

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/20494> holds various files of this Leiden University dissertation.

**Author:** Hoeven, Regina van der

**Title:** Het succes van een kwaliteitskrant : de ontstaansgeschiedenis van NRC Handelsblad

**Issue Date:** 2012-11-01

## **Salto mortale. Het Handelsblad onder leiding van Hofland en Spoor (1968-1970)**

- 6.1 Nadruk op nieuws
  -
- 6.2 De nieuwsdienst
  -
- 6.3 De komst van Spoor
  -
- 6.4 Het Thompson-rapport
  -
- 6.5 De vroege editie
  -
- 6.6 Spoor aan zet
  -
- 6.7 De tandem Hofland-Spoor
  -
- 6.8 De Heldere Krant
  -
- 6.9 Conclusie

## 6.1

### Nadruk op nieuws



H.J.A. Hofland (1927), hoofdredacteur van het Algemeen Handelsblad van 1968 tot 1970.

Toen Hofland 1 januari 1968 hoofdredacteur van het Handelsblad werd, was hij met zijn veertig jaar de jongste hoofdredacteur van Nederland. Dat de jonge generatie met zijn benoeming definitief het overwicht kreeg op de redactie, bleek vrijwel onmiddellijk uit het vertrek van de politiek tekenaar, Fritz Behrendt. Behrendt had sinds 1954 voor het Handelsblad getekend en grote bekendheid verworven met zijn actuele en originele politieke prenten, die regelmatig door buitenlandse kranten als *The New York Times* en de *Frankfurter Allgemeine Zeitung* werden overgenomen.<sup>1</sup> Werd er vanuit sommige andere kranten dan ook met afgunst naar het tekenfenomeen van het Handelsblad gekeken,<sup>2</sup> binnen de redactie was er kritiek op het sterk anticomunistische karakter van zijn cartoons. Behrendt stond sceptisch tegenover de Detente. In 1962 tekende hij bijvoorbeeld Chroesjtsjov, terwijl deze een deur openhield. 'Deur tot onderhandelen open,' luidde het onderschrift, maar de deur op de tekening verschaftte slechts toegang tot een blinde muur. Op een andere prent uit 1962, die in de krant van zaterdag 24 februari verscheen, verbeelde Behrendt de Verenigde Staten en de Sovjet-Unie als twee ruziënde ruimtevaarders. De chef kunst Ben Stroman vroeg zich af of dit nu het antwoord was op het vredelievende telegram dat Chroesjtsjov aan Kennedy had gezonden naar aanleiding van de succesvolle ruimtevaart van John Herschel Glenn. Ook andere chefs vonden dat de prenten eentonig begonnen te worden en betwijfelden of de tekeningen, 'die een sterke indruk bij de lezer achterlaten, wel de mening van de redactie vertolken.'<sup>3</sup>

In de loop van de jaren zestig nam de kritiek van de zich verjongende redactie alleen maar toe. Waar steeds meer redacteurs sympathie koesterden voor Provo en kritisch stonden tegenover de Verenigde Staten vanwege de oorlog in Vietnam, nam Behrendt met zijn tekeningen precies de omgekeerde positie in. André van der Louw, een van de initiatiefnemers van Nieuw Links, de vernieuwingsbeweging binnen de PvdA, merkte op dat Behrendt de neiging had 'om alles dat links van hem staat – en dat is heel wat – als puisterige en slonzige baarddragers af te beelden.'<sup>4</sup>

Eenmaal hoofdredacteur maakte Hofland de tekenaar duidelijk 'dat het maken van de politieke prent meer gecoördineerd met de redactie moest verlopen', wat Behrendt, die met zijn tekeningen altijd de vrije hand had gehad, als een onacceptabele beknotting van zijn uitdrukingsvrijheid zag.<sup>5</sup> Toen Hofland begin februari 1968 een tekening af-



keurde waarop de Duitse studentenleider Rudi Dutschke werd vergeleken met Goebbels, hield Behrendt de eer aan zichzelf en vertrok naar Het Parool.<sup>6</sup>

Zaterdag 24 februari 1968 werd de lezers het vertrek van de politiek tekenaar medegedeeld. 'Wij weten namens talloze lezers te spreken, wanneer wij verklaren dat wij hem node zien vertrekken,' stond er in de krant. Net als vele lezers zagen ook de commissarissen van het concern Behrendt met lede ogen gaan.<sup>7</sup> Maar op de redactie was de stemming opgelucht. Van der Zee schrijft over het vertrek van Behrendt: 'Iedereen had het gevoel dat er iets wezenlijks was gebeurd, dat eindelijk de protestbeweging die al jaren in de straten van Amsterdam woedde, de redactie van het Handelsblad had bereikt.'<sup>8</sup>

Precies op 1 maart 1968, de dag dat Behrendt van het Handelsblad naar Het Parool vertrok, ging verslaggever Hans Smits, aan wie Het Parool zijn welwillende houding tegenover Provo te danken had, juist van Het Parool naar het Handelsblad.<sup>9</sup> Het verbeeldde de elkaar kruisende politieke koersen van de twee dagbladen: Het Parool voer eind jaren zestig in meer conservatieve richting, terwijl het Handelsblad de conservatieve stroming langzaam maar zeker verliet.

### *'Wereldverbeterarij'*

Half maart 1968 lichtte Hofland tegenover Martin van Amerongen van Vrij Nederland zijn plannen als hoofdredacteur toe. Hofland wilde van het Handelsblad een krant maken die uitblonk in de nieuwsvoorziening. Hij ergerde zich aan de opiniërende tendens in de Nederlandse pers, die ten koste ging van de 'aanmerkelijk meer inspanning vergende' nieuwsgaring. Tot zijn afgrijzen werden nieuws en commentaar bovendien vaak 'door elkaar gehutseld'.<sup>10</sup> Zo kwam je volgens Hofland uit Trouw niet te weten wat er in de wereld aan de hand was, maar wat hoofdredacteur Bruins Slot belangrijk vond. Hofland zocht zijn inspiratie dan ook in het buitenland: in Engeland bij The Times, The Observer en The Guardian; in Frankrijk bij Le Monde en in de Verenigde Staten bij The New York Times, stuk voor stuk kranten die een uitstekende nieuwsvoorziening combineerden met daarvan losstaande, duidelijke standpunten.<sup>11</sup> In de Nederlandse journalistiek zag Hofland geen voorbeelden om zich aan op te trekken. Het ene deel van de Nederlandse pers was, zoals hij dat tegenover Van Amerongen uitdrukte, nog steeds bevangen van vooroorlogse sufheid; het andere deel, dat uit het verzet voortkwam, had 'het partizanenschap' na 1945 voortgezet 'met ideologisch vuur, met zienschap en

met wereldverbeterarij'. Zo signaleerde Hofland op de pagina 'Politiek' van Het Parool achter elke uiteenzetting een ideologische drijfveer. Ook als nieuwskrant diende Het Parool, dat midden jaren zestig door veel journalisten werd gezien als de beste krant van Nederland, Hofland niet als voorbeeld. Het soort nieuws dat Het Parool bracht was daarvoor volgens Hofland te onbenullig, allemaal in de categorie 'Jongen Tracht Bank te Beroven voor Vijf Gulden'.<sup>12</sup> De NRC noemde Hofland een voorbeeld van de voortzetting van de vooroorlogse journalistiek. In mindere mate gold dat volgens hem ook voor het Handelsblad, 'waar soms hele goeie en soms hele suffe dingen in staan'.<sup>13</sup>

Als alternatief voor de suffe vooroorlogse pers en de partizanenpers lanceerde Hofland 'de pers van het midden', een term die hij niet alleen in het interview in Vrij Nederland gebruikte, maar ook in andere publicaties uit 1968.<sup>14</sup> Hofland bedoelde hiermee een pers die niet door een ideologische positie, of die nu conservatief of radicaal was, bepaald werd. Want volgens Hofland was 'alleen de krant van het midden, die zich niet onvoorwaardelijk met de strijdende partijen heeft vereenzelvigd [...] in staat een volledige beschrijving te geven van hetgeen er gebeurd is'.<sup>15</sup> Alleen de krant van het midden kon de lezer de 'complete waarheid' bieden. Het Handelsblad voldeed kennelijk al enigszins als 'krant van het midden', want om de term met een voorbeeld te illustreren, haalde Hofland tegenover Van Amerongen een artikel aan over de situatie in de Arabische vluchtelingenkampen dat het Handelsblad plaatste, toen Nederland na de Zesdaagse Oorlog overspoeld werd door een golf van Arabierenhaat.

Hofland wilde met het Handelsblad als krant van het midden 'onversneden waarheden' brengen, nieuws in zijn pure vorm, onvermengd met opinie en ideologie. 'Het strakke, heilige nieuws' was, zo zei Hofland de Amsterdamse journalist Sem Davids na, 'de koelste en klaarste grondstof' voor een krant.<sup>16</sup> Opvallend is dat Hofland het nieuws hier opvatte als een onveranderlijke grootheid. In het algemeen wordt de journalistiek van de jaren zestig gekenmerkt door het toenemende besef dat een objectieve weergave van de werkelijkheid niet mogelijk is en dat onpartijdigheid een illusie is. En juist Hofland wordt gezien als een exponent van die soort nieuwe journalistiek.<sup>17</sup> Dat beeld van Hofland behoeft duidelijk bijstelling.

## *Falanx*

Gezien de nadruk die Hofland op het nieuws legde, was het logisch dat hij zijn aandacht in eerste instantie richtte op degenen die dat nieuws moesten vergaren: de verslaggevers. Hij noemde de verslaggeverij de 'falanx' – stoottroepen – van de krant. In zijn visie vormden de verslaggevers de voorhoede van de krant, die de signalen in de samenleving opving en naar de lezers vertaalde.<sup>18</sup> Begin 1963 stelde Hofland al vast dat het de krant aan een jagersinstinct ontbrak.<sup>19</sup> Hij was toen net tot adjunct-hoofdredacteur benoemd en begon in die functie met uitbreiding van het aantal verslaggevers. Zo haalde Hofland in 1965 John Jansen van Galen op de verslaggeverij binnen. Jansen van Galen gaf in zijn sollicitatiegesprek aan een voorkeur voor de buitenlandredactie te hebben, maar Hofland zei hem dat die redactie een soort bibliotheek was.<sup>20</sup> Iemand die Hofland er bij zijn sollicitatie meteen uitpikte als het soort nieuwsgager waar hij naar op zoek was, was de 27-jarige Sytze van der Zee, die in 1966 van de Haagsche Courant naar het Handelsblad kwam. Toen Van der Zee bij het Handelsblad begon, was de verslaggeverij, die rond 1960 uit drie man bestond, al tot zeven uitgebreid. In de daaropvolgende jaren werd het aantal verslaggevers verder vermeerderd tot twaalf – een aanzienlijk aantal op in totaal 54 redacteuren.<sup>21</sup>

## 6.2

### De nieuwsdienst



Sytze van der Zee (rechts) in actie als verslaggever, 1966.

