anders dan wat grotere uitgeverijen met aandeelhouders waar heel erg op rendement gestuurd wordt. Natuurlijk, wat laat helder zijn wij moeten ook rendement maken wat de schoorsteen moet roken, maar ik denk dat het bij een familiebedrijf net wat meer. Ja, laat ik het woord familiair maar gebruiken. Dat er wat meer betrokkenheid is op elkaar dan bij die hele grote organisatie en dat waren de collega's die meekwamen van die titels waren dat niet gewend. Die waren die hele grote organisatie gewend, die moesten ze bijvoorbeeld ook de eindredactie doen. Ik noem maar wat aan dan. Dan woonde je in Schoonhoven, hè? Dat is echt een willekeurig voorbeeld en je moest de eindredactie doen van titels in Utrecht, Houten. Ja, waar je eigenlijk helemaal geen binding mee had en wij vinden juist belangrijk dat de journalisten die bij ons werken het liefst woonachtig zijn in de gemeente waar we verschijnen, hé, die ook gelijk weer die betrokkenheid bij die lokale gemeenschap en de bekendheid daarmee. En toevallig hebben we de eindredacteur van Zenderstreeknieuws die is eigenlijk. Die gaat met vervroegd pensioen, dus die had vorige week zijn laatste werkweek.

**I: Had ik begrepen ja.**

Nou, dan nemen we volgende week nog even officieel afscheid van hem, maar hij was nog bij de redactievergadering vorige week en hij vroeg, 'mag ik nog even wat zeggen?' Ik had hem toegesproken. Hij zegt, 'mag ik nog wat zeggen?' En toen vertelde hij ook dat hij natuurlijk intern 60 was, dus ja, hij zag het echt tegenop. Aan potverdorie, dan ben ik er redelijk op het einde van mijn loopbaan en ja, dat moet ik weer naar een andere uitgever weer wennen. En daar zegt hij terugkijkend op die afgelopen 3 jaar, vond hij het echt een warm bad. Nou, dat vond ik leuk om te horen, want dat voelt natuurlijk als een compliment. Ja, dan denk ik, daar zijn wij er toch.

Dat is wel die cultuur, zeg maar, dat net wat kleinschaliger is die betrokkenheid op elkaar. Nou ja, die en. Dat ja, ik denk dat wij dat ook bedoelen of dat ik dat ook bedoel dat we dat graag vast willen houden en dan dat je geen grote organisatie wil worden waarin de collega's van de redactie nauwelijks contact met elkaar hebben. Ook al werkt de ene in Kapelle en de andere in Tiel, zo'n groot is het gebied. Ik probeer toch dat ze met enige regelmaat naar kantoor komen, elkaar ontmoeten en ook dat is een stukje synergie, hè? Wat je met je collega's praat van 'joh, want je loopt allemaal tegen dezelfde dingen aan, van 'joh, ik had van de week dit en dat, hoe zou jij dat oplossen?' Zeg maar dat, nou dan, dan heb ik eraan wat collega's ook makkelijk kunnen vinden. We weten wie ze zijn, dat ja dat dat is echt wel een stukje cultuur ja.

**I: En de redactievergadering zou u kort even wat over Dat is dan elke week is.**

Nee hoor, nee. Kijk, dat doen we ... Ik ben niet betrokken bij de wekelijkse werkoverleggen van de kleine clusters, want die zijn zelf verantwoordelijk voor hun eigen titels. Wat ik wel doe, is dat ik een keer in de maand vergaderingen heb met de coördinatoren van de 13 titels. Daarnaast hebben we ook een plenaire redactievergadering met de hele groep, die hadden we toevallig vorige week. Die plenaire vergaderingen houden we ongeveer drie keer per jaar.

