

De Journalist

Magazine van de VVJ

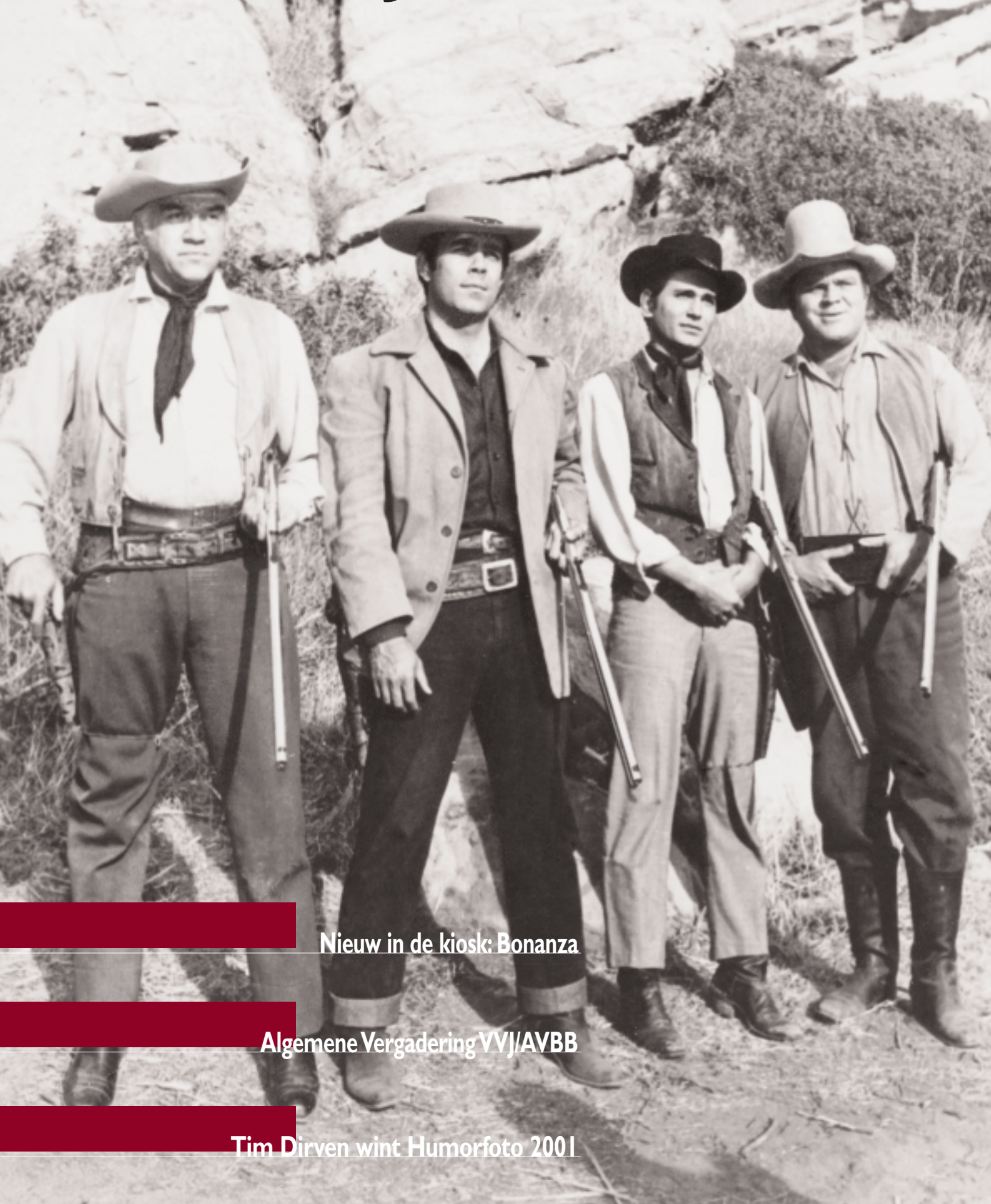
België-Belgique

P.B.

8900 IEPER 1

3/8136

Afgiftelokantoor Ieper



Nieuw in de kiosk: Bonanza

Algemene Vergadering VVJ/AVBB

Tim Dirven wint Humorfoto 2001

Actueel

- Over de Pravda en stalinisme in de Vlaamse media **4**
Spoorloos?
Word (opnieuw) lid van de VVJ/AVBB!

Nieuws uit de verenigingen

- Algemene vergaderingen van de VVJ en de AVBB **5**

Dossier: Weekbladen

- Ruitvormig was geen optie **6**
Ik ben hier de alleroudste **7**
Geen 'light Knack' bij RUG
Met 70.000 exemplaren kunnen ze Bonanza niet betalen
Pa Cartwright, Adam, Hoss en Little Joe
Woestijnvis is niet meer dan een gewoon mediabedrijf met torenhoge ambities **8**
En wat gebeurde er met ...? **9**

Forum

- Gewoon ons werk doen **10-11**

Actueel

- Deontologie verbiedt werken voor Vlaams Blok niet **12**

Onder Embargo

12

Mens achter het nieuws

- Leo Bonte: 'Bonanza', dat is goed voor de journalisten **13**

Nieuws uit de verenigingen

- Humorfoto 2001 **14**
Nikon Award 2000
Erkende persfotografen in 2000
Erkende journalisten in 2000

Foto: Doc RUG



De jongens van Bonanza worden fel besproken.

Magazine van de Vlaamse
Vereniging van
beroepsJournalisten

2de jaargang
30 januari 2001, nummer 25
Verschijnt veertiendaags

Redactieraad

Laurent Coppens
Pol Deltour
Farid El Mabrouk
Wout Pittoors
Luc Standaert
Luc Vanheerentals

Redactie en coördinatie

Ann Deceunynck
Antwerps pershuis
Grote Markt 40
2000 Antwerpen
Tel. 03/290 63 73
Fax 03/232 21 30
de.journalist@pandora.be
ann.deceunynck@euronet.be

Abonnementen

Lisbeth Moons
Vlaamse Vereniging van
BeroepsJournalisten
Steenkoolkaai 9 b
1000 Brussel
Tel. 02/229.14.70
Fax 02/223.02.72
vj@belgian-journalist.be

Abonnementsprijs:

3.200,- Bef per jaar
1.500,- Bef per jaar voor leden van de
Association des Journalistes Profes-
sionelles (A.J.P.), Vereniging van de
Journalisten van de Periodieke pers
(V.J.P.P.) en studenten.

Vormgeving

Prepress Publiwest
Jo Klaps

Publiciteitsregie:

Media Selling Place BVBA
Lambermontlaan 170
1030 Brussel
Tel 02/241 55 55
Fax 02/241 55 33
media.selling@euronet.be

Drukkerij

Publiwest N.V.
Drukkerij Sansen
Nijverheidslaan 5
8970 Poperinge
Tel. 057/33 67 21
Fax 057/33 40 18



Lid van de Unie van Uitgevers van de
Periodieke Pers



VLAAMSE
VERENIGING VAN
BEROEPSJOURNALISTEN

Van de redactie

USP

Unique Selling Point. De geldende marketingtheorie is redelijk simpel te vatten. Als magazine moet je je eigen Unique Selling Point nauwkeurig bepalen. Het terrein waarop je zelf het beste bent. Daar moet je redactionele kracht op zetten.

Wil je een TV-blad maken, zijn dat in wezen de TV-programma's, en wat daarmee samenhangt. Maak je een mannenblad, dan zijn weinig verhullende vrouwen cruciaal in het concept. Liefst nog bekende vrouwen. Maak je een vrouwenblad, dan draait alles om het verpakken van items 'die de vrouwen aanbelangen'. Er zijn ook culinaire magazines, reismagazines en allerlei 'nicheproducten'. De meeste hebben een traditie sedert decennia.

Vooral de markt van de TV-bladen en mannenbladen komt de jongste tijd terecht in woelige wateren. Mediaxis staat open en bloot in het uitstalraam. De hoogste bidder - wordt het er één of zal de koek verdeeld worden? - zal het halen. Roularta heeft zopas Telepro uit de markt gehaald en Knack meer adem ingeblazen. De Vrije Pers verscheen en verschijnt. Na P-Magazine volgden Che en de overname van Teek. Zeer binnenkort komt daar ook een vrouwenblad bij.

Maar vooral de ruim op voorhand aangekondigde komst van een 'Woestijnvis-blad' hield de redacties maandenlang in angstige spanning. En dat niet alleen vanwege de 'Midas'-reputatie van de Woestijnvis, die alles wat ze aanraken in goud veranderen. Neen, de jongens van wat uiteindelijk 'Bonanza' bleek te heten, maakten als ruiters van de apocalyps een ware plundertocht langs een aantal redacties, en veroorzaakten daarmee op meer dan één plaats een ongeprogrammeerde loonronde. De zucht van verlichting toen het 'nieuw fijn weekblad' in de winkels lag, was des te beter hoorbaar.

NV De Duinen is een product van zijn tijd. Een zeer jonge ploeg. Wouter Vandenhoute aan de top. Gevolgd door Rick Tubbax. Voor de affiche geholpen door de audiovisuele wonderboys Tom Lenaerts en Bart De Pauw. In hun zog een twintigtal journalisten - van wie velen met naam en faam. Creativiteit is hun inbrengwaarde. Deze beloftevolle cast verdient zeker kansen. Bonanza wil goede journalistiek brengen. Wie niet? En het mag iets kosten. Het geld van Woestijnvis mag rollen. NV De Duinen wordt - niet onbelangrijk - geruggesteund door de VUM.

Het 'in de markt plaatsen' van een dergelijk magazine kost volgens mensen die het kunnen weten ten minste 500 miljoen. Het nummer 1 van Bonanza was uitverkocht. Maar de echte test komt met nummer 2, nummer 3, nummer 4 ... De reclamemarkt moet in het mediasprookje dat Bonanza heet, geloven. Die mate van geloofsovertuiging wordt berekend op basis van CIM-cijfers. Hoe zal het Unique Selling Point van Bonanza die CIM-cijfers beïnvloeden? En, wat is het Unique Selling Point van Bonanza eigenlijk?