Om het Handelsblad te laten uitblinken in het nieuws, waren niet alleen meer mensen nodig die op nieuws jaagden, maar moest ook de organisatie van de krant op het nieuws worden toegespitst. Zoals Blokker in zijn rapport al geschreven had, mocht niet iedere redacteur zijn eigen hobby's hebben, maar moest centraal geregisseerd worden wie welk onderwerp opnam. Andere kranten waren al eerder overgegaan tot een dergelijke professionalisering van de redactionele organisatie. Zelfs de NRC kreeg in 1968 onder leiding van Heldring en Guise een nieuwsdienst. Op het Handelsblad woedde ten aanzien van het wel of niet invoeren van een nieuwsdienst een richtingenstrijd. De chef binnenland, Ed Boer, en zijn plaatsvervanger, J.W. van Esveld, waren tegen deze vorm van nieuwlichterij. Boer wist zich gesteund door hoofdredacteur Steketee, met wie hij het goed kon vinden. Zolang Steketee nog aanwezig was, kon van invoering van een nieuwsdienst dan ook geen sprake zijn. Boer werd op de redactie gewaardeerd om zijn gevoel voor humor. Hij was echter niet erg flexibel en kon in hiërarchische verhoudingen op zijn strepen gaan staan. Met Hofland had hij een getroebleerde verhouding sinds deze hem voorbijgestreefd was als adjunct. Een nieuwsdienst zag Boer als een bedreiging van zijn positie als chef binnenland. De verslaggeverij ressorteerde nu nog onder hem, maar bij invoering van een nieuwsdienst zou dat niet langer logisch zijn.<sup>22</sup>

De commissie-Blokker was in de controverse over een nieuwsdienst tot het compromis gekomen 'een horizontale man' aan te stellen, die voor de hele redactie als centrale nieuwsbron zou fungeren. Dat was ook wat Hofland deed toen hij begin 1968 tot hoofdredacteur naast Steketee werd benoemd. Twee van zijn vertrouwelingen, de verslaggevers Sytze van der Zee en Pieter de Vink, gingen de horizontale dienst beurtelings vervullen. Om zo min mogelijk weerstand op te wekken, werd de dienst in de avonduren verricht – Boer was er dan niet. De horizontale man las kranten, bedacht onderwerpen voor de verslaggeverij en schreef drie korte stukjes voor een nieuwe actualiteitenrubriek. Zo hoopte men met weinig middelen toch de indruk te wekken dat het Handelsblad boven op het nieuws zat. Redacteurs die sceptisch tegenover de horizontale dienst stonden, lachten zich een krik om de actualiteitenrubriek.<sup>23</sup> Problematisch aan de horizontale dienst was dat lang niet alle redacteurs geneigd waren suggesties voor artikelen over te nemen van deze twee twintigers. Volgens het rapport van de commissie-Blokker had de aanstelling van

een horizontale man gepaard moeten gaan met een gelijktijdige aanstelling van een chef-redacteur, die samenwerking van de deelredacties kon afdwingen en bovendien de verslaggeverij onder zich kreeg. Nu de instelling van de horizontale dienst niet gestut werd met een verdere herstructurering van de redactie, kwam de dienst in de lucht te hangen.

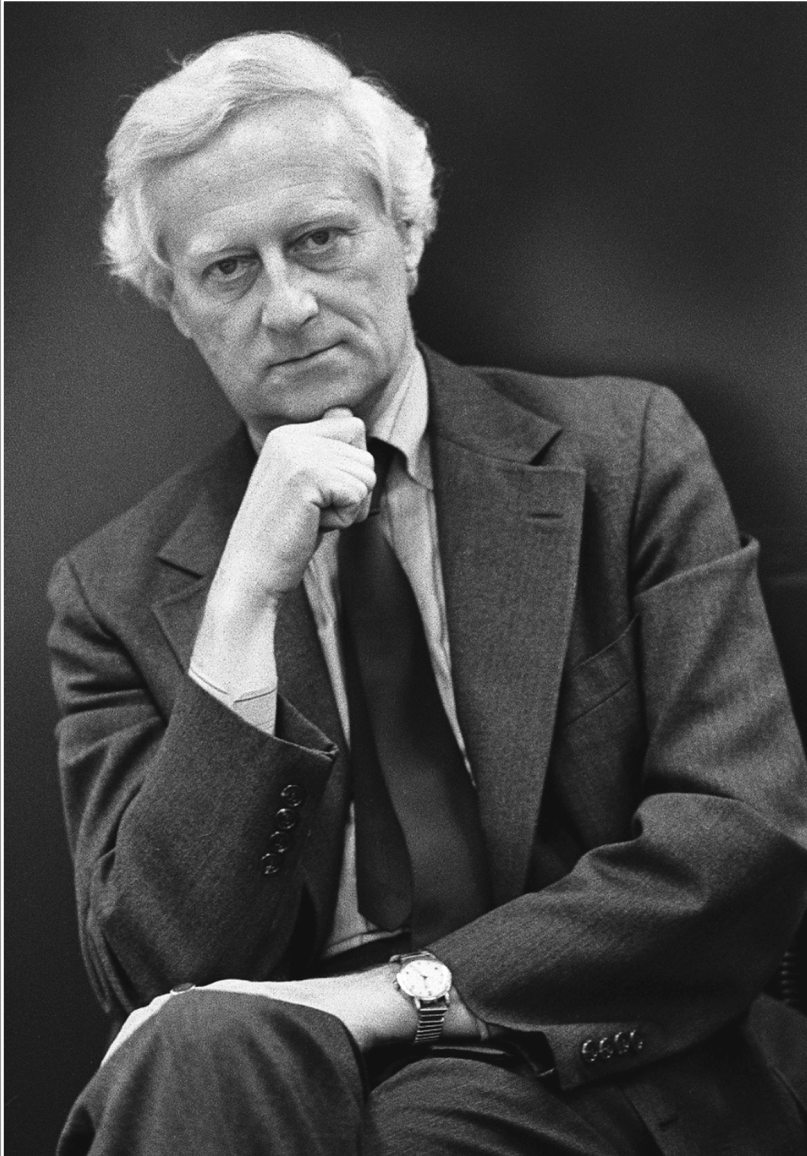
Toen Steketee in juli 1968 vertrokken was, werd alsnog een reguliere nieuwsdienst ingesteld: Van der Zee werd benoemd tot chef en hij voerde zijn taken voortaan 's ochtends uit. Op 9 september 1968 ging het Handelsblad over op een opmaak in acht kolommen, zoals een jaar eerder al was aanbevolen in het rapport van de commissie-Blokker. Tegelijkertijd werd de rechterkolom van de voorpagina een rubriek met tweeregelige nieuwsberichten, 'Het nieuws vandaag'. Balks 'Keizerskroon' werd ingekort ten behoeve van binnenlands nieuws en de opiniepagina schoof op naar pagina 4. Frits Müller leverde voortaan de politieke prent.

Hofland werkte in nauw contact met zijn chef nieuwsdienst. Elke ochtend nam hij samen met Van der Zee de krant van die dag door. Eenmaal per week, op dinsdagochtend, blikten zij in café Hoppe vooruit op de krant van die week. 'Zijn consigliere' noemde 'Godfather' Hofland Van der Zee. Hofland sprak vaak in maffiatermen.<sup>24</sup> Door anderen werd de twaalf jaar jongere Van der Zee ook wel als een discipel van Hofland aangeduid. Van der Zee nam inderdaad veel van Hoflands denkbeelden over, zoals de pers van het midden,<sup>25</sup> maar van blinde bewondering voor zijn leermeester was geen sprake. Gaandeweg raakte Van der Zee zelfs enigszins teleurgesteld in Hofland als hoofdredacteur, omdat deze de zaken zo op hun beloop liet. Hofland maakte geen haast met de verdere professionalisering van de redactionele organisatie. Van der Zee mocht dan wel chef nieuwsdienst heten, maar hij vervulde de dienst na het vertrek van De Vink in het najaar van 1968 alleen, zonder assistentie.<sup>26</sup> Bovendien had Ed Boer als chef binnenland nog steeds de verslaggeverij onder zich. In feite was Van der Zee dus vleugellam.



## 6.3

### De komst van Spoor



Drs. A.S. Spoor (1931-2012), hoofdredacteur van het Algemeen Handelsblad in 1969/70.  
Foto uit 1984.



Bij de benoeming van Hofland tot hoofdredacteur had Stijkel als tegemoetkoming aan de bezwaren die er bij Pluygers en de commissarissen tegen Hofland bestonden, akkoord moeten gaan met een medehoofdredacteur in wie zij vertrouwen stelden. Voor deze rol had Pluygers in eerste instantie de adjunct-hoofdredacteur van de NRC, Heldring, gevraagd. Heldring had de functie na rijp beraad echter geweigerd, omdat hij beseftte dat men hem op de redactie van het Handelsblad als een zetbaas van Pluygers zou zien, wat hem een onwerkbare situatie leek.<sup>27</sup> Heldring en Stempels hadden Pluygers vervolgens aangeraden om André Spoor voor de functie te vragen. Spoor was buitenlandredacteur van de NRC geweest, maar was in 1961 als correspondent voor de Geassocieerde Persdiensten (GPD) gaan werken, het samenwerkingsverband van regionale dagbladen. Stempels en Heldring zagen in hem een toekomstig hoofdredacteur van de NRC en vonden het nuttig wanneer hij bij het Handelsblad vast de nodige ervaring zou opdoen. Daarnaast leek het hun in verband met de redactionele samenwerking tussen beide bladen prettig om een NRC-man bij het Handelsblad te hebben. Ook Spoor zelf beschouwde zich als een NRC-man, al had hij slechts drie jaar bij de NRC gewerkt.<sup>28</sup>

Pluygers kende Spoor niet. In de tijd dat Spoor buitenlandredacteur van de NRC was geweest, had Pluygers het Algemeen Dagblad als titel onder zich gehad en was Baas degene uit de directie die zich met de NRC bezighield. Maar als zoon van generaal Spoor, voor wie Pluygers als oud-Indië-ganger groot ontzag had, beschikte Spoor over de best denkbare introductie. Toen Spoor begin 1968 even in Nederland was, ging hij ter kennismaking met Pluygers in het Rotterdamse Parkhotel lunchen. Pluygers was ingenomen met wat hij zag: een knappe man met het voorkomen van een diplomaat – ‘een fatsoenlijke vent’ in het taaleigen van Pluygers. De kritische stukken die Spoor vanuit Washington voor de GPD had geschreven over het Amerikaanse Vietnam-beleid waren Pluygers kennelijk niet onder ogen gekomen. Afgesproken werd dat Spoor in september 1968 als adjunct-hoofdredacteur naast Hofland zou beginnen en na enige tijd zijn gelijke zou worden.