**I: Oké, en Dat is ook nog wel interessant. Hoe werkt dat precies? Maandelijks komt er dan gesprek tussen die tussen de titels en het contact dan. Hoe krijgen we geven jullie dan? Dat is Misschien wel interessant om te weten wat waar wordt daar dan over gesproken wordt dan over de inhoud wat er beter kan of.**

Ik vraag altijd, Ik heb vaak een aantal agendapunten en ik vraag van tevoren aan mijn Mensen van joh, hebben jullie punten waar je over waar je over wil spreken? Nou ja, daar maken we. Daar maken we een agenda van en vaak kijk je dan even soms komt de krant ook wel eens op tafel en die bespreken we dan met elkaar hè? Willekeurige titel van ja, wat is goed, wat kan, wat kan er beter? We zijn nu. Bezig om de layout wat te te vernieuwen. Nou, dat betrek ik aan de Mensen, ook wel bij of zij daar ideeën. Over hebben of wensen? Nou ja stel in Als we in maart. En raden we. Kijken bijvoorbeeld naar de maand april, lintjesregen en Koningsdag van nou, hoe vliegen we dat aan? Wat wat, wat verwachten we van elkaar? Dus in inderdaad dat dat soort dingen inderdaad, ja.

**I: En inhoudelijk wordt er dan wel eens iets over bijvoorbeeld gediscussieerd van ga iets minder daar op letten of ga iets meer die kant op? Inhoudelijk wordt dat wel eens besproken.**

Ja wel. Wel eens niet iedere maand hoor vaak zijn het ook wel best wel praktische zaken die aan de orde komen. Maar ik doe. Eens In de zoveel tijd die heb nu niet genoemd, maar doe ik ook? Cluster bespreking hè? Dus gaan dan voeg ik bijvoorbeeld zenderstreek IJsselstein en Woerden. Die zijn Samen clusteren. En ja, dat doe Ik denk ik 3 keer per jaar ook ofzo. Dan ga ik met die Mensen zitten en dan gaan we wel veel meer inhoudelijk praten. En dan gaat de kranten ook echt open, zeg maar ja.

**I: Nou ja, en Natuurlijk de advertenties is Natuurlijk ook niet iets wat je kan missen als ze het hebben over. Lokale journalistiek is er dan een verandering In de manier waarop adverteerders de krant benaderen nadat bijvoorbeeld bij een Kontakt wordt het tegenovergestelde. Nou bijvoorbeeld. Als je kijkt. Naar het zenderstreeknieuws, voordat ze erbij hoorden. En daarna wordt dat dan via jullie geregeld of wat is daarin veranderd met hoe adverteerders met zo'n krant omgaan?**

Ja, Dat is voor mij wel wat lastiger te beoordelen. Zou je eigenlijk mijn commerciële collega's. Moeten moeten vragen? Ja, dat geef ik lastig om om te zeggen, weet je Waarom? Omdat ik weet dat de DPG, zeg Maar de laatste 2 3 jaar niet zo hard meer gelopen heeft voor die lokale titels, dus dus die gok. Die waren niet het meest florissant, zeg maar toen wij ze overname en dat kost dus best veel tijd en energie om daarin met die ondernemers weer te interesseren. Dat is Dat is een beetje wat wat, ik hoor. Ik denk dat DPG, want op zijn dat, dat waren niet de ‘cashcows’ die liggen voor hun natuurlijk op hele andere vlakken, dus ze hebben dat een beetje laten lopen. En ja, daar hebben wij best wel bovengemiddeld last last van gehad, ja.

**I: En die die nog dan u kunt er dan Misschien niet heel veel over zeggen, maar Misschien nog wel een kleine, niet echt inhoudelijke vraag over advertenties. Wordt dat dan geregeld eigenlijk vanuit het Kontrakt dus doe je nemen jullie de advertentietaak op je op, regelt elke titel zelf de advertenties.**

Nee, Dat is er net zo goed als wij. Op iedere titel redactionele bezending hebben, is dat commercieel ook zo, dus dus aan iedere titel is een media-adviseur verbonden en die is verantwoordelijk voor zijn of haar gebied. Dat sturen wij dat vanuit de leiding aan. Maar dat wordt ingevuld door door de media-adviseur via die specifieke titel verbonden zijn.