Ann Deceunynck



foto: Johan Van Cutsem

Over de Pravda en stalinisme in de Vlaamse media

Farid El Mabrouk

De pax media is niet meer. Niet enkel in de sector van de weekbladen wordt momenteel oorlogstaal gesproken. Ook in de televisiewereld staan de protagonisten met getrokken messen tegenover elkaar. Niet echt nieuw, zult u zeggen. Inderdaad, maar wanneer u de verwijten leest die de bonzen van VT4, VRT, VMM en TV2000 elkaar naar het hoofd slingeren in een gezamenlijk interview met het vakblad voor communicatie en management PUB zult u begrijpen dat de vredespijp voor een hele poos opgeborgen blijft. Hoofdrospelers in de scheldpartij zijn Eric Claeys (Vlaamse Media Maatschappij), Christina von Wackerbarth (VRT), Carlo Gepts (VT4) en Roland Lommé (TV2000). Onderwerp van het gekibbel: de gevaren van een te grote macht van één mediagroep en de misbruiken die daar uit voortvloeien. En de heren en dames zijn niet te beroerd om ook concrete voorbeelden naar voren te schuiven: VTM die "reclame" maakt voor aandeelhouder Roularta wanneer die naar de beurs trekt, VT4 die wordt doodgezwegen door Humo zolang de uitgever van het blad nog aandelen heeft in VTM, de openbare omroep die van het radiomonopolie misbruik maakt om reclame te maken voor zijn tv-programma's en spots weigert van commerciële concurrenten, redacteurs bij De Morgen die hun artikels eerst aan de directie moeten voorleggen vooraleer ze kunnen gepubliceerd worden, hoofdredacteurs die moeten zwijgen over de situatie of ze vlie-

gen aan de deur, ... Volgens de vier televisiebazen is het allemaal geen journalistieke fictie. Gepts en Lommé sluiten een alliantie om een regelrechte aanval te lanceren op VMM-topman Claeys en waarschuwen voor het gevaar voor de democratie indien De Persgroep en Roularta - de twee aandeelhouders van VTM - nu ook nog de Tijd overnemen. Dan komt de pluriformiteit van de media in het gedrang, luidt het. "De overheid moet daar ingrijpen, anders kan je evengoed het stalinisme installeren", werpt Gepts op. Lommé haalt nog scherper uit: "Wat er vandaag gebeurt in Vlaanderen is in Frankrijk, Duitsland, de VS, overal in de beschaafde wereld verboden". Een verbolgen Claeys ontkent de aantijgingen en benadrukt dat de redactionele onafhankelijkheid in zijn mediagroep gegarandeerd is. "Voor het commercieel aspect kan ik alleen beklemtonen dat onze aandeelhouders voor het cross-media-ownership hebben betaald en gewerkt. Normen op het vlak van de mededinging moeten daar alles in goede banen houden", stelt de VMM-topman. Gepts en Lommé zijn echter niet te vermurwen. Zij hebben naar eigen zeggen al een dossier klaar liggen voor het geval de VMM het commercieel radiomonopolie krijgt. "Dat kan dus niet. Anders eindigen we met de Pravda", eindigt Lommé het geanimeerde interview.

Wordt zeker vervolgd.

Spoorloos ?

Het secretariaat van onze beroepsvereniging maakte een lijstje van de leden die blijkbaar van adres veranderden zonder hun spoor na te laten. Kunnen zijzelf, mochten ze dit lezen, of collega's die er meer over weten, ons een seintje geven over het nieuwe adres van deze betrokkenen ? Onze dank voor uw medewerking.

Lieve Blancaquart (N 1887) - Edwin Ceulebroeck - Elisabeth Coymans - Geert De Clercq - Paul Dewulf - Dirk Goossens - Wilfried Mostinckx - Johan Primusz - Stijn Van der Veken - Stephan Vanfleteren - Koen Verplancke - Kristin Wintmolders.

Word (opnieuw) lid van de VVJ/AVBB !

In 'De Journalist' (nr. 21) kon u onze eerste oproep tot hernieuwing van uw lidmaatschap bij de VVJ voor 2001 vinden. Pro memorie volgen hieronder nog eens de (onveranderd gebleven) bedragen.

LEDEN	Redacteurs	Foto- en filmjournalisten
Beroepsjournalisten en actief gepensioneerden	3.500,- F	4.500,- F (incl. sportperskaart)
Stagiairs	2.500,- F	3.500,- F (incl. sportperskaart)
Ereleden	2.000,- F	2.000,- F
NIET-LEDEN	validatievignet perskaart	validatievignet autopersplaat
	575,- F	975,- F

Betalen kan op rekening nr. 210-0319706-46 van de VVJ, dit met vermelding van uw erkenningsnummer (N..... of NS.....).

- Stagiairs die hun stagiairperskaart voor het jaar 2001 wensen, moeten aansluiten bij de VVJ. Zij dienen tevens een vragenlijst in te vullen (zie De Journalist nr. 21 of anders te verkrijgen op het secretariaat) en deze samen met een pasfoto (twee foto's voor de stagiairs van de foto- en filmers) ten spoedigste naar ons adres terug te sturen.

U doet er goed aan zo snel mogelijk te reageren, zodat we u spoedig uw persdocumenten, lidkaart, reductiekaart bij de NMBS en/of validatievignetten kunnen bezorgen.

Voor alle bijkomende vragen is ons secretariaat elke dag telefonisch bereikbaar van 10 tot 12.30 u en van 14 tot 16 uur.
Tel. 02/229.14.70
Fax 02/223.02.72

Nieuws uit de verenigingen

Algemene vergaderingen van de VVJ en de AVBB

Oproeping

Alle leden van de VVJ/AVBB (die het lidgeld voor 2001 hebben betaald) zijn hartelijk welkom op de eerstvolgende Algemene Vergadering van beide verenigingen, op zaterdag 24 februari e.k. om 10 uur in de lokalen van het Sociaal Fonds voor de Non-Profitsector, gelegen Handelskaai 48 te 1000 Brussel (ligt op 200 meter van het Journalistenhuis, in het verlengde van de Steenkoolkaai vlakbij het IJzerplein).

Stemgerechtigd zijn: de leden die erkend zijn als beroepsjournalist of als stagiair. De oud-leden en de ereleden kunnen deelnemen aan de A.V. maar hebben geen stemrecht.

OP DE AGENDA VAN DE A.V. VAN DE VVJ (vanaf 10 uur)

1. Activiteitenverslag van de voorzitter
2. Verslag van de secretaris-penningmeester over de rekeningen en begroting
3. Verkiezingen
 - van een secretaris-penningmeester
 - van een vertegenwoordiger van de afdeling Brussel-Brabant
4. Oprichting van een Raad voor de Journalistiek: stand van zaken
5. Bespreking eventuele aanpassing lidgeld
6. Varia

Kandidaturen moeten voor 15 februari 2001 ingediend worden bij het Algemeen Secretariaat van de VVJ per brief of fax. Enkel leden die erkend beroepsjournalist zijn, zijn verkiesbaar (stagiairs dus niet).

OP DE AGENDA VAN DE A.V. VAN DE AVBB (na afloop van de A.V. van de VVJ)

1. Activiteitenverslag van de voorzitter
2. Verslag van de secretaris/penningmeester over rekeningen en begroting
3. Activiteitenverslag van de Raad voor Deontologie door de voorzitter
4. Plan voor een IPC in de Résidence Palace
5. Ontwerp van samenwerkingsakkoord met de vakbonden
6. Varia

VOLMACHT (maximaal vijf per aanwezig lid !)

Ondergetekende,

lid van de VVJ/AVBB met nummer N / NS

geeft volmacht aan

om in zijn/haar naam deel te nemen aan de stemmingen op de algemene vergaderingen van de VVJ en de AVBB van 24 februari 2001.

Ruitvormig was geen optie

Hij was er het hart van in. Stijn Meuris en zijn collega's op de redactie van Bonanza hadden het wel een beetje anders verhoopt. 'Ze schieten ons af. Wat hadden ze dan verwacht? Wij maken gewoon een boekje: dat bestaat uit letters, foto's en tekeningen. En het is rechthoekig. Wie rond had verwacht, had het verkeerd voor. En ruitvormig was ook geen optie. Heel die heisa, al dat speculeren wordt veroorzaakt door het feit dat wij nu eenmaal in de media zitten. Als wij voor een groentenwinkel gekozen hadden, was al die opwinding er niet bij nodig geweest. Dan waren wij gewoon de eerste dag gestart met het opentrekken van de etalage.'

Ann Deceunynck

'Is het dat maar?', was op maandag 22 januari op zowat alle redacties de veel gehoorde verzuchting, eerder opluchting nog. Zelden of nooit werden zoveel kolommen gevuld met bespiegelingen over het eigen schrijf-wereldje. Voor één keer stonden niet de zenders in de belangstelling, maar waren het de ... weekblad-redacties.

Dat alles omdat NV De Duinen, opgericht met het geld van de jongens (en meisjes) van Woestijnvis, het heeft gepresteerd de magazine markt te komen verstoren met 'Bonanza'. Steeds waren Medixis, Roularta en Sparta de grote tenoren. De jongste tijd manifesteerde De Vrije Pers zich stevig. Hangen er vanaf nu nieuwe, dreigende wolken boven de hemel van de leescijfers?

Nagenoeg alle Vlaamse redacties moesten er de afgelopen maanden of weken aan geloven. Hier en daar werden koppen gesneld, meer dan de achterblijvende collega's lief was. Mochten zij hun vertrekkende collega hartelijk uitwuiwen? Of moesten ze hun stiekeme afgunst verbergen voor diegene die geroepen was tot die onbekende, grote (?) uitdaging?

Op 22 januari was het zover. Bonanza lag in de winkel.

Bij Humo hadden ze het diezelfde middag al duidelijk gezien.

'Bonanza kan aan de TV-pagina's van Humo zelfs niet tippen'.

Om nog maar te zwijgen van het vernieuwde TV-katern dat de lezer precies vanaf vorige week in Humo mocht verwachten. 'Neen', klinkt het nog op de Humo-redactie, 'de paniek was hier medio vorig jaar veel groter. Toen geraakte de sfeer hier totaal verzuurd. Sedert Jörgen Oosterwaal en Mark Schaevers mee het heft in handen namen, is de rust weergekeerd. Naar Bonanza toe heeft de redactie niets speciaals ondernomen. Er wordt hier trouwens zelden gezegd hoe we moeten werken. Geen redactionele bijsturing. We werken hier gewoon verder zoals we bezig zijn.