Na de lunch in het Parkhotel sprak Spoor Pluygers nog één keer voordat hij bij het Handelsblad begon. Dat was in juni 1968 toen Pluygers, op reis in de Verenigde Staten, waar hij zich regelmatig op de hoogte stelde van de nieuwste ontwikkelingen in het grafische vak, langsging bij E.G. (Eddy) Lachman, de correspondent voor de NRC en het Handelsblad in

Washington. Spoor logeerde op dat moment bij Lachman, omdat hij zijn huis met het oog op zijn aanstaand vertrek al van de hand had gedaan. Ook al had Spoor Pluygers dus slechts twee keer ontmoet, voor de redactie van het Handelsblad was hij de pion van Pluygers. Men was verbolgen dat hij zonder inspraak of overleg door Pluygers als hoofdredacteur bij het Handelsblad werd gearachuteerd. Toen Spoor zich in september 1968 in zijn nieuwe functie op de Nieuwezijds Voorburgwal meldde, wachtte hem dan ook een koele ontvangst. In zijn herinnering voegde Hofland hem bars toe dat het moeilijk was een kamer voor hem vrij te maken, aangezien het gebouw niet van rubber was.<sup>29</sup> Het kamertje dat hij kreeg toegewezen was alleen te bereiken via een doorgang in het trappenhuis van Cuypers' schepping naar het ernaast gelegen pand, door een gangetje met drie wc's met aan het eind een zware deur die toegang gaf tot een ander trappenhuis dat naar de technische afdeling leidde. Rechts achter die deur lag de kleine kamer waar Spoor zijn eerste maanden bij het Handelsblad doorbracht. Hij was er levend begraven: niemand van de redactie kwam daar ooit, behalve de redacteur wetenschappen, Sietz Leeftang, die op de zenuwen van Hofland werkte en min of meer was verbannen naar een kamertje dat nog een smal trapje verder lag. Aanvankelijk ging Hofland Spoor uit de weg; ook zijn vertrouwelingen had hij het consigne gegeven Spoor te negeren.<sup>30</sup> Spoor wist zich echter aan zijn opgedrongen isolement te onttrekken. Tot verbazing van de redacteurs met wie hij contact maakte, bleek hij een sympathieke man met vernieuwende journalistieke ideeën. Ook Hofland liet, zodra hij Spoor werkelijk leerde kennen, zijn vijandige houding varen. Hofland en Spoor bleken het goed samen te kunnen vinden: zij hadden een gelijkgerichte intellectuele belangstelling en eenzelfde gevoel voor humor.

De afspraak was dat Spoor zich zou inwerken als adjunct en binnen een jaar, op een door Hofland te bepalen moment, hoofdredacteur zou worden. Aangezien het tussen hen klikte, stelde Hofland al eind 1968 aan Stijkel voor om Spoor per 1 januari medehoofdredacteur te maken. Maar volgens Stijkel kon Spoor pas per 15 maart benoemd worden, aangezien de commissarissen, die hem moesten benoemen, pas dan weer vergaderden. Om de pil te vergulden stelde Stijkel Spoor voor elkaar vast bij de voornaam te noemen. 'Ik heet Eildert,' zei hij, terwijl hij zijn hand naar Spoor uitstak.<sup>31</sup> Toen de kunstredactie verhuisde, kon Spoor de kamer overnemen die schuin tegenover de officiële kamer van de hoofdredacteur lag.

## *Fusiekrant*

Tijdens zijn tweede ontmoeting met Pluygers, in het huis van Lachman, had Spoor van Pluygers de indruk gekregen dat een fusie de volgende stap zou zijn in de integratie tussen de NRC en het Handelsblad. De beide kranten werkten, zoals bij de oprichting van de NDU overeengekomen was, immers op beperkte schaal al samen. Lachman was bijvoorbeeld een van de gemeenschappelijke correspondenten. Een fusie kwam Spoor dan ook volkomen logisch voor. Bovendien beseftte Spoor dat alleen door de krachten te bundelen een krant gemaakt zou kunnen worden die boven het gemiddelde peil van de Nederlandse journalistiek uit zou komen.

Vanuit de Verenigde Staten had Spoor gezien hoe de pers in Nederland met de televisie probeerde te concurreren door de lezers meer verstrooiing te bieden. Ook het Handelsblad onder Steketee had zich door de televisie de maat laten opleggen: de krant moest levendiger zijn en luchtiger ogen. Spoor had de indruk dat men in Nederland gebukt ging onder een doemscenario: de televisie, die alle aandacht van het publiek en de adverteerders naar zich toe trok, leek het einde in te luiden van de krant. Maar in de Verenigde Staten, waar de televisie al eerder was doorgebroken, had Spoor geconstateerd dat het nieuwe medium ook een stimulus kon zijn voor het oude medium. De nieuwsrubrieken van de televisie wekten de nieuwsgierigheid, die de krant vervolgens kon bevredigen met het soort brede en diepgaande informatie dat de televisie niet kan leveren. Spoor was ervan overtuigd geraakt dat kranten geen amusement, maar achtergrondinformatie moesten bieden; het waren juist de serieuze kranten, zoals *The Washington Post* en *The New York Times*, die in Amerika het televisietijdperk overleefden. Toen Spoor terugkeerde uit Washington, was hij de concurrenten in Nederland een stap voor. Hem stond duidelijk voor ogen wat de formule voor de fusiekrant moest zijn: een kwaliteitskrant, die de lezer informeerde in plaats van hem te vermaken.

Tot zijn verbazing merkte Spoor echter, toen hij bij het Handelsblad was begonnen, dat niemand daar aan een fusie met de NRC dacht. De directie en de redactie van het Handelsblad hadden maar één doel voor ogen: het Handelsblad redden van de ondergang. Aangezien Spoor al gauw begreep dat niemand bij het Handelsblad voor een fusiekrant te motiveren zou zijn, ging ook hij zijn energie op de vernieuwing van het Handelsblad richten. Alle inspiratie die hij in Amerika had opgedaan, stelde hij nu ten dienste van het Handelsblad.



Vlak voor de aanstelling van Stijkel als directeur bij het Handelsblad was het rapport van de commissie-Blokker verschenen. Uit de initiatieven die de nieuwe directeur ontplooidde, bleek dat hij dit rapport goed bestudeerd had. Precies zoals Blokker dat aanbevolen had in zijn rapport, zou Stijkel kiezen voor een verjongingsmanoeuvre in één klap. Maar eerst schakelde hij een extern bureau in dat het Handelsblad moest doorlichten. Onderzoekers van het toonaangevende reclame- en adviesbureau J. Walter Thompson (JWT) voerden gedurende enkele maanden gesprekken op de redactie en met de directie, verdiepten zich in de oplageontwikkeling, abonneewerving, lezerswensen en de organisatie van de krant. In april 1969 kwam JWT met een lijvig rapport waarin een analyse werd gevolgd door 61 aanbevelingen.<sup>32</sup>

De belangrijkste aanbevelingen van JWT voor het Algemeen Handelsblad golden de doelgroep. Volgens het rapport moest het Handelsblad, dat zijn abonnees overwegend onder oudere, welgestelde en conservatieve mannen vond, zich ook gaan richten op jongeren, vrouwen en op mensen die zich losmaakten van de kerk. Vooral bij de katholieke bevolkingsgroep zag men 'grote mogelijkheden'. In het rapport werd erop gewezen dat het proces van secularisering in het bijzonder bij de Nederlandse katholieken plaatsvond.<sup>33</sup> Als doelgroep waren ontkerkelijkt katholieken interessant, omdat katholieken, meer nog dan protestanten, hun eigen dagbladen lazen; het Handelsblad telde al veel lezers van hervormden huize.

Katholieken waren voor het Handelsblad nieuw als doelgroep, maar vrouwen en jongeren waren dat niet. Zij werden al sinds de jaren vijftig als zodanig door het Handelsblad beschouwd. Keer op keer werd in het jaarverslag en in hoofdredactionele memoranda gesteld dat het Handelsblad ook de jeugd en de vrouw moest bereiken. Het redactionele beleid was daar echter nooit werkelijk op afgestemd. De hoofdredactie was er steeds van uitgegaan dat als het Handelsblad maar levendig genoeg zou zijn, het vrouwen en jongeren vanzelf zou aanspreken. JWT stelde echter vast dat het Handelsblad wezenlijk moest veranderen om de beoogde doelgroepen te bereiken. Volgens het rapport moest het Handelsblad kritischer durven zijn. Mensen uit de beoogde doelgroep vonden namelijk dat het Handelsblad te behoudend was en zich te veel op de vlakte hield,<sup>34</sup> terwijl volgens JWT de lezer niet alleen informatie maar ook standpunten in zijn krant wilde lezen.<sup>35</sup> Het Handelsblad moest een

krant worden die lezers hielp 'hun opinies t.a.v. hun leven in de huidige maatschappij te vormen'.<sup>36</sup>

### *Duivels dilemma*

Het Thompson-rapport definieerde de nieuwe doelgroep van het Handelsblad als mensen 'die zich niet fundamenteel tegen de huidige maatschappij richten, maar wel "gevestigde" opinies en autoriteit kritisch bekijken'.<sup>37</sup> Op dat punt stonden de lezers uit de nieuwe doelgroep veelal lijnrecht tegenover degenen die van oudsher abonnee op het Handelsblad waren. Vonden mensen uit de beoogde doelgroep dat het Handelsblad te weinig uitgesproken en te behoudend was, in het rapport werd ook vastgesteld dat 'de huidige lezerskring' juist tevreden was met de krant zoals die was.<sup>38</sup> De tegenstelling tussen de abonnees en de doelgroep werd in conclusie 4 van het rapport pregnant verwoord: 'De eigenschappen van het Algemeen Handelsblad, die een groot deel van de abonnees tevreden stemmen, staan een band met nieuwe abonnees in de weg.' De zwakte van het Thompson-rapport was dat, ondanks deze vaststelling, geen rekening werd gehouden met het gevaar de oude abonnees te verliezen als de krant in de door JWT aangewezen richting zou veranderen; laat staan dat het rapport een manier wees hoe dit gevaar bezworen moest worden. En toch moest het iedere oppervlakkige beschouwer duidelijk zijn dat het Handelsblad opgescheept zat met een duivels dilemma: de groep trouwe abonnees, die afkalfde maar nog steeds de ruggraat van de krant vormde, dreigde verloren te gaan in het streven jonge, meer progressieve lezers en lezeressen te behagen. De sprong naar de nieuwe abonnees zou, zoals Hofland dat later uitdrukte, een 'salto mortale' zijn.<sup>39</sup>