**I: OK en zijn er ook bijvoorbeeld dan speciale of specifieke rubrieken of vaste artikels die dan verdwijnen na zo een overname, dus dat er bijvoorbeeld voor sommige dingen geen plek meer is of geen of dat dat gaat overlappen met elkaar. Of hoe werkt dat?**

Ja, dat is wel gebeurd. Je moet dan met name denken aan… Bij bijvoorbeeld DPG. Daar hadden ze inderdaad vrij veel rubrieken en ook wel columns, en daar zijn wij wat minder van, dus daar zijn er inderdaad wel de nodige van gesneuveld. Ik denk dat een groot verschil is, en daar zit ik echt weer op de relationele stoel, dat toen die huis-aan-huisbladen nog van DPG waren, die eigenlijk niet of nauwelijks nieuws mochten brengen. DPG wilde natuurlijk het nieuws in de regionale dagbladen hebben, zoals het Utrecht Nieuwsblad, AD Groene Hart, AD De Dordtenaar en AD Rivierenland. Daar hebben wij natuurlijk geen last van. Wij steken veel meer nieuwsgericht in dan DPG deed bij de huis-aan-huisbladen. Dat is ook voor de collega's die naar ons overkwamen een hele grote verandering geweest, maar een verandering die ze alleen maar leuk vinden. Journalisten willen natuurlijk nieuws maken. Dus dat waarderen ze. Maar dat is wel een verschil geweest met, nou ja, drie jaar geleden.

**I: Ja, ja, Maar dat lijkt me ook wel een groot inhoudelijk, inhoudelijk verschil dan qua hoe je dat wat je mag doen. Vrijheid van de ja.**

Ja, nee, nee, dat klopt. En nogmaals dat dat vinden ze eigenlijk ook allemaal leuk. Ja, ze zijn er, ze zijn hun werk weer leuker gaan vinden, ja.

**I: Wow Dat is. Een goed om te goed om te weten. Voor mijn onderzoek? Ja. En, is het ook jullie ambitie Als het contact dan hè om nog verder te groeien. Nog meer titels onder jullie te nemen bijvoorbeeld?**

Laat ik daarover zeggen. Inderdaad dit van wegen daar was. Het is niet zozeer een ambitie die we uitspreken van hé, Als we 3 jaar verder zijn, dan moeten we er weer 3, 4 of 5 titels bij hebben. Het is wel zo Als de mogelijkheid zich voordoet, dan sluiten we daar onze ogen niet voor. Ik denk dat dat de beste omschrijft.

**Ja oké en wat ziet u alsnog? Wat is de grootste uitdaging eigenlijk op dit moment? Nog voor het contact of de lokale kranten onder jullie?**

Je ziet dat het heel veel moeite kost om de omzet op peil te houden. Die zie je eigenlijk ieder jaar weliswaar met de kaasschaaf, maar je ziet het ieder jaar gewoon wat teruglopen, hè? Als je nu bijvoorbeeld ook in de markt kijkt, dan zie je dat heel veel MKB’ers zelf moeite hebben om het hoofd boven water te houden. Waarom? Ze moeten de coronasteun terugbetalen. Destijds zijn dat natuurlijk ook winkeliers geweest die de belasting konden uitstellen. Ja, die termijn is nu verlopen, hè? Dus eigenlijk onze adverteerders, een aanzienlijk deel daarvan, zitten echt in zwaar weer. Zij hebben het zwaar vanwege de extra financiële last die zij zelf hebben door middel van het terugbetalen van die steunregeling, hè? En dat merken wij echt, want zij kunnen dat ook maar een keer uitgeven, dus dan wordt er toch wat bezuinigd op het reclamebudget. Dus dat is op zich wel een uitdaging.