Promotioneel werd er deze week wel iets georganiseerd. Die rode neuzen. Maar frontaal aanvallen is niet onze bedoeling.' 'Wat ik zelf vind van Bonanza? De BV's worden nog maar eens op een hoger schavotje geplaatst. Veel tekstjes met korte vraagjes en korte antwoordjes. Wij hadden gevreesd dat het zoiets zou worden als de 12 Werken. Dat is blijkbaar helemaal niet zo.'

Mark Schaevers, deel van de Humo hoofdredactie, maakt zich sterk dat "hij zijn best zou doen om dat blad er ook nog bij te lezen." "Eigenlijk zien we heel duidelijk waar Bonanza vandaan komt. Van enkele mensen van deze redactie. Persoonlijk schrok ik dat het zo dicht bij Humo aanleunt. Op zes maanden hadden ze iets meer kunnen evolueren. Als je merkt dat ze je blad kopiëren, kan jezelf versterken de enige boodschap zijn". Ook bij Knack was de redactie niet uit het lood geslagen. Op de TV-redactie blijven ze gewoon hun uitzette koers varen. 'In maart 2000 hebben wij o.l.v. Patrick Duynslaegher een vernieuwd concept uitgewerkt. Meer film, entertainment, radio en televisie. We hebben specialisten aan huis voor bijvoorbeeld toneel en muziek. Neen, we doen gewoon verder'. Ook directeur Hubert Van Humbeeck deelde, sec en beknopt, die



Bonanza: een gloednieuwe weekblad-redactie

Foto: Johan Van Cutsem

Dossier Weekbladen

mening. 'Wij zijn en blijven een nieuwsmagazine, dat het voorbije jaar flink werd uitgebreid. Waarom zouden wij nu iets veranderen? En neen, in Knack besteden wij ook geen aandacht aan de komst van een nieuw blad. Waarom zouden we?'

Bij Dag Allemaal voelden ze zich ook niet in hun wiek geschoten. 'Een schok? Is er dan iets gebeurd? Bonanza is helemaal niet gericht op ons publiek. Wij schrijven over mensen. Zij hebben niet diezelfde human touch als uitgangspunt. Wij schrijven toch ook niet over het leder van een voetbal. Bonanza zit ergens tussen Humo en Knack. Maar ze missen wel humor. Ik vind hun lay-out ook niet mooi, en hun TV-programma's vallen tegen. Enfin, het is wat het is. Het is wel gedrukt op mooi papier en zit technisch goed

ineen. Maar het is dan wel weer duur. 75 Bcf. is veel. Humo kost er 70, Dag Allemaal maar 60. Hier op de redactie waren we gerustgesteld toen we het zagen.'

Jan Vandewijngaerden, directievoorzitter van de hele Mediaxis-stal, ligt ook niet meteen wakker van de nieuwe concurrent. 'Met Mediaxis hebben wij een duidelijke koers uitgezet. We hebben een sterk plan dat al gedeeltelijk uitgevoerd is, het overige gedeelte zal ook tot na de komma worden uitgevoerd - precies zoals het voorzien is. Het zou trouwens totaal fout zijn in functie van een concurrent te reageren, zeker na één nummer. We moeten minstens enkele nummers toekijken, en afwachten hoe de lezer zal reageren.'

Rick Tubbax: Ik ben hier de alleroudste

Rick Tubbax is verantwoordelijke uitgever van Bonanza



Foto: Johan Van Cutsem

'De gemiddelde leeftijd bij Bonanza is 29 jaar. Ik ben als 41-jarige de oudste van heel het bedrijf. En de jongste is een lay-outster van 22. We werken hier dus met een héél erg jonge ploeg, en creativiteit is het enige wat we hebben. Maar ik heb het gevoel dat we er niet verlegen over hoeven te zijn. Wij willen een goed journalistiek product maken, en we investeren in de kwaliteit van papier en lay-out.

In juni 2000 zijn we beginnen denken, in augustus is de redactie gestart. We hebben twee maanden proefgedraaid. En nulnummers gemaakt. De redactie is steeds verder aangegroeid. Nu zijn we hier met negentien op de redactie. Plus vier lay-outers, en een vaste huisfotograaf. Natuurlijk komt daar nog een hoop administratief personeel bij.'

Geen 'light Knack' bij RUG

Bij de RUG wordt ook al geruime tijd gebroed op uitgaven in de magazinebranche. Marc Vangeel, afgevaardigd-bestuurder, licht toe dat er in 2001 inderdaad concrete plannen zijn 'al is het dan op de markt van nichemagazines'. 'Ik heb een aantal dingen in mijn hoofd, maar veel concreets kan ik daar nog niet over zeggen. Mensen als Christine Ooms, Koen De Buck en ook Lex Moolenaar hebben ervaring in die branche en zullen zeker bij de uitvoering betrokken worden'. 'Als er zich iets aanbiedt, zullen zij daarop ingaan. Dat kan in

een minderheids- of meerderheidsparticipatie zijn. Zo hebben we een participatie van 26 % gekocht in de aandelen van Book & Media Publishing, de uitgeverij die gespaard bleef uit het faillissement van Continental Printing. Het bekendste maandblad van deze uitgeverij is *Ambiance*. Wij deden dit omdat wij geloven in wat BMP bezig is. 'Nog even dit. Het gerucht dat wij op de markt zouden komen met een soort 'light Knack' klopt helemaal niet. Waar een ander sterk in is, daar plaatsen wij niets tegenover.' (AD)

Rob Jans: Met 75.000 exemplaren kunnen ze Bonanza niet betalen

*Rob Jans is hoofdredacteur en v.u. van *Expres**



Foto: Wouters en Fasseur

'Wat ik van Bonanza vind? Wij zijn zelf sneller geweest en hebben begin januari een aantal vernieuwingen doorgevoerd. De naam *TV Expres* werd gewoon *Expres*. We zijn dikker geworden, maar wat kleiner. We richten ons niet meer uitsluitend op TV-programma's, maar hebben ons blikveld verruimd. Echte actualiteit kan niet in een weekblad, maar achtergrondverhalen willen we wel brengen.

'Het eerste nummer van Bonanza zit goed ineen, al

herken ik er niets van. *Woestijnvis* in 220 pagina's uitgeven op luxueus papier, is duur. Ze mikken op 75.000 exemplaren. Met de inkomsten daarvan kunnen ze dat blad helemaal niet betalen.

Ik wil het nog zien evolueren. De magazinemarkt zit vrij vol. De jongste jaren beweegt daar nog nauwelijks wat. Of ze erin zullen slagen overall véél weg te kapen, lijkt maar de vraag.'

Woestijnvis is niet meer dan gewoon media-bedrijf met torenhoge ambities

Geslaagd. Dat is de conclusie van de lancering van Bonanza. Niet alleen wilde de lezer een exemplaar van het nieuwe tijdschrift maar ook het Vlaamse bedrijfsleven wilde nadrukkelijk aanwezig zijn in het eerste nummer van Woestijnvis. Ongeveer veertig advertenties vulden het 210 pagina's dikke nummer. Niet alleen bij Woestijnvis zelf maar ook bij reclameregies en andere waarnemers wordt dergelijke publiciteitstoestroom als voortreffelijk bestempeld. Bart De Pauw (nee, een andere!), adjunct-algemeen directeur van de Belgische reclameregiovestiging Optimum Media Direction Worldwide (OMD) stelt vast dat de adverteerders vertrouwen hebben in het nieuwe blad. "De initiatiefnemers van Bonanza worden als een trouwe partner beschouwd."

Laurent Coppens

Of de inkomsten in de toekomst even hard zullen blijven binnenstromen, is koffiedik kijken. Bij een eerste nummer zijn er altijd heel wat sympathie-aankopen. Terwijl er van het eerste nummer 200.000 exemplaren over de toonbank gingen, stelt Bonanza in het eerste jaar een verkoop van 80.000 exemplaren voorop. "Bonanza zal hoogstwaarschijnlijk week na week zijn lezers met behulp van haar cover lokken", vertelt Bart De Pauw van OMD. Hij denkt niet dat Bonanza aan de verkoopcijfers van Knack, Humo en Dag Allemaal zal knagen. "Bonanza positioneert zichzelf wel graag tussen Humo en Knack. Maar dat moet eerder als een marketingstrategie worden gezien. Het oogt altijd beter om zich aan de trein van de kwaliteitsbladen te koppelen", weet De Pauw die vervolgt. "Bonanza zal het vooral (moeten) hebben van het vertrouwensvolle merk 'Woestijnvis'. Voornamelijk de magazines die bij de wekelijkse aankoop tot de secundaire keuze behoren, zullen het moeilijk krijgen. Een Humo en Knack beschouwen wij als eerste keus."

KRUISBESTUIVING

De magazines hebben het op het vlak van de publiciteit niet onder de markt. Als we de pagina's gedrukte publiciteit over ruim tien jaar bekijken, stellen we een daling van meer dan vijftig procent vast. In 1987 palmde de reamedruk in magazines nog 33% in. Met de komst van VTM en de toelating van reclame op de VRT daalde het marktaandeel tot 23%. Nu moeten de magazines zich met 14% van de koek tevreden stellen. Ook hier zal het merk 'Woestijnvis' een cruciale rol spelen. "Woestijnvis wordt als sexy ervaren. Het komt er dan ook op aan om Bonanza voortdurend aan Woestijnvis te koppelen. Bonanza zal het dan ook niet nalaten om in het magazine gebruik te maken van de producties van Woestijnvis. Of moeten we spreken van misbruik maken? En anderzijds zal via de producties van Woestijnvis, ook al is het indirect, de nodige merkbekendheid en de daaruit voortvloeiende merksympathie voor Bonanza worden bewerkstelligd", meent Bart De Pauw van OMD. Die mogelijke kruisbestuiving deed al bij velen, vooral in de politieke wereld en in de mediawereld de wenkbrauwen fronsen. Mocht de VRT een zender met louter privé-middelen zijn, dan zou hoogstens een -niet onbelangrijk- nieuw ethisch probleem aan de orde zijn. Maar dat ligt natuurlijk anders bij de VRT die bij de gratie van de belastingsbeta-

ler fungeert. Een problematiek waarover al veel werd gezegd en geschreven. Net voor de start van Bonanza verklaarde mediaminister Van Mechelen dat Woestijnvis in zijn producties op de VRT op geen enkele manier allusie mag maken op het nieuwe blad. Vooral het exclusiviteitscontract tussen Woestijnvis en de VRT en de daaraan gekoppelde vermeende te hoge facturen voor de VRT deden al heel wat stof opwaaien. Alhoewel zowel van beide kanten uit wordt verklaard dat wordt gewerkt aan marktconforme prijzen, blijven de exacte factuurprijzen een goedbewaard geheim. Zelfs de Raad van Bestuur van de VRT beschikt niet over die prijzen. "Omwille van concurrentiële redenen zijn dergelijke contracten enkel bij de directie van de VRT bekend", verklaart VRT-woordvoerder Luc Van der Borghet die verwijst naar het mediadecreet. Alhoewel dat decreet inderdaad uitgaat van een minimalistisch takenpakket voor de Raad van Bestuur is die Raad toch bevoegd voor het 'opmaken van de inventaris en de jaarrekening met de balans, de resultatenrekening en de toelichting alsook het opstellen van het jaarverslag'. Ook Woestijnvis geeft die prijzen niet vrij. Het productiehuis blinkt niet uit in het verstrekken van financiële