### *Anderhalf miljoen*

Met de aanbevelingen van het Thompson-rapport was volgens de bijgeleverde begroting een investering van 1,5 miljoen gulden gemoeid. Ten eerste zouden de papierkosten sterk toenemen omdat de omvang van de krant volgens JWT in 1970 met een kwart moest zijn toegenomen. Zo moest de financieel-economische rubriek naar voorbeeld van The Times uitgebreid worden tot een speciaal katern van vier pagina's, moest de vrouwenpagina voortaan dagelijks verschijnen en moest het aantal foto's bijna verdubbeld worden. Boven op de hogere papierkosten kwamen nog de kosten voor de noodzakelijke uitbreiding van de redactie. JWT re-



kende in zijn rapport voor dat er ongeveer acht extra redacteurs nodig waren om vorm te geven aan de aanbevolen nieuwe en vergrote rubrieken. Verder waren de aanbevelingen op gebied van reclame en abonnementswerving zeer kostbaar.

In het commentaar op het Thompson-rapport van de kant van het Handelsblad, dat waarschijnlijk van de hand van Stijkel was, werd als eerste punt naar voren gebracht dat het rapport 'financiële mogelijkheden die niet aanwezig zijn' veronderstelde.<sup>40</sup> De vraag is hoe het kwam dat er van tevoren geen duidelijkheid bestond over het financiële kader waarbinnen JWT zijn aanbevelingen moest doen. Waarschijnlijk was Stijkel op het moment dat hij de adviesopdracht gaf nog niet doordrongen van de onwil van de Rotterdamse directie om in de verliesgevende Amsterdamse krant te investeren. In het jaar dat JWT zijn aanbevelingen deed, zou het Handelsblad het grootste verlies uit zijn geschiedenis maken. De noodzaak van bezuinigingen stond voorop.

### *Aspiraties Stijkel*

Hoewel Stijkel dus niet over de fondsen kon beschikken die nodig waren voor de vergaande aanbevelingen die JWT deed, bleef hij vast van plan het initiatief in het concern naar het Handelsblad toe te trekken. Ook met meer bescheiden middelen dacht Stijkel het Handelsblad aan de winnende hand te kunnen brengen. Van Pluygers had hij geen hoge dunk; die vond hij een primitieve figuur. Gezien het feit dat hij als oud-staatssecretaris gewend was zich in de hoogste kringen te bewegen, had hij er alle vertrouwen in dat hij de Raad van Commissarissen op zijn hand zou krijgen.<sup>41</sup>

Stijkel was een lange man met een mager gezicht en een brede lach. Hij was vlot in de omgang, maar hield zijn kaarten tegen de borst. Hij was intelligent en ambitieus.<sup>42</sup> Stijkel zag de krant als spreekbuis van zijn politieke wereld. Hij schreef er zelf in onder het pseudoniem Chardon – Frans voor 'distel' en 'stekel'.<sup>43</sup> Bij de NRC trok hoofdredacteur Heldring daar de wenkbrauwen over op, maar Stijkel kon bij het Handelsblad terugrijpen op een traditie van vermenging van directionele en hoofdredactionele verantwoordelijkheden. Hoewel Heldring het nooit geaccepteerd zou hebben als de Rotterdamse directeur Pluygers een opiniestuk in de NRC had willen plaatsen, was hij ondertussen wel enigszins jaloers op de steun die de hoofdredactie van het Handelsblad kreeg van de Amsterdamse directie.<sup>44</sup> Er was veel contact tussen de directie en de hoofdredactie van het Handelsblad. Onderdirecteur Abbing dook wel eens de

kroeg in met Hofland en de zijnen. Ook Stijkel stelde zich bepaald amicaal op. Abbing herinnert zich dat Stijkel hem en de hoofdredactie thuis uitnodigde om de nieuwe inrichting van zijn werkkamer te bezichtigen, wat een hilarische situatie opleverde, want Stijkel kwam klem te zitten tussen zijn nieuwe stoel en zijn nieuwe bureau. Volgens Abbing, die niet alleen zijn plaatsvervanger maar ook een vriend van hem was, hielden zij met moeite hun gezicht in de plooi. Stijkel was niet de man om op zo'n moment hartelijk uit te lachen; dat zou hij als gezichtsverlies ervaren hebben. Op initiatief van Stijkel gingen directie en hoofdredactie van het Handelsblad twee keer gezamenlijk een weekend 'naar de hei'. Het doel van deze groepsessies in Hotel de Malle Jan te Vierhouten en Hotel den Treek te Leusden was een hecht team te smeden dat een sterk front in de NDU kon vormen.<sup>45</sup>



Het eerste grote plan van Stijkel in het kader van een herlancering van het Handelsblad was de invoering van een vroege editie voor de losse verkoop. Zo'n vroege editie, of middageditie, werd ook in het Thompson-rapport aanbevolen, maar Stijkel dacht er al langer over na. De losse verkoop van kranten steeg, met name bij ochtendbladen, maar ook bij avondbladen. Van het Handelsblad was de losse verkoop echter nog heel bescheiden: in het laatste kwartaal van 1967 werden er per dag gemiddeld zo'n 2600 exemplaren los verkocht. Andere Amsterdamse kranten deden het in dezelfde periode veel beter: van Het Parool gingen ongeveer 9100 exemplaren los van de hand, van de Volkskrant 16.000 en van De Telegraaf 70.000.<sup>46</sup> Het probleem met het Handelsblad was dat het pas tussen drie en vier uur in de middag verscheen, en dat was voor de losse verkoop aan de late kant. Stijkel ging er daarom van uit dat als het Handelsblad met een vroege editie zou uitkomen, de straatverkoop sterk zou toenemen, terwijl daarnaast de kiosken in verder van Amsterdam gelegen gebieden meer losse nummers zouden verkopen.<sup>47</sup> In het Thompson-rapport werd voorgerekend dat de losse verkoop met een vroege editie in 1970 toegenomen zou zijn tot 6500. Stijkel had hooggespannen verwachtingen van een vroege editie: de omhooggestuwde oplage zou, naar hij veronderstelde, een positief signaal afgeven dat de neerwaartse spiraal zou keren.

In het Thompson-rapport werd geadviseerd om zo spoedig mogelijk de geplande vroege editie uit te brengen. In reactie hierop schreef Stijkel in april 1969: 'Hieraan wordt al enige tijd gewerkt.'<sup>48</sup> Tenminste, dat dacht de directeur. Hij had zijn plan voor een vroege editie met Hofland besproken. Hofland vond het een goed idee,<sup>49</sup> wat nog niet wilde zeggen dat hij de redactie er ook op had voorbereid.<sup>50</sup> 'Opeens was het zover,' herinnert Van der Zee zich.<sup>51</sup> Na herhaaldelijke verzoeken van Stijkel waarop hij niet gereageerd had, zag Hofland zich tijdens een directievergadering plotseling genoodzaakt op korte termijn een ingangsdatum te noemen.<sup>52</sup> Spoor was niet bij de vergadering aanwezig, omdat hij met vakantie was. De redactie werd inderhaast ingelicht over de vroege editie, die enkele dagen later al van de pers moest rollen. De gevolgen voor de redactie en de technische diensten waren ingrijpend: vrijwel iedereen moest twee tot drie uur eerder beginnen. Nieuws moest nu 's nachts worden doorgegeven, alles moest 'voor half zeven 's morgens kant en klaar op de verdeeltafel ter zetters' liggen.<sup>53</sup> Protest brak uit: wat was dit voor

een autoritaire manier van doen om de redactie totaal onvoorbereid een nieuw productieschema op te dringen? Het kwam erop neer dat er opeens twee kranten gemaakt moesten worden. Dat vond men roofofbouw op een toch al door bezuinigingen uitgemergelde redactie. Woltz en Van der Zee herinneren zich een protestvergadering op zaterdagochtend in Hotel Polen, waar Hofland niet bij was en waar in feite over zijn lot werd beschikt. Hij wachtte het af in café Scheltema.<sup>54</sup> Weigerde de redactie haar medewerking, dan zou Hofland ontslag nemen. Sommige redacteuren vonden dat Hofland naar Stijkels pijpen danste en riepen dat de boel plat moest. Enkel namen het voor Hofland op. Van der Zee, die was gesouffleerd door Hofland, betoogde dat een staking Pluygers een uitgelezen kans zou bieden om orde op zaken te stellen, Hofland af te zetten en wellicht zelfs het Handelsblad op te doeken. Dat wilden de meeste redacteuren niet op hun geweten hebben. Morrend ging men akkoord.<sup>55</sup>

Na de vergadering ging Van der Zee bijna op de vuist met de filmredacteur, I.W. (Ivan) Sitniakowsky, de opvolger van Blokker. Van der Zee herinnert zich hoe hij de adrenaline door zijn aderen voelde schieten toen hij in het gebouw van Cuypers de trap af liep en op de overloop Sitniakowsky tegenkwam, die hem uitmaakte voor knecht van de directie. Getergd greep Van der Zee hem vast, drukte hem bij het borstbeeld van Charles Boissevain tegen de muur en balde zijn vuist. Het was dat een andere redacteur zijn arm tegenhield, anders had hij uitgehaald.<sup>56</sup> De emoties liepen hoog op nu de toekomst van de krant op het spel stond.