De digitalisering is een uitdaging voor ons. Het is niet meer alleen die kranten, hè? Ik word onderhand ook een oude lul, maar ik heb de tijd nog meegemaakt dat je een keer in de week met de krant verscheen. Dan maak je kopij, je werkt naar de deadline toe. Maar dat is nu natuurlijk heel anders. Ook wij willen het nieuws, hè, laat ik dat toch maar weer even teruggrijpen op Nieuwegein. Ja, dat gebeurt en ondanks dat het dan zondagavond 10.30 uur is, willen wij dat ook meteen online brengen en dat vertalen in een verdienmodel. Dat is ook een van onze grootste uitdagingen.

Online adverteren, daar liggen de prijzen gewoon aanzienlijk lager dan voor de krantenadvertenties, hè? Dus daar ligt voor ons ook echt wel een uitdaging. Ik denk ook dat uiteindelijk, wat je natuurlijk ook wel bij de dagbladen ziet, dat uiteindelijk ook de lezer... Wij hebben nu natuurlijk een model wat volledig gestoeld is op de adverteerder. De adverteerder zorgt voor onze inkomsten. Ik denk dat de tijd heel dichtbij is dat ook de lezer bij ons, en hoe we dat vorm gaan geven, dat weten we nog niet. We zijn daar zelf ook nog zoekende in. Maar ik denk dat het onoverkomelijk is dat ook de lezer daar misschien geen groter deel, maar toch een kleine bijdrage aan gaat leveren. Nieuws is niet gratis, hè? We hebben het altijd gratis weggegeven als sector, maar het is natuurlijk heel vreemd, want nieuws is niet goedkoop. Er werken hier ook gewoon mensen, dus dat is een uitdaging om daar het juiste model voor te vinden.

En hoe blijven we interessant voor jouw generatie? Jongeren die... Nou, ik zeg niet dat ze geen krant meer lezen, dat valt wel mee. Maar goed, alles gaat toch via de telefoon of de tablet. Dus hoe blijven wij interessant voor de jeugd die veel liever op Snapchat, TikTok, of Instagram zit? Dat is ook wel een breinbreker voor ons, hoor.

**I: Dat denk ik ook en Ik denk ook dat om die jongeren te bereiken, bijvoorbeeld zo een iets wat wat ik zelf meemaakte op die zondagavond is Natuurlijk, dan is in een keer is Iedereen met een lokale journalistiek. In één keer bezig voor mijn vrienden, die allemaal dat maar naar elkaar toesturen met allemaal linkjes vanuit mijn krant in Woerden of een krant die je daarover geschreven weer iets nieuws over heeft geschreven. Dus dat vond ik wel erg leuk om dan ja, Er is toch wel interesse, Maar dat is Natuurlijk, Dat is de, Dat is de lastige.**

Wat je heel vaak ziet, klinkt gek, maar dat was met onze generatie ook al zo. Dan foeteren wij wel eens dat jongeren geen krant meer lezen. Maar als ik rondkijk, hoeveel van mijn vrienden lazen toen ze 17 of 18 waren de krant? Dat begint natuurlijk weer toe te nemen op het moment dat je een gezin gaat stichten. Als je kinderen krijgt, dan wordt die omgeving weer belangrijker. Wat is er te doen, hoe zit het met de school, de sportclub? Noem maar op. Het verschil tussen mijn tijd en jullie tijd is dat wij nog met die krant zijn opgegroeid en jouw generatie natuurlijk al niet meer. Je leest het nieuws wel, maar je haalt dat lang niet altijd meer uit de papieren krant. Dus ja, dat zijn echt een aantal grote uitdagingen voor ons als sector.

**I: Maar ja, Ik denk ik zoals het nu klinkt ik, Ik heb er vertrouwen in dat jullie daar goed mee bezig zijn.**