Dossier Weekbladen

informatie: in de erg laat neergelegde jaarrekeningen van 1998 en '99 worden geen omzetcijfers bekendgemaakt, over de kapitaalsinbreng van de VUM in de moedervennootschap was de financiële informatie summier en over het businessplan van Bonanza wordt weinig vrij gegeven. Dat kadert blijkbaar in een weloverwogen strategie van het bedrijf. Achter de zichtbare wereld van de nonchalance, de creativiteit, zijn ding kunnen doen, een eigenzinnige bedrijfscultuur gaat een onderneming schuil die de markteconomische principes hoog in zijn vaandel draagt. Woestijnvis is al lang meer dan louter een productiehuis dat enkele succesvolle programma's aan de VRT exclusief aanbiedt. Om het geheel van de activiteiten te kunnen stroomlijnen werd een moedervennootschap (De Vijver) opgericht met drie dochters: voor de tv-producties (Woestijnvis), het tijdschrift (De Duinen) en voor het verkopen van de tv-formats in het buitenland (TTI). En het bedrijf heeft nog heel wat in zijn mars. "Vooraleer we het beseffen, is Vlaanderen een nieuwe mediareus rijk", liet een mediawaarnemer zich ontvallen.

De tv-productiepoet Woestijnvis boert goed. Met een aanvankelijke omzet van iets boven de 200 miljoen frank tot een klein half miljard frank in het derde boekjaar en een winstgroei van 4,610 miljoen in het eerste boekjaar tot 33 miljoen in het vorige boekjaar, wrijven ze zich in de handen. Om de tv-productiepoet veilig te stel-

len werd met het tijdschrift begonnen. Op die manier boort Wouter Vandenhoute, die de zakelijke belangen van het geheel voor zijn rekening neemt, een nieuwe inkomstenbron aan. In het andere geval zou de druk op de producties om meer winst te produceren en dus meer volume te draaien en minder kwaliteit te leveren alsmaar toenemen. Bonanza is dan ook veel meer dan een groepje creatievelingen die het leuk vinden om een 'boekske' op de markt te brengen. En om dat 'boekske' op de markt te kunnen brengen, werden namen aangetrokken, zoals de voormalige directeur bij de Persgroep Koen Strobbe. Dergelijke namen wekken vertrouwen bij de adverteerders. En terwijl bladen als Knack, Humo en Dag Allemaal vrezden een deel van de lezersmarkt te zullen verliezen, dachten ze bij Bonanza aan een concept dat andere lezers zou aantrekken zonder dat de andere bladen fors zouden achteruitgaan. Dergelijke strategie is immers veel meer lonend op korte termijn. En wie denkt dat de ambities van Vandenhoute, Lenaerts en Watté -de aandeelhouders van De Vijver, samen met de VUM- bekoeld zijn, heeft het verkeerd voor. Een radiofrequentie, een eigen tv-zender, samenwerking met andere binnenlandse televisiezenders indien de VRT te weinig lonend mocht worden in de toekomst, het behoort allemaal tot de mogelijkheden. Of om het op zijn 'Woestijnvisses' te zeggen: als we er goesting in krijgen...!

En wat gebeurde er met ... ?

Als we de respectieve hoofdredacteuren mogen geloven, doen Ché, Menzo en ook Grande het allemaal zeer goed tot schitterend. Deze nog piepjonge bladen kregen enkele maanden geleden eveneens een opgemerkte start mee.

Alain Grootaers is een uitermate tevreden man. De verkoop van Ché werd op voorhand ingeschat op 25.000 exemplaren. Het blad haalt er in werkelijkheid gemiddeld 48.000. Van het laatste nummer gingen er zelfs iets méér dan 50.000 exemplaren over de toonbank.

Grootaers kan er meteen aan toevoegen dat De Vrije Pers binnenkort het beloofde vrouwenblad zal lanceren. Eind maart, begin april, zal het worden. Een naam is er nog niet. Grootaers, die zelf nog maar eens hoofdredacteur wordt, verzamelt momenteel zijn redactieleden rondom zich. Twaalf tot vijftien vasten zullen bijgestaan worden door losse medewerkers. Het 'vrouwenblad' zal ook actualiteitsthema's aansnijden en reportages brengen. Het blad mikt op een lezerspubliek van jonge actieve vrouwen tussen 20 en 40 'of zij die zich zo voelen'. 'Het ietwat betere publiek dat zowel lichamelijk als geestelijk Flair ontgroeid is en zich nog niet bevindt in het Libelle-stadium'. Tom Van Noten, voorheen art director bij Libelle en andere Medixaxis-bladen, zal de look van het nieuwe magazine

bepalen.

Ook bij Menzo is Frank Buyse zeer tevreden. 'Menzo is in blakende gezondheid. Niet alleen amuseren wij ons goed, we zijn ook cijfermatig héél ver boven alle verwachtingen uitgestegen. Mede dankzij de goeie lancering halen we een gemiddelde oplage van ongeveer 40.000 exemplaren. Van het redactiewerk zijn intussen, pas nu eigenlijk, de scherpste kantjes afgerond. Het hectische begin is voorbij. Alle reacties zijn zeer positief. Wij hebben zelf nooit gezegd dat we de best verkopende wilden worden, wél de mooiste.'

Bij Grande ook al geen klachten. Koen Van Wichelen weet met enige trots te zeggen dat zijn reportage-magazine zonder twijfel een eigen plekje op de gezochte markt veroverd heeft. 'Grande heeft een ander concept dan de klassieke, dure reismagazines'. Zopas werd een akkoord voor maandelijkse inhoudelijke samenwerking ondertekend met Magnum. 'We hadden voorzien dat er van de eerste zes nummers telkens 20.000 verkocht zouden worden. Het eerste nummer haalde er 20.500, het tweede net 20.000 en het derde 23.000. Met de zomer 2001 in aantocht, zouden het er 25.000 moeten worden'.

(AD)

Pa Cartwright, Adam, Hoss en Little Joe

'Bonanza' is, volgens Van Daele, een 'succesvolle bedrijvigheid die iemand in korte tijd rijk maakt'. Wat hebben Bruno Wyndaele, Jan Antonissen, Eric Goens, Kris Hoflack, Luc Kempen en Steven Somers gemeen met pa Cartwright, Adam, Hoss en Little Joe? De legendarische TV-westernreeks, één van de langst lopende reeksen ooit vertoond, startte op NBC in 1959 en veroverde in de loop der zestiger jaren wereldwijd de harten van 350 tot 400 miljoen kijkers. Belgische kijkcijfers van de reeks zijn niet voorhanden. De BRT begon pas in 1968 met de registratie daarvan. Op 19 april 1963 was

Lorne Green te gast in het Pershuis te Brussel. Ben Cartwright liet zich daar ontvallen dat 'een feuilleton maken een mooi ding is, maar een verschrikkelijk werk. Wij doen ons best en dragen er steeds zorg voor dat er spijs de geweldscènes ten slotte toch een goed zedelesje aan vastzit'.

In datzelfde jaar blokletterde Humoradio in zijn kolommen 'Grote gebeurtenissen op til op de Ponderosa', waarmee de toenmalige film- en televisiepers zich unaniem stortte op de eerste Bonanza-rel.

(AD)

Gewoon ons werk doen

Vooraleer een recept voor de journalistieke omgang met extreem-rechts kan worden uitgewerkt, is het nodig om over een aantal uitgangspunten na te denken. Een paar ideeën.

Marc Reynebeau
redacteur Knack



Foto: Johan Van Cutsem

Marc Reynebeau

de 'vaudeville' in Vilvoorde. En de media trappen daar doorgaans nog in ook, waardoor ze de objectieve - en onontbeerlijke - bondgenoten van het Blok worden. Iets meer voorzichtigheid ware toch gewenst, al was het maar omdat journalisten zich voor niemands politieke spelletjes horen te lenen.

Door de aard van zijn programma stelt zich met het Blok een extra probleem. Natuurlijk moeten journalisten zich niet laten leiden door privé-voor- of afkeuren, laat staan door het humeur du jour. En is corporatisme al evenmin een goed beginsel, toch is het goed om weten dat journalisten van het Blok niets goeds te verwachten hebben. Ze waren al vaak genoeg het voorwerp van intimidaties en zelfs geweld. Hoe dat komt, valt te lezen in Grove borstels (1995), waarin Marc Spruyt goed beschreef welk soort mediabestel het Blok in petto heeft in zijn gedroomde autoritaire Vlaanderen.

Een visie op de media weerspiegelt ook een maatschappijvisie omdat de media hun rol en betekenis ontlenen aan de aard van het heersende bestel. Een pluralistische, solidaire en tolerante democratie erkent hen als een 'vierde macht', met een informerende en controlerende, kritische functie, wat meteen een civiele verantwoordelijkheid impliceert. Omdat het Blok de democratische orde ingrijpend wil wijzigen, wijst het ook de huidige positie van de media af. Het is een indicatie te meer dat de democratische waarden niet te verzoenen vallen met de waarden van het Blok. Dat blijkt al uit de praktijk. Het Blok hanteert immers een demagogisch en populistisch

Het Vlaams Blok is goed in het organiseren van spektakel, dat vast wel mediageniek uitvalt maar doorgaans weinig of geen nieuwswaarde bezit. De partij trekt er alleen maar de aandacht op zichzelf mee, in Antwerpen bijvoorbeeld wanneer ze extra gemeenteraadszittingen uitlokt of de VLD oneerbare voorstellen doet. Of het gaat om regelrechte provocaties, zoals met

discours, waardoor het zichzelf feitelijk uitsluit van het op rationele argumenten gesteunde publieke debat, dat de basis van de democratische politiek vormt.