### *Boereneditie*

‘Het lijkt wel of ik bij een andere krant werk,’ verzuchtte Spoor na zijn terugkeer van vakantie.<sup>57</sup> Hofland had in alle haast geen mogelijkheid en noodzaak gezien om zijn medehoofdredacteur te bereiken voor overleg.<sup>58</sup> Spoor voelde zich gepasseerd; Stijkel was razend dat zijn plan door Hofland zo slecht voorbereid bleek.<sup>59</sup>

Omdat Spoor zich niet aan het plan gebonden had, kon hij zijn gewicht er nog tegen in de schaal leggen. Spoor was tegen een vroege editie. Van de NRC kende hij de boereneditie, die naar de dorpen in Zeeland ging, en daar had hij slechte herinneringen aan. Net als de bedoeling was met de vroege editie van het Handelsblad zakte de boereneditie om 12.00 uur; de gewone om 15.00 uur. In de praktijk werd de krant daardoor een geactualiseerde, opgekalefaterde versie van de boereneditie. Journalistiek gezien vond Spoor zo’n vroege editie dus een ramp. Hij zocht Stijkel thuis in Marlot op en maakte zijn bedenkingen kenbaar. Spoor hield de

directeur voor dat als het er dan toch van moest komen, uitbreiding van de redactie noodzakelijk was en er meer tijd nodig was om de redactie erop voor te bereiden. Hij bedong twee weken uitstel en kreeg er naar eigen zeggen vier extra arbeidskrachten bij.<sup>60</sup> Volgens Spoor legde de redactie zich toen pas bij de vroege editie neer.

Maandag 19 mei was het zover: de vroege editie kwam van de pers. Geopend werd met nieuws uit eigen stad rond de bezetting van het Maagdenhuis door studenten die meer inspraak verlangden – in de vroege editie viel het accent op plaatselijk en nationaal nieuws. De vroege editie werd op straat verkocht door meisjes in strakke, witte T-shirts waarop in helderrode letters het logo van de krant stond afgedrukt. De T-shirts waren een sensatie: een modern soort kledingstuk, strak om het vrouwenlichaam, met de naam van de oude krant dwars over de borsten. Iets dergelijks kende men toen alleen nog uit de film: in de Nouvelle Vague-film *À bout de souffle* (1960) verkocht hoofdrolspeelster Jean Seberg in eenzelfde soort T-shirt de Herald Tribune in de straten van Parijs.<sup>61</sup>

Ondanks de spannende T-shirts vielen de verkoopcijfers tegen. In de commissarissenvergadering van augustus 1969 sprak Stijkel hoopvol van een omhooggebogen trend, maar de oplage zakte in het najaar van 1969 weer in.<sup>62</sup> Misschien zag de krantenlezer dat het hier om een al te haastig opgezetste operatie ging. Ondertussen was het voor de redactie elke dag weer een hels karwei om na de vroege editie, waarin het accent op plaatselijk nieuws lag, de krant tussen twaalf en twee uur weer om te bouwen tot een landelijk avondblad. Volgens de toenmalige chef buitenland Sampiemon werd er roofofbouw gepleegd op de redactie.<sup>63</sup> Aangezien het verwachte verkoopsucces uitbleef, terwijl de verspreiding van de vroege editie veel geld kostte en het extra werk voor de redactie een zware last vormde, werd de vroege editie al na enkele maanden stopgezet. De eerste grote actie van Stijkel was op een mislukking uitgelopen.

### *Brandbrief*

Voor de nieuwsdienst had de tijdelijke overschakeling op de vroege editie verstrekken gevolgen. Het nieuwe zakschema dat gemaakt was om de krant drie uur eerder te drukken, liet geen enkele rol voor de nieuwsdienst: er was in de vroege morgen geen tijdstip ingeroosterd waarop de nieuwsdienst zijn voorstellen kon doen. Later op de dag kwam het daar niet meer van, omdat de redactie dan met haar aandacht bij de kopij voor de volgende editie was.



De dag na de invoering van de vroege editie schreef chef nieuwswdienst Van der Zee een brandbrief aan de hoofdredactie over het desastreuze effect van de vroege editie op de nieuwswdienst. Van der Zee stelde bitter vast 'dat wat in anderhalf jaar moeizaam is opgebouwd, in enkele dagen weer de grond wordt ingestampt'.<sup>64</sup> Aangezien er voor de nieuwswdienst in het nieuwe zakschema geen taak meer bestond en Van der Zee ervoor paste om voor 'Jan Lul' te spelen, dreigde hij zijn werk te staken. Hij stelde de hoofdredactie een ultimatum. Hij zou zich terugtrekken, tenzij de hoofdredactie garandeerde op korte termijn de verslaggeverij te reorganiseren. Van der Zee wilde dat de verslaggeverij losgekoppeld zou worden van de redactie binnenland en onder hem zou komen te vallen – dit was hem en verslaggever William Rothuizen tijdens een bespreking met Spoor in restaurant de Poort van Cleve ook toegezegd. Maar vanwege het verzet bij de redactie binnenland was het duidelijk dat zonder kordaat optreden van de hoofdredactie niets van deze beloofde herstructurering terecht zou komen. Voor Rothuizen, een talentvolle verslaggever die sinds 1964 bij het Handelsblad werkte, was deze herstructurering een breekpunt geweest – inmiddels had hij zijn ontslag al aangevraagd.<sup>65</sup>

Volgens Van der Zee sloot de hoofdredactie haar ogen voor de moeilijkheden die zich op de redactie binnenland voordeden. In een ander, ongedateerd memo uit dezelfde periode somde Van der Zee zijn frustraties ten aanzien van de redactie binnenland op: de armoede aan ideeën – 'waarom is het nodig dat op de ochtendvergadering twee binnenlandfiguren zwijgend aanwezig zijn?' –, het onvermogen om belangrijk nieuws te onderkennen, waardoor het Handelsblad scoops misliep en het ontbreken van een stimulerende leiding. Het frustreerde Van der Zee dat chef binnenland Boer, zijn plaatsvervanger Hans van Esveld en binnenlandredacteur Leo Rhijnsburger, 'redacteurs, die in alle opzichten achter liggen op de verslaggeverij', wel elke dag beoordeelden hoe de binnenlandpagina eruit kwam te zien.<sup>66</sup> 'Persoonlijk mededogen dat tot nog toe bij allerlei reorganisaties een remmend effect heeft gehad, moet geen rol meer spelen,' hield hij de hoofdredactie voor.<sup>67</sup> Het was deze doortastende mentaliteit die Van der Zee tot in de provincie de naam bezorgde van 'een veldheer die met harde hand regeert'.<sup>68</sup> Van der Zee won het pleit. De verslaggeverij werd gesplitst: de meest ervaren en getalenteerde verslaggevers kwamen onder hem te ressorteren en gingen zich enkel nog met reportages en interviews bezighouden; de resterende verslaggevers bleven inzetbaar voor het kleinere werk op de redactie binnenland. Bovendien kreeg de nieuwswdienst een spilfunctie op de redactie: alle opdrachten aan redacteurs moesten voortaan via de nieuwswdienst worden gegeven,

zelfs als zij van de hoofdredactie of het Supplement afkomstig waren. Chef binnenland Boer hield drie redacteurs voor zijn redactie over; de gewone verslaggevers hoefden hem alleen 's ochtends assistentie te verlenen.<sup>69</sup>

## 6.6

### Spoor aan zet



Dolle Mina's verbranden een korset voor het standbeeld van Wilhelmina Drucker in Amsterdam op 23 januari 1970.

Stijkel was teleurgesteld dat zijn plan voor een vroege editie zo slecht voorbereid was door Hofland.<sup>70</sup> Het maakte dat hij met andere ogen keek naar de hoofdredacteur die hem door Pluygers opgedrongen was. Het effectieve optreden van Spoor na diens terugkomst van vakantie had indruk op hem gemaakt. Aan Spoor had Stijkel een hoofdredacteur die zich aan afspraken hield, goed kon onderhandelen en strategisch opereerde. Meer dan Hofland was Spoor een manager. Spoor herinnert zich dat het echec van de middageditie een einde maakte aan de een-tweetjes van Stijkel met Hofland waarbij hij buitengesloten werd. Van toen af aan lunchte Stijkel ook met Spoor.<sup>71</sup>

Het was dan ook geen toeval dat het volgende belangrijke initiatief in de vernieuwing van het Handelsblad van Spoor kwam. Geïnspireerd door het Thompson-rapport schreef hij namens de hoofdredactie een vertrouwelijk stuk, dat de inzet werd van een buitengewone bijeenkomst van de hoofdredactie met alle chefs in Hotel De Nederlanden te Vreeland op woensdag 25 juni 1969. Spoor had expres een externe locatie uitgezocht voor de bijeenkomst om deze meer gewicht te geven. Desondanks was de vergadering misschien niet zo vruchtbaar als Spoor gehoopt had, omdat Hofland deze tot ieders verbazing na korte tijd verliet vanwege een dringende afspraak. Later bleek dat hij zijn verloren regenjas bij Stijkel was gaan declareren.<sup>72</sup> De betekenis van het door Spoor geschreven stuk was er niet minder om. Het bevatte een schets voor de vernieuwing van het Handelsblad. De hoofdpunten van het stuk waren: een apart katern economie, een vaste, dagelijkse kunstpagina en een verbeterde opiniepagina.<sup>73</sup> Verder beschreef het stuk de manier waarop de redactie gereorganiseerd zou worden. Zoals vermeld, kreeg Van der Zee zijn zin: de nieuwsdienst kreeg een spilfunctie op de redactie en de zeggenschap over de verslaggeverij. Bovendien werd, zoals de commissie-Blokker twee jaar eerder al had voorgesteld, een chef-redacteur aangesteld: Van Baarsel ging per 1 augustus als zodanig het werk van de verschillende deelredacties coördineren.

### *Van de belegger naar de manager*

Net als in het Thompson-rapport was in het stuk van Spoor het voorstel opgenomen de financiële pagina's van de krant om te vormen tot een dagelijks tweede katern met een eigen voorpagina naar voorbeeld van The

Times. Zoals Blokker dat in zijn rapport twee jaar eerder ook al had aangegeven moest de financieel-technische rubriek van het Handelsblad verbreed worden tot berichtgeving over economie in de ruimste zin. De rubriek binnenland moest kolommen inleveren voor het tweede katern, maar er zou ook ruimte gevonden worden door een drastische besnoeiing van de berichtgeving over jaarverslagen en aandeelhoudersvergaderingen. Het perspectief van de belegger moest volgens Spoor worden vervangen voor dat van de jonge manager. In november 1969 werd een eindredacteur voor het tweede katern aangesteld, economisch historicus dr. R. (Rob) van Kamp. Het katern had een eigen voorpagina, compleet met de kop 'Algemeen Handelsblad' en het Lux et Libertas-vignet. Een naam had men er nog niet voor weten te verzinnen, vandaar dat het voorlopig eenvoudigweg 'Tweede Katern' heette.<sup>74</sup> Het bevatte artikelen die voorheen nooit op de financieel-economische pagina's te lezen waren geweest, zoals een reportage over het deeltijdwerken van getrouwde vrouwen bij Albert Heijn in Oegstgeest of een artikel over de toename van tweede woningen in Nederland.<sup>75</sup> Ook gingen buitenlandse correspondenten artikelen schrijven voor dit deel van de krant. 'De Westduitse vakbond zoekt contact met de DDR', was op 5 januari 1970 de kop boven een artikel van de correspondent uit Bonn. Eindelijk was er sprake van de verbreding van de financieel-economische rubriek waarnaar Steketee tien jaar eerder al had gestreefd en die voor Blokker het voornaamste doel van zijn hervormingspoging was geweest. Maar het voorbeeld van The Times werd met het Tweede Katern bij lange na niet geëvenaard. Om technische redenen lukte het niet om het katern uitneembaar te maken.<sup>76</sup> Het bestond bovendien uit weinig meer dan de eigen voorpagina, de andere pagina's werden nog voornamelijk in beslag genomen door de koerslijsten. Nieuwsbrengende reportages waren nog een uitzondering. Al met al ging het vooral om oude wijn in nieuwe zakken.<sup>77</sup> Voor het Tweede Katern gold wat ook voor de rest van de vernieuwing van het Handelsblad het geval was: de krant bewoog zich wel in de goede richting, maar de in het Vreeland-rapport gestelde doelen bleven voorlopig nog vergezichten.