Dat confronteert de media met het ethische argument dat ook het cordon sanitaire motiveert. Het programma van het Blok is ethisch nu eenmaal onaanvaardbaar. Er is er geen compromis mee te sluiten en het plaatst de partij buiten de democratische consensus. Daarvan kan nooit abstractie worden gemaakt. Met andere woorden, dat programma kan en mag niet worden gebanaliseerd; het Blok doet dat trouwens al evenmin. Omdat het de heersende politieke en maatschappelijke normen niet aanvaardt, kan het Blok geen 'gewone' partij zijn. Ook niet voor de media, die bijgevolg de professionele plicht hebben om tegenover haar een houding aan te nemen die verschilt van de manier waarop ze andere, democratische partijen bejegenen. Dit is een zaak van journalistieke deontologie en verantwoordelijkheid. In de journalistieke praktijk is het dus altijd nodig om voorbehoud te maken tegenover het Blok. Zonder deze reserve wordt immers de - verkeerde en dus deontologisch onverantwoorde - indruk gewekt dat er niets uitzonderlijks mee aan de hand zou zijn.

Democratisch voorbeeld

Een keuze voor het Blok is geen detail. Omdat ze nooit 'onschuldig' is, kan ze al evenmin, zelfs niet impliciet of stilzwijgend, als 'normaal' worden voorgesteld. Het is dus uitgesloten om met name Blok-mandatarissen of publieke figuren die openlijk adhesie betuigen aan die partij in de media op te voeren in een context van human interest of amusement, want zo worden ze uit hun bijzondere politieke context gelicht. Dit impliceert geen journalistieke fatwa tegen het Blok, zijn mandatarissen, zijn aanhangers of zijn kiezers. Media moeten relevante feiten niet doodzwijgen, maar wel correct duiden, zeker als het gaat om een ideologie waarop een democratisch voorbehoud weegt. In deze is geen enkele houding ethisch neutraal. Wie het voorbehoud als irrelevant afwijst ('wij doen niet aan politiek'), draagt immers bij tot het creëren van de illusie van de normaliteit van het Blok.

Zulke uitgangspunten zijn niet altijd makkelijk te operationaliseren. Vooral wanneer het om zijn politieke core business (migratie, criminaliteit) gaat, krijgt het Blok vaak de kans om zijn standpunten nog maar eens te ventileren. Dat lijkt logisch maar is het niet omdat het Blok zo een autoriteit krijgt toegeschreven, terwijl het hier net om de ethisch meest problematische elementen uit zijn programma gaat. Journalisten kunnen zich daarbij niet verschuilen achter het argument dat ze alleen registreren wat er wordt gezegd of dat het Blok toch de mening van honderdduizenden kiezers vertolkt. Dat zijn dooddoeners want de media registreren nooit zonder meer. Ze

selecteren, altijd, het is hun job. En representativiteit volstaat hoe dan ook niet als criterium, omdat die norm niets zegt over de nieuws waarde.

In de praktijk blijken journalisten zich tegenover het Blok vaak zeer eigenzinnig, indien al niet kortweg betweterig te gedragen. Sluitende afspraken daaromtrent zijn nagenoeg onbestaande. Tot de zeldzame uitzonderingen daarop behoorde een anonieme, uiterst minimalistische en wellicht amper opgemerkte 'overweging' van 'een Vlaamse redactie', die kort voor de jongste gemeenteraadsverkiezingen verscheen in De Journalist. Maar doorgaans denkt elke journalist dat hij het zelf wel goed genoeg weet - al steunt die overtuiging niet zelden op onbewezen presumpties - en meent hij best mans genoeg te zijn om bijvoorbeeld in een interview de demagogie van het Blok te kunnen 'ontmaskeren'.

Goede graadmeter

Hoe kritisch de media zich eventueel ook opstellen tegenover het Blok, ze hebben de opgave van die partij niet kunnen stoppen. Dat mag geen reden voor ontmoediging zijn. Met name verkiezingsuitslagen zijn niet noodzakelijk een goede graadmeter voor de juistheid van een professioneel principe. Ze leiden meestal snel tot tamme tactische overweginkjes, oppervlakkig instrumentalisme, klein opportunisme of bedenkelijke post hoc ergo propter hoc-redeneringen, waarbij de veronderstelde oorzakelijke verbanden allerminst voor de hand liggen en zelden rekening houden met de wellicht veel complexere factoren die mee het stembusresultaat bepalen. Misschien is dat nog het grootste gevaar: het oppervlakkige denken dat tot voorbarige conclusies leidt. Het zal tenslotte niet alleen van de media afhangen hoe het Blok electoraal scoort - er zijn ook nog de zogeheten echte problemen.

Een beetje bescheidenheid misstaat niemand. Een journalist heeft best wel greep op wat in de krant komt, maar niet op wat de lezer zal lezen, en dat is niet altijd hetzelfde. Een lezer (luisteraar, kijker) begrijpt wat hij wil begrijpen en laat zich niet zo makkelijk overreden. Het klassieke communicatieschema, waarin een boodschap bij de ontvanger aankomt zoals hij is uitgezonden, klopt in de praktijk slechts zelden. Journalisten moeten dus uitkijken voor een al te idealistische perceptie van hun eigen vak - of kortweg voor zelfoverschatting: het effect hoeft niet per se te stroken met hun intentie.

Een referentiekader voor de journalistieke omgang met extreem-rechts moet er niettemin van uitgaan dat de media in het brede politieke spectrum een cruciale rol spelen. Hun rol als mediator neemt almaar toe, als kanaal waarlangs de publieke opinie zich niet alleen vormt, maar ook uitdrukt. De media zijn een belangrijke bron voor het creëren van inzichten en opinies en voor het vormen van waarden, al is dat vaak op een andere manier dan de journalist zich voorstelt. In deze functie neemt hun belang toe ten nadele van bijvoorbeeld de politieke partijen.

Om te beginnen beïnvloeden de media, vaak indirect, de stemming - vooroordelen inbegrepen - in de samenleving. Dat geldt ook voor het veiligheidsthema. Aangenomen kan worden dat angstgevoelens mensen politiek voor extreem-rechts doen kiezen. Een overdreven (maar wat is 'overdreven?') en op sensatie gerichte berichtgeving over criminaliteit (eventueel ook over verkeersongevallen) kan bijgevolg bijdragen tot een sfeer waarin overtrokken onveiligheidsge-

voelens gaan woekeren, omdat de gevaren worden overschat. Dat proces wordt nog versterkt wanneer latente of moeilijk te duiden gevoelens van dreiging en onmacht (de dreiging van concurrentie of de machteloosheid tegenover ongrijpbare en abstracte noties als de markt of de globalisering) worden geprojecteerd in makkelijkere 'zichtbare' vormen van al dan niet vermeende dreiging, zoals de aanwezigheid van vreemdelingen of de straatcriminaliteit.

Darwinistisch interpreteren

De uitbeelding van de wereld in de media kan zulke gevoelens mee oriënteren, zowel in de keuze van thema's als in de presentatie ervan. Journalisten neigen er bijvoorbeeld toe om de politiek darwinistisch te interpreteren. Ze stellen de politiek dan niet voor als een terrein van overleg en compromis, maar als een slagveld, als een theater van confrontatie. De politiek, en bij uitbreiding het gehele maatschappelijke veld, is daarin een forum van strijd, gedragen door een zero-sum-redenering die de maatschappelijke actoren niet voorstelt als medespelers, maar als concurrenten in een gevecht dat alleen winnaars en verliezers oplevert.

Dat darwinisme lijkt structureel sterk op het extreem-rechtse denken, met als evident gevolg dat het dat rechts-extremisme onbewust mee legitimeert. Is die voorstellingswijze vast spannender, bevattelijker, spectaculairder, dramatischer, kortom, mediagenieker, ze is daarom niet noodzakelijk correcter. Politiek is nu eenmaal complex en zelfs wat saai - maar dat zijn de spelregels in de sport meestal ook - en de media schieten in hun taak te kort wanneer ze het tegendeel suggereren, bijvoorbeeld wanneer ze de politiek omkleden naar hun eigen wetten van amusement of snelle bevattelijkheid. Bovendien wekken de media - net als angstige of fantasieloze politici - in deze al snel naar zwart-wit-tegenstellingen neigende darwinistische perceptie de indruk dat het politieke handelen moet worden beoordeeld op zijn effect op de electorale scores van extreem-rechts. Daardoor verzeilt het Blok evenwel in het centrum van de politieke oordeelsvorming en mag het de politieke agenda domineren. Zo krijgt het een uniek cadeau als de ultieme referentie en scheidsrechter in het politieke bedrijf. Dat bevordert niet alleen de geloofwaardigheid van deze partij, maar het speelt haar ook een feitelijk initiatiefrecht in handen. In het verlengde daarvan is het uitkijken met het taalgebruik. Er hoeft geen taboe te rusten op de thema's die door extreem-rechts aan de orde worden gesteld, maar dat moet daarom nog niet gebeuren in de termen - zowel letterlijk als figuurlijk - van het Blok. Alleen al de manier waarop een thema wordt benoemd - zoals 'de vreemdelingenproblematiek' - houdt immers vaak een impliciete (en meestal ongewenste want onjuiste) duiding en analyse in. Kortom, de media mogen extreem-rechts niet alleen niet de politieke agenda, maar al evenmin het retorische terrein laten bepalen.

Lastig? Ongetwijfeld. Maar net als luiheid, behaagzucht, ongeduld of ontmoediging, blijft angst een slechte raadgever. De valkuilen van een geëngageerde journalistiek - en is er een andere denkbaar? - moeten niet tot schroom leiden. Het versterken van hun kritische maatschappelijke functie is voor de media de enige heilzame weg als ze het democratische gehalte van de samenleving willen helpen verdiepen. Maar dan moeten ze deze kritische houding ook tegenover hun eigen vak ontwikkelen. Laten we gewoon ons werk doen.

Deontologie verbiedt werken voor Vlaams Blok niet

Laurent Coppens

Zondigen de houders van de titel van beroepsjournalist die opdrachten uitvoeren voor rekening van een extremistische partij tegen de regels van de journalistieke deontologie? De Raad voor Deontologie meent van niet. Dit adviseerde de Raad n.a.v. een vraag van de Belgische Foto- en Filmpers (BFFP). De BFFP was gevat door de klacht van een van zijn leden tegen een ander lid. Het lid had beelden gedraaid voor rekening van het Vlaams Blok in het kader van de uitzendingen door derden op de VRT. Daarnaast had de verantwoordelijke van de in opspraak gebrachte onderneming in een brief aan de BFFP de vraag gesteld of de medewerkers van zijn bedrijf opdrachten voor het Vlaams Blok kunnen uitvoeren.

De Raad voor Deontologie stelt vast dat 'ook al kan niemand ontdekken dat het Vlaams Blok een extremistische partij is (en zich ook

als zodanig voorstelt), deze partij niettemin een politieke groepering is die wettelijk opgericht en erkend is in twee parlementen en in meerdere officiële instellingen waarvan de samenstelling gebaseerd is op verkiezingsresultaten'. Volgend op deze vaststelling meent de Raad dat 'de uitbesteding van de bekwaamheid van een fotograaf of cameraman aan het Vlaams Blok geen vraag van journalistieke deontologie doet rijzen, maar eerder een van algemeen-persoonlijke ethiek'.

De Raad voegt er wel aan toe dat beroepsjournalisten die opdrachten voor (extremistische) partijen uitvoeren wel de titel van beroepsjournalist kunnen verliezen op grond van het wettelijk criterium van 'het verzorgen van algemene informatieverstrekking'. Propaganda voeren behoort daar niet toe.

Onder embargo

Indra De Witte en haar ploeg die voor een Koppen-reportage aanwezig waren in een Antwerps huurhuis werden daar gedurende een half uur opgesloten door de vrouw die er beneden een winkel uitbaat. De vrouw, die herhaaldelijk 'met het vingertje' duidelijk maakte dat ze vond dat het hele verhaal werd opgeklopt, had de voordeur op slot gedaan toen de reportageploeg binnen was. Ze opende ze pas na een half uur op verzoek van enkele kinderen die naar binnen wilden. Indra De Witte en haar ploeg hadden de vrouw nochtans duidelijk gemeld dat ze in het huis aanwezig waren met toestemming van de huurster zelf. ●●● In Antwerpen is voormalig Belgajournalist Jan 'Jos' Coosemans (84) overleden. Hij was lange tijd chef buitenland en onderdirecteur. Jos had op de redactie zeer veel vrienden, onder wie behoorlijk wat tussen de franstaligen. ●●● Kris Vanderhaegen werkt sedert 1 november voor P-magazine. Hij belandde daar 'omdat hem de schrijfkriebel opnieuw bekreep'. Vanderhaegen was tot maart 2000 journalist bij De Morgen, en verhuisde van daar naar Radio 4FM, waar hij hoofdredacteur was. Bij 4FM is nu geen hoofdredacteur meer. ●●● Ook Bert Heyrman en Valerie Bauwens zijn weg bij 4FM. Heyrman ten voordele van de VRT-radionieuwsdienst, Bauwens werkt nu bij WTV. ●●● Anita De Saedeleer werkt sedert september bij Mediaxis. Als voormalig adjunct-hoofdredacteur van Het Nieuwsblad, functie die ze tot januari 2000 uitoefende, heeft zij nu de leiding over de radio- en TV-redactie van Humo en Télémoustique. ●●● Dirk Mampaey (49) verlaat na 21 jaar journalistieke dienst de VRT. Per 1 februari wordt hij communicatieverantwoordelijke bij Lufthansa. Mampaey is na Guy Janssens de tweede geroutineerde verslaggever die op korte tijd de deur van het Huis van Vertrouwen achter zich toe slaat. ●●● Siel Van der Donckt heeft de tweede prijs dokter Karel Van Noppen gekregen voor haar verdienstelijke bijdrage in de strijd voor gezond vlees. ●●● Els Van de Sijpe, journaliste bij de redactie van Radio 2 Vlaams-Brabant, heeft de Vlaams-Brabantse persprijs gekregen voor een reportage over de gevolgen van de mijnramp in Marcinelle. Vanaf volgend jaar zal de prijs beurtelings uitgekeerd worden aan journalisten uit de schrijvende en audiovisuele pers. ●●● Ingrid Pira, ex-woordvoester van Agalev en nu burgemeester van Mortsel, werd feestelijk uitgewuifd bij het verlaten van de Raad van Bestuur van de VRT. Volgens de andere bestuurders zal zij opgevolgd worden door 'een even mooie vrouw'. De naam van de gelukkige werd niet bekendgemaakt. ●●● De informatiedienst van de krijgsmacht (SID) organiseert ook dit jaar in het trainingscentrum van de para's in Marche-les-Dames en de Infanterieschool in Lagland weer theoretische en praktische stages voor journalisten die naar conflictzones gaan. Inlichtingen op tel. 02/701.38.28 of 02/701.15.75. ●●● Bij SABAM moet het personeelsbestand in de loop van 2001 en 2002 met veertig eenheden slinken. Dat betekent een vermindering met 13 %. Daarmee moet 20 % van het totale kostenpakket verdwijnen.

Het maandblad Royals werft een redacteur (M/U) aan in vast dienstverband

- Universitaire opleiding (Germaanse, Geschiedenis,...)
- Kennis van de Europese vorstenhuizen
- Journalistieke ervaring is een pluspunt

Schrijf naar:
Magazine Royals
Sollicitaties
Saint-Genoisstraat 123
B-9050 GENT
Fax: 09/232 02 19

Mens achter het nieuws

Leo Bonte: 'Bonanza', dat is goed voor de journalisten

Wout Pittoors

"Initiatieven zoals 'Bonanza', gelanceerd buiten de grote persgroepen, kunnen voor de journalisten alleen maar goed zijn. Hun arbeidsmarkt wordt erdoor verbeterd en ik kan me voorstellen, dat men er aan de top van sommige grote uitgeverijen een beetje zenuwachtig van wordt". Dat zegt Leo Bonte (41) zelfstandig journalist en regelmatig medewerker aan de mediarubriek van 'De Standaard'.



Foto: Johan Van Cutsem

Leo Bonte

Voordien werkte Bonte dertien jaar lang bij 'De Morgen' waar hij een hele tijd 'media-watcher' van dienst was tot de nieuwste wind aan de kop van de krant een reorganisatie van de katernen doorvoerde en het 'watchen' van de media ineens niet meer zo noodzakelijk bleek. Exit de bekende initialen LB bij 'De Morgen' en de directie wilde hem dan nog in de zuiverste 'Persgroep'-stijl langs de achterdeur bij 't grof vuil zetten. Dat lukte niet omdat Bonte zo een van die kordate mannetjes van aan de zee (Nieuwpoort) bleek te zijn, die als freelancer al lang geleerd had om voor zijn bestaan en zijn inkomen te knokken. Hij studeerde destijds fotografie omdat 'persfotograaf' een jongensdroom was maar toen hij bij 'De Weekbode' van Roularta als zelfstandige aan de slag kon, bleek al gauw dat men in Roeselare van hem niet alleen foto's maar ook teksten verwachtte. Zo is 't gekomen. Later bij 'De Morgen' leerde hij uit de bittere bekers van financiële jobstijdingen en faillissementen drinken maar leerde er tevens overleven, zelfs nadat toenmalig hoofdredacteur Paul Goossens hem na de zoveelste 'rash' 'een vast contract' als stadsreporter in Brussel aanbood. Bonte besloot kalm te blijven en freelancer, beslissing die hem uiteindelijk een vaste stek bij de krant bezorgde.

Leo heeft al die jaren een bijzondere aandacht gehad voor de evolutie van het TV-aanbod en zit zeer dicht bij de ring in de boksmatch tussen VTM en VRT. Hij kijkt wat besmuikt naar de strijd met de kijkcijfers waarbij de commerciële omroep zowat het slachtoffer is van zijn adverteerders, die bijvoorbeeld de vervelende gewoonte hebben hun najaarscampagnes in november te staken, wat dan

weer weegt op de programmering van de zender. Precies in de donkere 'kijk-maanden' december en januari haalt openbare concurrent VRT - niet geplaagd door nukkige reclamejongens - de beste kijkcijfers. Bonte: 'Om er toch wat aan te verhelpen haalt men dan zo'n onding als 'Big Brother' van stal en over dit nepnieuws wordt in sommige kranten weken aan een stuk doorgezeverd. Ik vind dat erg bedenkelijk! Hij kijkt wel geamuseerd naar de opdeling van de kijkcijfers in 'deelgroepen', want dat is ook nog een manier om te bewijzen 'dat je de sterkste bent'.

Intussen geeft hij toe dat de pers in ons land enorm veel aandacht aan televisie besteedt, zeker als we het vergelijken met Nederland waar sensatieboer 'De Telegraaf' zowat de enige uitzondering is. 'Eer de Volkskrant twee kolom inkt aan televisie verspilt moet het erg zijn' zegt hij 'maar in Vlaanderen blijven de kranten en weekbladen radio en televisie dicht op de hielen zitten om mekaar toch maar een primeur te kunnen afvangen'. Misschien heeft het wel te maken met het feit dat de Nederlandse omroepen, sinds het bestel daar jaren geleden werd omgebouwd, nogal wat aantrekkingskracht hebben ingeleverd. Althans in de ogen van de Vlaamse kijkers. Amper twintig jaar geleden keek 35 procent van deze kijkers regelmatig naar een Nederlandse zender. Vandaag is dat nog nauwelijks 5 procent.

De krachtige belangstelling voor het TV-gebeuren en alles wat er rondwentelt biedt in zijn ogen een serieuze kans aan een medium als 'Bonanza' om in zijn opzet te slagen. 'Toegegeven, het blad heeft meer weg van een gewoon nieuwsmagazine maar kan toch moeilijk zijn TV-achtergrond verhullen. IK zie die jongens wel 70 tot 75.000 oplage halen. En concurrent Humo kan er alleen maar beter van worden. Die poetst trouwens al volop zijn blazozen op,' meent Bonte. 'Toch even bezien wat er met bazin Mediaxis gaat gebeuren. Die heeft verbazing gewekt met een bericht over de herlancering van het maandblad 'Avenue'. Mensenlief, wie leest er in dit land nog 'Avenue'? Speelt de dochter van de te koop gestelde VNU-tijdschriften paniekvoetbal in de etalage?' Natuurlijk is het verschijnen van 'Bonanza' geen goed nieuws voor TV-Expres en het bedrijf is al eens in de wind gezet bij 't opdoeken van Panorama waardoor het de ongewilde moeder van de 'Vrije Pers' en van 'P-Magazine' is geworden.' Om maar te zeggen dat het voor Bonte spannende 'watchers'-dagen worden. Zeker op de magazine-markt want ook bij Concentra wordt er aan plannen en projecten in die richting gesleuteld.