### *Chantagementaliteit*

Evenals zijn voorganger Steketee had Hofland vóór de aanstelling van Spoor als zijn collega-hoofdredacteur geen vrouwelijke redacteurs aangenomen. Dit personeelsbeleid was ten tijde van Steketee al enigszins gedateerd geweest, maar na het baanbrekende artikel van Joke Smit in De

Gids van november 1967, 'Het onbehagen bij de vrouw', stond emancipatie definitief op de maatschappelijke agenda. Smit sneed in haar artikel juist ook het thema van discriminatie op de arbeidsmarkt aan. De toelichting die Hofland in januari 1969 gaf op het ontbreken van vrouwelijke verslaggevers bij het Handelsblad in De Journalist deed dan ook veel stof opwaaien. In dit interview met Ria van Haaster legde Hofland uit dat de redactie van het Handelsblad onder zijn leiding in principe openstond voor vrouwen. Het probleem was, aldus Hofland tegen de vrouwelijke journalist, dat geschikte vrouwen niet te vinden waren.

Ze hebben toch allemaal die chantage-mentaliteit, ze buiten hun vrouwpositie uit: Sorry, ik heb geen zin, ik heb hoofdpijn, dat onderwerp ligt me niet – is 't niet zo? Mannen doen dat óók wel, maar dan ligt het anders, met een man hoef je minder geduld te hebben. [...] Van een hoofdredacteur vraagt het meer afstand, inzicht en verdraagzaamheid om met een vrouw te werken dan met een man. Ze willen toch allemaal zo eenmaal per maand eens over hun bol worden geaaid, en als je daar het talent niet voor hebt komen er snel problemen. [...] Er zijn in Nederland geen vrouwen die het kunnen. Renate Rubinstein, ja, daar heb ik aan gedacht. Maar de rest is het type van het breipatroon-geleuter, òf een Mary McCarthy.<sup>78</sup>

Het interview, dat tegen de gewoonte door de redactie van De Journalist vóór de publicatie aan Hofland was voorgelegd, ontlokte veel reacties, die in de navolgende nummers werden gepubliceerd. De briefschrijvers wazen op de vele deskundige vrouwen die al op verschillende plekken in de journalistiek werkzaam waren, of waren geweest – bijvoorbeeld bij het Handelsblad in de jaren dertig, tijdens het hoofdredacteurschap van Von Balluseck.<sup>79</sup>

Hoe stellig Hofland zich ook had uitgelaten in De Journalist, heel serieus kan hij het niet bedoeld hebben. Spoor, die drie maanden later officieel tot zijn collega-hoofdredacteur benoemd werd, vond het vanzelfsprekend om vrouwelijke journalisten aan te nemen en herinnert zich niet daar ooit strijd over te hebben hoeven voeren met Hofland. Sterker nog: de eerste vrouw die door hen beiden aangenomen werd, kwam via Hofland binnen. Het was Lisette Lewin. Een gedreven journaliste, die een jaar bij de Volkskrant had gezeten, aanvankelijk op de redactie buitenland en daarna op de stadsredactie. Zij had er hard gewerkt en ook artikelen over kunst geschreven. Haar jaarcontract bij de Volkskrant werd in de nazomer van 1969 evenwel niet verlengd, wat zij achteraf wijt aan het generatieconflict dat daar in de jaren zestig speelde. Het boterde niet tus-



sen haar en de oude garde, die haar ook kwalijk leek te nemen dat zij met haar mannelijke collega's de kroeg in dook. Het was ook in de kroeg dat zij aan haar nieuwe baan kwam. Toen zij had gehoord dat zij de Volkskrant moest verlaten, ging zij haar verdriet verdrinken in café Hoppe. Hier kwam zij aan de praat met Hofland. Kon zij om negen uur met schone nagels op de krant zijn, was zijn vraag. Dan moest zij alleen nog even met collega Spoor gaan praten. Spoor vroeg of zij hem niet te dik geworden vond. Een vraag die zij ontkennend kon beantwoorden, aangezien zij hem nooit eerder had gezien. Aangenomen!<sup>80</sup>

Lewin was niet het soort vrouw waarmee Hofland geduld hoefde te hebben. Zij was wat Hofland noemde 'iemand die met de handicap van vrouw-zijn zich uitstekend handhaaft in een mannen-maatschappij'.<sup>81</sup> Lewin had hetzelfde gevoel voor ironie als Hofland; hij was dan ook ingenomen met haar speelse manier van schrijven. Lewin wilde zich bewijzen en conformeerde zich daarbij aan de mannelijke mores op de redactie. Zo keek zij wel uit om ooit haar tranen te laten zien. Huilen deed zij thuis, of hoogstens op de wc.<sup>82</sup>

Lewin werd in oktober 1969 aangenomen als verslaggeefster op de stadsredactie, die net opgericht was en waarvoor alleen nog een chef aangenomen was. Dat was de van De Telegraaf afkomstige J.J. Metz. De hardwerkende Lewin was een goede aanvulling voor Jaap Metz, een oudere, kleurrijke man, die niet meer zo productief was. Zoals wel vaker gebeurde, had Hofland hem in de kroeg een baan beloofd.<sup>83</sup> Toen Metz in de zomer van 1969 net was aangenomen, liep adjunct-redacteur Woltz binnen bij Hofland en hoorde geblaf van onder het bureau van de hoofdredacteur. 'Dit is de nieuwe chef stad,' zei Hofland tegen Woltz, terwijl Jaap Metz onder het bureau vandaan kroop.<sup>84</sup> Als Lewin zich verslapen had, belde Metz haar uit bed en riep dan zo hard dat de hele redactie het kon horen: 'Trek je slipje en je bh-tje maar aan en kom gauw naar de krant.' Tegen dat soort grapjes was zij wel bestand. Suggesties tijdens een vergadering of zij even koffie wilde gaan halen, beantwoordde zij met een diplomatieke ontwijking: 'Nee, koffiedrinken doen we straks wel.'<sup>85</sup> Lewin kreeg typisch vrouwelijke onderwerpen toegeschoven, zoals mode en koken, ook al had zij daar geen enkele affiniteit mee. En toen de Dolle Mina's zich in december 1969 begonnen te roeren, sprak het ook vanzelf dat Lewin op deze dames af gestuurd werd.

## *Heksenketel*

Een onderzoek naar de berichtgeving over Dolle Mina in het Handelsblad maakt duidelijk dat vrouwenemancipatie in deze krant een blinde vlek bleef.<sup>86</sup> Dolle Mina, een feministische groepering die met ludieke acties aandacht vroeg voor de achterstandspositie van de vrouw, viel een heel andere behandeling ten deel dan Provo vier jaar eerder. Was er ten aanzien van Provo gedeeltelijk sprake geweest van een nieuw soort diepgravende en duidende journalistiek, de Dolle Mina's werden lacherig afgedaan. Ondertussen ging het wel om een beweging die in enkele maanden uitgroeide van een groepje van twintig initiatiefnemers tot een aanhang van ongeveer achtduizend mensen, met afdelingen over het hele land.<sup>87</sup>

De eerste actie van Dolle Mina was de bezetting van kasteel Nijenrode op vrijdag 23 januari 1970, een protest tegen het feit dat alleen mannen werden toegelaten op deze businessschool – Hofland had er gezeten. Diezelfde avond verbrandden de Mina's in Amsterdam een korset bij het standbeeld van hun voorbeeld Wilhelmina Drucker, feministe van het eerste uur. De daaropvolgende maandag stond er op de stadspagina van het Handelsblad een klein artikel onder de kop 'Loslopende mannen prooi voor Dolle Mina', dat tamelijk badinerend van toon was. 'Van onze verslaggeefster' stond erboven; aan de lichtvoetige stijl kon men Lisette Lewin herkennen. Drie dagen later bekritiseerde freelancemedewerkster Ethel Portnoy dit artikel in haar column op de vrouwenpagina. 'Het lijkt wel televisie: een plaatje, en een nonchalant commentaar waarin alleen het anekdotische van die korsetverbranderij wordt belicht en geen woord over wat die dames precies wilden. Onderdrukking van informatie is niet een van de geringste onderdelen van onderdrukking,' aldus Portnoy, die geërgerd vervolgde: 'geen woord b.v. dat wordt geciteerd uit de pamfletten of manifesten die bij deze actie toch vermoedelijk wel verspreid zullen zijn, geen voorstandster die aan het woord wordt gelaten. Maar wel een uitroepteken in het onderschrift van een begeleidende foto, dat er zo-waar (!) mannen (!) deelnamen aan een actie voor gratis (!) crèches (!)'.<sup>88</sup>

Wat Portnoy schreef over het artikel van 26 januari gold voor de berichtgeving over Dolle Mina in haar algemeenheid. Deze was anekdotisch: er werd verslag gedaan van de gekke acties, maar er was nauwelijks aandacht voor de beweegredenen van Dolle Mina. Van de pamfletten die de Mina's uitdeelden werd melding gemaakt, maar de inhoud ervan werd niet besproken. Op een enkel citaat na kwamen de Dolle Mina's zelf ook niet aan het woord in de krant. Er verscheen geen enkel hoofdartikel over

de beweging, noch verschenen er opiniestukken over de eisen die Dolle Mina stelde, zoals gelijke betaling voor gelijk werk. De kans om het Handelsblad te profileren als opinievormer, juist ook ten opzichte van de begeerde vrouwelijke doelgroep, zoals in het Thompson-rapport met zo veel klem was aangeraden, liet men hier lopen.