Nieuws uit de verenigingen

Humorfoto 2001

Drie beroepsjournalisten-fotografen vallen in de prijzen van de wedstrijd 'Humorfoto 2001'. Hun foto's zullen te zien zijn op het 23ste Internationaal Fotofestival Knokke-Heist 2001. De laureaten zijn Tim Dirven, die de Gouden Lens won, Paul Bolsius die de Prijs Toerisme behaalde en Violet Corbett Brock die aanspraak maakt op de Prijs Casino.

De prijsuitreiking is voorzien op zaterdag 31 maart, ter gelegenheid van de opening van de tentoonstelling Humor- en Kunstfoto. Die tentoonstelling wordt georganiseerd in het Cultureel Centrum Scharpoord aan de Meerlaan 32 te Knokke-Heist. Zij zal geopend zijn van 1 april t.e.m. 27 mei 2001, dagelijks van 10 tot 19 uur. Tegelijkertijd lopen in het Cultureel Centrum nog diverse andere fototentoonstellingen. (AD)



Humorfoto 2001

Nikon Award 2000

De BFFP (Belgische Foto- en Filmpers) meldt dat de uiterste inzendingdatum voor kandidaturen voor de Nikon Press Photo Award 2000, die georganiseerd wordt in samenwerking met de BFFP, uitgesteld wordt tot 9 februari 2001. Inzendingen moeten voor die datum toekomen bij NV De Beuckelaer, Nikon Press Photo Award, Boomsesteenweg 77 te 2630 Aartselaar. Aan de Nikon Press Photo Award zijn prijzen verbonden van 100.000 Bef., 50.000 Bef. cash en nogmaals 50.000 Bef. aan Nikon-materiaal. (AD)

Nieuw erkende persfotografen en cameralui

Deze leden werden in de loop van 2000 erkend.

N3231 VAN DEN BULCK Werner	CAMERAMAN VRT	N3142 BACQUAERT Dieter	FOTOGRAAF Freelance	N3158 CLAES Johan	CAMERAMAN Focus-Televisie
N3227 DE ROECK Marc	FOTOGRAAF Freelance	N3195 LOGGHE Yves	FOTOGRAAF Associated Press	N3178 DE POTTER Yves	CAMERAMAN WTV-Zuid
N3138 DECRAENE Yoeri	CAMERAMAN WTV-Zuid	N3161 WEEKX Frederik	FOTOGRAAF Freelance	N3193 VERBEKE Bram	CAMERAMAN Headline
N3150 REYGAERTS Pol	CAMERAMAN Freelance	N3171 BAHNMÜLLER Frank	FOTOGRAAF Freelance	N3207 ELISABETH Steven	CAMERAMAN Focus-Televisie
N3192 RENDERS Mark	FOTOGRAAF Freelance	N3136 VERMEYLEN Jan	CAMERAMAN Reuters	N3216 WIGGENRAAD Anthonie	FOTOGRAAF Freelance

Deze nieuwkomers werden aanvaard als stagiair.

NS1634 BRIOEN Evy	ENG-Videohouse CAMERAMAN	NS1632 JANSSENS Yorick	Freelance FOTOGRAAF	NS1543 VAN ASSCHE Lieven	Freelance FOTOGRAAF
NS1638 CLAES Tom	ENG-Videohouse CAMERAMAN	NS1627 KEMPENAERS Wim	Freelance FOTOGRAAF	NS1545 VAN LOOY Gregory	ATV CAMERAMAN
NS1549 DE MOOR Stijn	Freelance CAMERAMAN	NS1636 KOPPERS Bram	ENG-Videohouse CAMERAMAN	NS1546 VANDE VELDE Frederiek	Freelance FOTOGRAAF
NS1547 DERMAUT Franky	Freelance CAMERAMAN	NS1551 MAMPAEY Michaël	ATV CAMERAMAN	NS1630 VANHAUTE Thomas	Freelance FOTOGRAAF
NS1628 DIRCKEN Martine	AVS CAMERAMAN	NS1548 NOULET Steven	Freelance CAMERAMAN	NS1631 VERSTRAETE Carol	Freelance FOTOGRAAF
NS1552 GAENS Jeffrey	Freelance FOTOGRAAF	NS1633 ROEGHST Ann	Focus-Televisie CAMERAMAN	NS1639 VERVAEKE Hendrik	ENG-Videohouse CAMERAMAN
NS1553 GEUDENS Sven	ATV CAMERAMAN	NS1635 ROELS Dirk	ENG-Videohouse CAMERAMAN	NS1637 WAEGEMANS Vital	ENG-Videohouse CAMERAMAN
NS1600 HANNES Nick	Freelance FOTOGRAAF	NS1544 SCHOUKENS Sven	Freelance FOTOGRAAF	NS1550 WATTEZ Koen	Freelance CAMERAMAN
NS1601 HENDRIX Wim	Freelance FOTOGRAAF	NS1629 TYTECA Stijn	Freelance CAMERAMAN		

Nieuws uit de verenigingen

Nieuwe beroepsjournalisten in 2000

Deze beroepsjournalisten werden in de loop van 2000 erkend.

N3221	ALBERS Frank	De Standaard/Het Nieuwsblad	N3247	ERDEM Burhan	MEDYA TV	N3213	RIEBBELS Greta	VRT Radio 2
N3224	BASTIAENSSSEN Raf	Het Laatste Nieuws	N3236	FONTAINE Edwin	Radio Activity	N3203	ROELS Lode	VRT Radio 1
N3187	BEX Jan	Het Belang Van Limburg	N3168	FRANSEN Marleen	Freelance	N3137	ROGIERS Filip	Knack
N3176	BOON Greta	Weekend Knack	N3180	GEERAERT Dietger	Belga	N3151	ROSER Thomas	Frankfurter Rundschau
N3134	BOURLEZ Werner	Het Volk	N3189	GHYSELINCK Marc	Het Laatste Nieuws	N3194	ROUSSEAU Sebastien	FET
N3251	BREULS Peter	Kanakna Productions	N3156	GITS Stefaan	VTM	N3208	SAMYN Steven	FET
N3144	BUDDINGH Johannes	NRC Handelsblad	N3132	GOOSSENS Ruud	De Morgen	N3169	SAMYN Els	The Yomiuri Shimbun
N3205	CATON Catarina	ATV	N3204	GORIS Peter	De Morgen	N3155	SCHOEMANS An	Het Laatste Nieuws
N3191	CAUWELS Johan	Freelance	N3177	HAESSEN Tom	Periscope Productions	N3130	SCHOETERS Marcel	De Lloyd/Le Lloyd
N3211	CAUWENBERG Steven	VRT Radio 2	N3154	HARDIE Valerie	De Morgen	N3183	SCHOONJANS Luc	Freelance
N3222	CEULEMANS Ilse	Story	N3159	HEINEN Koen	De Lloyd/Le Lloyd	N3145	VAN ASSCHE Francis	VRT Radio 2
N3199	CLAES Bart	Freelance	N3127	HERREMANS Lieve	Libelle	N3233	VAN BAELEN Tom	Radio 4FM
N3158	CLAES Johan	Focus-Televisie	N3188	HIMPE Angelo	Het Laatste Nieuws	N3160	VAN BEVER Johan	Freelance
N3226	CLAEYS Barbara	Libelle	N3248	HUYSMAN Geert	TV-Gids/Zondagsblad	N3232	VAN DE VEIRE Els	VTM
N3250	COCHEZ Tom	De Morgen	N3170	INGANG Ilse	Flair	N3225	VAN DEN BOSSCHE Peter	Freelance
N3240	CONVENTS Johan	Het Laatste Nieuws	N3197	JACOBS Godelieve	Knack	N3146	VAN DEN EECKHOUT Danny	De Standaard
N3141	COP Bart	Freelance	N3181	JANSENS Stijn	Het Nieuwsblad	N3209	VAN HEMLEDONCK Thomas	VTM
N3179	CROLS Bart	Reuters	N3143	KOCKELMANS Alfons	ANP	N3235	VAN KERCKHOVE Gert	
N3198	DAELMAN Helena	VRT-TV	N3241	KÖRVERS Arnold	Freelance	N3147	VAN LANDEGHEM Anni	De Standaard
N3243	DE BEUCKELAER Sarah	Gazet Van Antwerpen	N3220	LEMM Margaretha	Mediaxis	N3153	VAN NODEN Elke	Flair
N3162	DE LAET Alexandra	De Standaard	N3234	LESAGE Annick	VRT Radio 1	N3229	VAN POPPEL Tom	Belga
N3210	DE MEYER Wim	VTM	N3148	LEYSSEN Goedele	Flair	N3219	VAN REETH Anne	Mediaxis
N3182	DE MEYER Peggy	VRT Radio Verkeersredactie	N3238	MAES Mireille	Freelance	N3223	VAN STAEYEN Arne	Freelance
N3217	DE MULDER Tania	Freelance	N3245	MAHIEU Patrick	Freelance	N3244	VAN WALLEGHEM Evelien	Focus-Televisie
N3249	DE WINNE Ilse	Kanaal 3	N3163	MAMPAEY Serge	FET	N3126	VANDEGOOR Christophe	VRT Radio Sport
N3139	DEBOOSERE Martine	VRT Radio 1	N3186	MATTHYSSEN Kristin	Gazet Van Antwerpen	N3165	VANDENABEELE Christian	Freelance
N3175	DECEUNINCK Geert	Trends	N3135	MERTENS Rob	Het Belang Van Limburg	N3128	VANDENABEELE Tom	De Krant Van West Vlaanderen
N3174	DEFOSSEZ Marie-Christine	Trends	N3215	MERVELLE Iris	ATV	N3218	VANDERBEEK Olivier	Belga
N3230	DELPUTTE Lode	De Morgen	N3185	MINNEBACH Guy	Gazet Van Antwerpen	N3133	VANDERHAEGEN Kris	4FM
N3237	DEMEULENAERE Wim	Belga	N3157	MINTEN Luc	Het Nieuwsblad	N3239	VERDONCK Ilse	Het Laatste Nieuws
N3152	DEMIR Turan	MEDYA TV	N3129	MORBEE Anne	De Lloyd/Le Lloyd	N3172	VERHAEGEN Marina	Het Laatste Nieuws
N3246	DEMIRCIĞIL Osman	MEDYA TV	N3200	MULDERS Jean-Paul	De Morgen	N3196	VERPLANCKE Marrix	Freelance
N3166	DESMET Michaël	VTM	N3173	NUTIN Nancy	Freelance	N3201	VUYLSTEKE Barbara	Het Laatste Nieuws
N3212	DESMET Geert	Het Laatste Nieuws	N3206	OP DE BEECK Greet	VRT Radionieuwsdienst	N3149	WEYMEIS Geert	Freelance
N3140	DHONDT Peter	IPS-Vlaanderen	N3228	PATYIN Sofie	VRT Radio 2	N3184	WILLEKENS Gunter	Gazet Van Antwerpen
N3242	ELST Sigyn	Libelle	N3190	PIETERS Kristof	Het Laatste Nieuws	N3202	WILRI Wim	Freelance
N3167	ENGELLEN Hilde	Dag Allemaal	N3164	RABAËY Maarten	De Morgen	N3214	WYERS Marij	Freelance

Deze nieuwkomers werden aanvaard als stagiair.