Het Handelsblad vormde overigens geen uitzondering met zijn oppervlakkige berichtgeving. Dagblad Trouw schreef over de journalistieke reactie op Dolle Mina: 'Vanuit een superieure zelfverzekerdheid hebben vrijwel alle [...] mannen er geamuseerd van kennis genomen.'<sup>89</sup> Vanuit dezelfde superieure zelfverzekerdheid was de verslaggeving in het Handelsblad waarschijnlijk aan de enige vrouwelijke verslaggever overgelaten. Voor het resultaat maakte dat weinig verschil: Lewin nam de beweging niet serieuzer dan haar mannelijke collega's. Zij bezag de luidruchtig actievoerende Dolle Mina's met plaatsvervangende schaamte: van zelfbeklag hield zij niet en 'het gekrakeel' van de vrouwen vond zij nogal gênant.<sup>90</sup> Van het doelstellingencongres van Dolle Mina, dat in het weekend van 4 en 5 april in Arnhem werd gehouden, maakte Lewin een vrij uitgebreide reportage, die onder haar eigen naam verscheen in de maandagkrant. Zij beschreef hierin de strijd die tijdens dit congres woedde tussen de Mina's die een programma voor de beweging wilden vaststellen en degenen die een zodanig dirigisme niet accepteerden. Volgens Lewin was het congres een 'heksenketel', waarbij tegenstanders van een bindend programma 'honend spreekkoren aanhieven'. 'Mina's raakten in handgemeen en slingerden elkaar scheldwoorden naar het hoofd.' Toen het geruzie afgelopen was, verbaasde Lewin zich over het 'dodelijk-serieus discussiëren' dat erop volgde. Zij concludeerde dat er 'op het congres weinig plaats [was] voor de bevrijdende lach'.<sup>91</sup> Lewin ontving geregeld boze brieven van Mina's die vonden dat zij de vrouwenzaak verraadde.<sup>92</sup>



Een redacteur die in het tijdperk van Steketee de hoofdredacteur wilde spreken, moest een afspraak maken met de secretaresse. Met het hoofdredacteurschap van Hofland werden de verhoudingen op de redactie veel minder hiërarchisch. Hofland liet zich door alle redacteurs tutoyeren. Hij liep op de redactie rond, sprak redacteurs aan en kwam met lof of kritiek op hun artikelen. Hij kon zomaar ergens naast een redacteur een stuk gaan zitten tikken en als hij achter zijn eigen bureau zat, hield hij de deur van zijn kamer open. Ook voor Spoor gold dat hij makkelijk benaderbaar was en dat redacteurs hem inspirerend vonden.

Anders dan in het tijdperk-Steketee was ook dat er nu een hoofdredactie was die wist waar het heen moest met de krant. Wat dat betreft vulden de ideeën van Hofland en Spoor elkaar aan. Hofland wilde een nieuwskrant maken en Spoor een serieuze krant die de achtergronden van het nieuws belichtte. Ze rouleerden per week als voorzitter van de ochtendvergadering. Wanneer Spoor de krant maakte, lag het accent op het buitenland; bij Hofland op het binnenland. Ook in praktische zin vulden Hofland en Spoor elkaar aan. Spoor bracht structuur in de organisatie en had een meer strategische benadering van problemen. Met Spoor naast zich was het niet zo'n punt als Hofland een afspraak vergat of een stuk kwijt was. Spoor gaf kader aan de creativiteit van Hofland. Spoor was een intellectueel en een goed stilist; Hofland was een kunstenaar wiens brille de conventies ontsteeg.

### *Liberaal of onafhankelijk?*

Hoewel Hofland en Spoor over het algemeen gelijksoortige of tenminste aanvullende journalistieke ideeën hadden, verschilden hun houding ten aanzien van de politiek. Hofland beklemtoonde toen hij hoofdredacteur werd dat het Handelsblad een liberale krant bleef. In maart 1968 stelde hij: 'Het Handelsblad is een liberale krant en moet een liberale krant blijven.'<sup>93</sup> Spoor wilde juist een onafhankelijke krant maken en afstand bewaren tot elke partij, inclusief de vvd. Hofland wilde bij alle veranderingen in journalistieke stijl de krant niet ook nog eens van zijn politieke, liberale oorsprong vervreemden.<sup>94</sup> Hij beseftte terdege dat de ruggengraat van het Handelsblad gevormd werd door een grote groep trouwe abonnees, die conservatief van aard waren en overwegend vvd stemden. Als hoofdredacteur probeerde Hofland deze mensen, die te hoop liepen te

gen nieuwerwetse verschijnselen die zij ook in hun lijfblad gereflecteerd zagen, binnenboord te houden. Omwille van het voortbestaan van de krant deelde Hofland soms wat hij 'een rechtse knal' noemde uit.<sup>95</sup> Mr. F. Kuitenbrouwer, een jurist die in 1969 door Spoor bij het Handelsblad werd aangenomen, herinnert zich nog goed de reactie van Hofland op zijn eerste grote artikel, dat over klassenjustitie ging: 'Zo schrijf je onze abonnees uit Aerdenhout wel weg!'<sup>96</sup> Frank Kuitenbrouwer was afkomstig van het criminologische instituut van de Universiteit Utrecht en schreef als juridisch medewerker voor de GPD. Tijdens zijn middelbare-schooltijd had hij al voor het Utrechts Nieuwsblad geschreven. Spoor wilde hem graag aannemen, maar Hofland vond hem te links. Om niet geheel op eigen houtje te opereren had Spoor adjunct-hoofddredacteur Visser, die weldra door Woltz zou worden opgevolgd, enkele artikelen van Kuitenbrouwer te lezen gegeven, waarop diens reactie was geweest: 'Deze man is veel te goed voor ons.'<sup>97</sup>

Dat Hofland het Handelsblad als een liberale krant zag, bleek ook uit het feit dat hij al vrij snel nadat hij hoofddredacteur was geworden twee voor-aanstaande vvd'ers een column in de krant bezorgde. Het ging om Henk Vonhoff en om Haya van Someren-Downer, beiden lid van de Tweede Kamer voor de vvd. Boze tongen beweerden daarop dat hij iets binnen de vvd wilde bereiken.<sup>98</sup> Inderdaad heeft Hofland geprobeerd om voor de vvd in de Tweede Kamer te komen. Hij bevestigde dat in een interview met Ischa Meijer in de Haagse Post.<sup>99</sup> In dit gesprek gaf Hofland aan D'66 'een beetje onzin' te vinden. De politieke oogmerken van D'66 vond hij 'heel eerbaar', maar D'66 werd 'geregeerd door *instant emotions*', zei hij, 'als ze maar een brok in hun keel voelen denken ze dat 't een ideologie is'. Bij de vvd voelde Hofland zich meer thuis; die partij was 'cynischer, volwassener, meer sociaal-politiek geaard, ze hebben meer werkelijkheidszin'.

Ondanks de afkeer die Hofland van D'66 voelde en zijn affiniteit met de vvd concentreerde de bezorgdheid aan de top van de NDU over de linkse tendensen bij de twee avondbladen van het concern zich met name op zijn persoon.<sup>100</sup> Het was dat directeur Stijkel, oud-bewindspersoon voor de vvd, hem naar voren had geschoven, anders was Hofland nooit benoemd tot hoofddredacteur. Met Stijkels steun was dat gelukt, maar wel was daarbij de eis gesteld dat Hofland een hoofddredacteur naast zich zou krijgen in wie Pluygers vertrouwen had. Dat was Spoor geworden. Spoor zelf vond het niet voor de hand liggen als tegenwicht te gelden voor de te



progressief geachte Hofland. Spoor had vanuit Washington zeer kritisch over het Amerikaanse Vietnam-beleid geschreven, terwijl Hofland, net als de Nederlandse regering en het overgrote deel van de Nederlandse pers, de Atlantische bondgenoot steeds had gesteund.<sup>101</sup> Spoor stond met name één hoofdartikel uit het Handelsblad nog scherp voor de geest. Dat was verschenen op 6 februari 1968, ten tijde van het Tet-offensief. Hofland was toen net hoofdredacteur geworden en Spoor zat nog als correspondent voor de GPD in Washington. Het door Hofland geschreven hoofdartikel begon met het opwerpen van de vraag of de Amerikanen ‘terecht en legitiem’ in Vietnam waren, om deze vervolgens bevestigend te beantwoorden. De Amerikanen waren volgens het Handelsblad niet uit ‘imperialistische’ motieven in Vietnam, maar om de demarcatielijn te verdedigen waarachter niet-communistische landen zich in vrijheid konden ontwikkelen. Net zoals zij dat in de jaren veertig en vijftig in Europa hadden gedaan. ‘Van de vredeswil van de Verenigde Staten zijn wij overtuigd.’ Het hoofdartikel eindigde met de vaststelling dat de – toen al – omstreden bombardementen op Noord-Vietnam een ‘legitiem strijdmiddel’ vormden.<sup>102</sup> Spoor herinnert zich dat hij dit hoofdartikel onder ogen kreeg en geschokt was. ‘Dit stond lijnrecht tegenover hoe ik dacht.’<sup>103</sup> Toen Spoor het jaar daarop medehoofdredacteur naast Hofland werd, kreeg hij de kans zijn eigen, kritische visie op het Amerikaanse Vietnam-beleid in het Handelsblad te ventileren. Op 4 december 1969 schreef hij in zijn column op de opiniepagina onder de titel ‘My Lai en de hypocrisie’ dat de verontwaardiging in Washington over My Lai, het dorpje waarvan de inwoners waren afgeslacht door Amerikaanse soldaten, hypocriet was. Voor dit bloedbad hield Spoor de autoriteiten verantwoordelijk, die zelf het ‘kader van geweld’ hadden geschapen. ‘My Lai verwijst naar de politici, die de bronnen zijn van de Vietnamstrategie en het Vietnambeleid. Bij hen ligt de verantwoordelijkheid voor het patroon van geweld dat over Vietnam en zijn burgers werd uitgestort, een patroon waarvan overigens de rechtvaardiging zowel als de doelmatigheid nog altijd open vragen zijn.’