NS1618	AEYELS Els	VRT Radionieuwsdienst	NS1676	HAECK Bart	FET	NS1653	SEYNHAEVE Pascal	VTM
NS1579	APERS Karl	ATV	NS1671	HAES Jurgen	Zondagsblad	NS1610	SHASWAR Barzan	MEDYA TV
NS1578	AYDEMIR Dursun	MEDYA TV	NS1608	HAUBEN Arnout	Woestijnvis	NS1642	SINNAEVE Saar	FET
NS1624	BAUWENS Valerie	4FM	NS1534	HENDRICKX Elke	Freelance	NS1527	SMEETS Jo	Het Belang Van Limburg
NS1541	BECK Annelies	VRT TV-Nieuwsdienst	NS1658	HEREMANS Tom	De Standaard	NS1531	SMEKENS Freddy	Brussel Deze Week
NS1565	BELIEN";Kathleen	De Lloyd/Le Lloyd	NS1568	HEYLENS Ann	Belga	NS1556	SNOEKS Maarten	Freelance
NS1561	BILLIAU";Catherine	Freelance	NS1656	HEYRMAN Bert	VRT Radionieuwsdienst	NS1616	SÖYLEMEZ Kamer	MEDYA TV
NS1532	BINST";Jean-Marie	Brussel Deze Week	NS1602	IMBO Lisbeth	VRT Radio 1	NS1521	STRUYF Annemie	Weekend Knack
NS1569	BOONEN";Wim	iMediair	NS1540	JANSEN Suzanne	Freelance	NS1584	SWIERSTRA Thea	De Morgen
NS1558	BRACKE";Reinhart	Belga	NS1591	JANSENS Kris	VRT Radio 2	NS1640	SWIMBERGHE Greet	VRT Radio 2
NS1649	BRUGHMANS";Kathleen	Freelance	NS1559	JOOSEN-MEVVIS Frauke	Flair	NS1533	VAN COPPENOLLE Eric	VUM - Het Nieuwsblad
NS1669	BRUNEEL";Paul	Freelance	NS1648	KROLS Birgit	Het Laatste Nieuws	NS1647	VAN DAELE Ingrid	Knack
NS1617	BUDO";Leentje	VRT Radionieuwsdienst	NS1621	KURSTJENS Bas	FET	NS1576	VAN DE WAL Veerle	Freelance
NS1582	BUIJZE";David	AVS	NS1590	LABEËW Rik	Freelance	NS1522	VAN DEN BROECK Gretel	Freelance
NS1682	COENEN";Wim	VRT Radio 2	NS1650	LAMBERTS Tom	Gazet Van Antwerpen	NS1597	VAN DER BEKEN Kris	Belga
NS1641	CORNETTE Michael	De Krant Van West-Vlaanderen	NS1626	MAERTENS Evelyn	Freelance	NS1574	VAN DER HELST Mieke	Belga
NS1596	CREFFIER Mattias	Belga	NS1557	MAES Miek	VITAYA	NS1673	VAN DER HAECKE Tom	Het Volk
NS1623	CROONEN Anne-Marie	Libelle	NS1675	MASSCHALCK Katrien	Flair	NS1575	VAN HAMME An	Het Nieuwsblad
NS1661	DAZLER Mariëlle	Freelance	NS1651	MAUROO Tijts	VRT Radio 1	NS1655	VAN HERCK Annelies	Radio 4FM
NS1662	DE BACKER Tim	Het Laatste Nieuws	NS1607	MEERBERGEN Stefaan	Freelance	NS1536	VAN HOECKE Maai	TV-Brussel
NS1670	DE BOEL Johan	ATV	NS1572	MEEUS Ronald	Netwerk	NS1537	VAN HOEYLAND Guy	Freelance
NS1585	DE JONCKHEERE Barbara	Focus-Televisie	NS1681	MONFILS Eva	Joepie	NS1594	VAN HOOF Michel	Het Laatste Nieuws
NS1598	DE MOL Marc	Freelance	NS1609	NAESEN Yvan	Freelance	NS1647	VAN HOYWEGHEN Gitte	VRT TV KETNET
NS1539	DE SMET Wouter	VRT Radio 2	NS1528	NOELS Bart	Freelance	NS1625	VAN NIEUWENHOVE Ingrid	Freelance
NS1581	DE TROYER Guy	VRT TV Ketnet	NS1560	NOLLET Lodewijk	De Zondag	NS1613	VANDENABEELE Nico	World Online
NS1583	DE VOOGHT Ilse	FET	NS1573	OLAERTS An	Freelance	NS1587	VANDENBERGHE Anouk	Freelance
NS1570	DE VOS Veerle	VRT Radionieuwsdienst	NS1529	ONGENAE Cathérine	Freelance	NS1672	VANDENDRIESSCHE Hans	Belga
NS1530	DE WAELE Annelies	Freelance	NS1614	OSSELAER John	World Online	NS1680	VANDENDRIESSCHE Benny	VTM
NS1663	DE WINTER Georgia	Het Laatste Nieuws	NS1567	PEETERS Eva	VTM	NS1588	VANDERSTRAETEN Stefan	Het Laatste Nieuws
NS1657	DEBRUYNE Benny	Bizz	NS1615	PEETERS Sonja	Fit en Gezond	NS1555	VANDEYK Koen	Freelance
NS1562	DECRAENE Steven	VTM	NS1538	PIEN Stefan	Het Volk	NS1645	VANHOONACKER Karlien	VRT Radio 1
NS1659	DEGRAEVE Karen	Focus Knack	NS1526	PIERREUX Bart	Freelance	NS1593	VERBESSEL Liesbet	TV-Brussel
NS1563	DELBEKE Sam	De Standaard	NS1622	PIL Steven	De Standaard	NS1592	VERCRUYSE Stijn	VRT Radio 1
NS1611	DENEYER Tina	Freelance	NS1577	PLOTTIER Armand	De Morgen	NS1619	VERHAAREN Stijn	VRT Radio 1
NS1612	DEWITTE Indra	VRT TV-Nieuwsdienst	NS1677	PUI Ivan	De Standaard	NS1586	VERMEIRE Blijck	Freelance
NS1674	DIERCKX Lieve	FET	NS1525	PUYPE Jan	Freelance	NS1646	VERMEULEN Henk	VRT TV KETNET
NS1523	DOMENSINO Carolijn	Freelance	NS1606	RINGELÉ Filip	Freelance	NS1564	VERRIJCKEN Ward	Het Laatste Nieuws
NS1604	EL BENNI Alidor	Freelance	NS1599	ROEBBEN Annelies	Het Laatste Nieuws	NS1652	VERSCHOORE Steven	Freelance
NS1605	EYCKMANS Stephanie	Flair	NS1620	ROMBOUTS Jan	FET	NS1524	VERWEIRE Els	Eos-Magazine
NS1571	FREDERIX Sara	Mediaxis (nieuwe projecten)	NS1664	ROMBOUTS Arne	VRT TV 1	NS1566	WACHTERS Goedele	VRT Radio 2
NS1644	GEENS Gert	VRT Radio Sport	NS1595	SAMBYN Lieven	Persbureau Jan Verbeke	NS1580	WEYN Joeri	Woestijnvis
NS1554	GIJSELINGS Tim	Freelance	NS1678	SCHOENMAECKERS Koen	Het Laatste Nieuws	NS1643	WOUTERS Dirk	RTV Kempen-Mechelen
NS1589	GORIS Ria	Freelance	NS1679	SEGERS Veerle	VRT Radio 2			

Jaarboek van de Belgische Pers 2000



Het 'Jaarboek 2000' van de VJ en AJP is nu gedrukt. Een eerste stapel belandde vorige week op het secretariaat. Weldra mogen alle VJ-leden zich aan een exemplaar verwachten. Om de organisatie en kosten van verzending enigszins te beperken, zullen de jaarboeken zoveel mogelijk via de redacties bedeed worden. Wie niet op een (grote) redactie zit, zal het boek thuis opgestuurd krijgen. Geïnteresseerde niet-VJ-leden kunnen het 'Officieel Jaarboek van de Belgische pers - uitgegeven door de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB)' bestellen met bijgevoegde bestelbon.

BESTELBON Jaarboek van de Belgische Pers - uitgave 2000

- o 1 (één) exemplaar - Prijs = 2.800 BEF, incl. BTW en verzendingskosten. = 3.000 BEF voor bestellingen vanuit het buitenland
- o exemplaren (eerste boek kost 2.800 BEF; bijkomende exemplaren 2.300 BEF)

UW LEVERINGSADRES :

Wenst u een factuur ? o JA / o NEEN

Onderneming/Vereniging :

BTW-nr.

T.a.v. dhr./mevr. Functie :

UW FACTURATIE-ADRES (indien dit verschilt van uw leveringsadres) :

Volledig adres :

.....

.....

.....

Tel. Fax : e-mail adres :

Contactpersoon :

Gelieve deze bestelbon terug te sturen naar AVBB - Steenkoolkaai 9 B - 1000 BRUSSEL of te faxen op 02/223.02.72. - Voor info : tel. 02/229.14.70.