Hofland was lang niet zo links als waar hij door de Rotterdamse directie en de commissarissen van de NDU voor gehouden werd. Hij had moeite met de veroordeling van de bevrijders van 1945 wegens de Vietnam-oorlog. Hij koesterde een diep wantrouwen jegens het communisme – Van der Zee herinnert zich bijvoorbeeld dat Hofland weigerde veel ruimte in de krant beschikbaar te stellen voor een interview met een schurk als de DDR-staatsman Walter Ulbricht.<sup>104</sup> En in het conflict tussen de Arabieren



en de Israëli's koos Hofland, zoals hij zelf aangaf, 'onherroepelijk de kant van Israël [...] omdat de Israëli's [...] een superieure vorm van maatschappelijke organisatie vertegenwoordigen'.<sup>105</sup> Ook bleef hij in zijn wereldbeschouwing altijd enigszins op afstand. Hij hield niet van het linkse zienschap. De milieuproblematiek nam hij bijvoorbeeld nooit zo serieus als wetenschapsredacteur Sietz Leeftang. Tijdens het indertijd door Hans van Mierlo georganiseerde rondetafeldebat, waaraan Hofland als adjunct-hoofredacteur had deelgenomen, had hij niet zoals Constandse de kant van provo's gekozen, maar begrip voor de harde reactie van het gezag getoond.

Het was dan ook tamelijk onzinnig dat Pluygers desondanks Hofland een 'provo' noemde.<sup>106</sup> Waarschijnlijk was Pluygers slecht op de hoogte van Hoflands politieke standpunten. In Rotterdam nam men aanstoot aan de verhalen die men hoorde over de hoofredactie van het Handelsblad, over het drankgebruik en de vrije seks.<sup>107</sup> Daarbij kwam dat Hofland niets van het type belegen hoofredacteur had. Hij kon impulsief zijn, had 'een geweldige, aanstekelijke zin in het leven en een onmatige energie' en 'het talent om het leven vrolijker, absurder en interessanter te maken', zoals zijn vriend en adjunct Woltz hem beschreef.<sup>108</sup> Hofland hield van dure auto's en gaf graag plankgas. Van der Zee herinnert zich dat Hofland eens werd aangehouden op de gracht door een agent, die hem om zijn rijbewijs vroeg. Uit het rijbewijs dat Hofland overhandigde, bleek het fotootje te zijn geknipt, waarvoor in de plaats Hofland een cartoon van zichzelf had getekend.<sup>109</sup> Het waren dit soort vrolijke voorvallen die Pluygers geen pas vond geven voor een hoofredacteur. Pluygers verfoeide vooral het drankgebruik op de redactie van het Handelsblad, waar hij overigens een overdreven voorstelling van had. Hij dacht dat de kratten bier onder de bureaus stonden.<sup>110</sup> In feite werd er alleen drank geschonken op de vrijdagmiddagvergaderingen en tijdens recepties. Maar alle vooroordelen van de hardwerkende Rotterdammer jegens Amsterdam, waar ongeschoren jongelingen met lange haren parasiteerden op de samenleving, projecteerde Pluygers op de 'provo' Hofland. Het was precies het omgekeerde van de misvatting die ten aanzien van Steketee had bestaan: werd de vormelijkheid van de vorige hoofredacteur uitgelegd als conservatisme, de losse levensstijl van Hofland werd opgevat als progressiviteit. Een creatieve bohemien als Hofland moest wel vooruitstrevend zijn.

## 6.8

### De Heldere Krant



De Heldere Krant, november/december 1969.

Marie-Louise Tiesinga, directiesecretaresse van het Handelsblad en later Eerste Kamerlid voor D66, deelt in het door Frans Molenaar ontworpen witte pak het vernieuwde Handelsblad uit.

In het najaar van 1969 kwam het tot de finale in de strijd om het voortbestaan van het Handelsblad. Met een radicaal nieuw uiterlijk en een reclamecampagne werd getracht het tij te keren. Stijkel had het initiatief genomen voor een hypermoderne lay-out. Het Thompson-rapport had een 'conform de eisen van de doelgroep, duidelijke, logisch ingedeelde lay-out' aanbevolen.<sup>111</sup> Het Handelsblad was al van zeven op acht kolommen overgegaan, wat een meer dynamisch beeld opleverde.

Stijkel was een liefhebber van moderne vormgeving – zijn werkkamer thuis had hij met een chroomstalen tafel en stoelen van Gispen ingericht. Hij vond hierin aansluiting bij adjunct-hoofdredacteur Woltz. Deze was in 1968 op uitnodiging van Hofland teruggekeerd naar het Handelsblad als chef 'features' en per september 1969 toegetreden tot de hoofdredactie. In de reclamewereld had Woltz ervaring opgedaan met het bereiken van doelgroepen via vormgeving. Het Supplement, waarover Woltz als chef features de leiding had, was vooruitstrevend in vormgeving en typografie. Het werd door Woltz in dat opzicht getypeerd als de capsule van het ruimteschip de krant. Stijkel en Woltz wilden een Handelsblad dat fris en helder oogde: 'weg met de wolligheid, de kartelrandjes en de sierletters', was het devies.<sup>112</sup> De opdracht voor de 'restyling' van het Handelsblad ging naar Total Design, het bureau van de baanbrekende grafisch ontwerper Wim Crouwel, die ook verantwoordelijk was voor de affiches, catalogi en tentoonstellingen van het Stedelijk Museum en in 1967 het radicale New Alphabet had ontworpen, dat alleen uit horizontale en verticale lijnen bestond.

De basislay-out die Total Design voor het Handelsblad ontwierp, was zoals van dit bureau verwacht mocht worden, revolutionair: artikelen werden opgemaakt in strakke blokken, die werden geaccentueerd met een dikke zwarte horizontale lijn, terwijl de lijnen tussen de kolommen kwamen te vervallen. Alinea's sprongen niet meer in, wat het blokeffect versterkte. Voor de koppen golden strenge regels; ze mochten niet langer een ratjetoe aan letters zijn. Voortaan gebruikte men voor de koppen een schreefloze letter, dat wil zeggen een letter zonder dwarsstreepjes aan de uiteinden. Deze minimalistische letter was uiterst modern. Het geheel was veel overzichtelijker en moest een heldere indruk op de lezer maken. Niet alleen kreeg de krant een nieuw uiterlijk van Total Design, in lijn met de filosofie van Crouwel kreeg het Handelsblad gelijktijdig een nieuwe huisstijl. De sierletters verdwenen van het briefpapier en bovenaan kwam een paarse en oranje streep.

Op 15 augustus 1969 was het zover: het Handelsblad-nieuwe stijl kwam van de pers. Vanaf half augustus was de hele krant opgemaakt volgens de filosofie van Total Design. Het was een verandering in één klap, zoals de commissie-Blokker dat omwille van het 'psychologische vernieuwings-effect' ook had aangeraden. De nieuwe opmaak sorteerde inderdaad een psychologische effect: veel trouwe abonnees voelden zich in één klap vervreemd van hun krant. De minimalistische kopletters vonden ze maar kaal en de strakke blokken waarin de pagina's waren opgemaakt 'een vieze, zwarte troep'.<sup>113</sup> Total Design bleek – wat de uitwerking op het abonneebestand betreft – een Total Disaster. De opzeggingen stroomden weer met tientallen tegelijk binnen op de Nieuwezijds.<sup>114</sup>

### *Witte vrouwen*

'Helder' was een van de sleutelwoorden bij de nieuwe opmaak van het Handelsblad. Helder was ook wat het hele wezen van de krant moest zijn. Voor de wervingscampagne die in november en december 1969 gehouden werd als sluitstuk van de vernieuwing van het Handelsblad, bedacht Hofland de reclameleus: 'Het Algemeen Handelsblad, de Heldere Krant'. Met 'heldere krant' bedoelde Hofland een krant zonder ideologische nevels, zonder politieke agenda, onafhankelijk van links en rechts. Precies dus datgene wat hij een jaar eerder 'de krant van het midden' had genoemd. De redacteurs stonden dit concept minder helder voor ogen. Zij waren niet gelukkig met de reclameleus, die sterke associaties met een wasmiddel opriep.<sup>115</sup> Maar niet alleen de leus, ook de timing van de reclamecampagne riep onvrede op: terwijl de directie nu dus veel geld uitgaf aan reclame, was de redactie op papierrantsoen gezet en was de zetcapaciteit onvoldoende. Kuitenbrouwer, die in 1969 bij het Handelsblad kwam werken, herinnert zich nog dat hij gealarmeerd was door de abnormale hoeveelheid loden zetsel die dagelijks terug in de bak werd gestort omdat er geen plaats in de krant voor was.<sup>116</sup> Ook kampte men op de redactie met onderbezetting. Sommigen schaamden zich voor de grote woorden waarmee het Handelsblad werd aangeprezen, terwijl de redactie door het te krappe budget die kwaliteit moeilijk kon waarmaken.<sup>117</sup> Bovendien was de vernieuwing in veel opzichten nog onvolmaakt.

'De Heldere Krant' werd van 17 november tot 13 december gratis uitgedeeld op pleisterplekken in Amsterdam door 24 jonge vrouwen.<sup>118</sup> Zij droegen opvallende witte kleding, ontworpen door de jonge couturier Frans Molenaar, die al furore in de modewereld had gemaakt. 'Helder

wit' was hierbij het devies. Molenaar maakte witte capes, afgezet met bies van paars en oranje, in overeenstemming met de nieuwe huisstijl van het Handelsblad. De dames droegen hoge witte hoeden, witte handschoenen en hadden hoge witte leren laarzen aan. Hadden de meeste redacteurs de T-shirts van de jonge verkoopsters van de vroege editie wel spannend gevonden, menig een van hen geneerde zich voor de uitsluiting van Molenaar. Pathetisch vonden Van der Zee en Sampiemon deze 'witte vrouwen'.

M.L. Tiesinga-Autsema, de secretaresse van Stijkel, die ook in een cape van Molenaar met de Heldere Krant de straat op ging, herinnert zich hoe men op het Handelsblad tijdens de wervingsactie met ingehouden adem de verkoopcijfers volgde – en hoe groot de teleurstelling van haar baas was toen ook deze wervingscampagne geen keerpunt bleek te zijn. Stijkel wist dat hiermee het doek voor het Handelsblad was gevallen. Het Rotterdamse geduld was op.

### *Mislukking*

Hoewel het 'nieuwe' Handelsblad lof oogstte in de journalistieke wereld, bleef het succes uit. De reddingsoperatie leverde geen groei, maar een verlies van abonnees op. Nieuwe abonnees meldden zich wel aan – dat merkte men bijvoorbeeld op de abonnementsadministratie van Het Parool, waar het aantal in te schrijven nieuwe abonnees stagneerde,<sup>119</sup> maar de uittocht van oude abonnees deed die aanwas meer dan teniet. Was het verlies aan abonnees in de laatste drie jaar van het hoofdredacteurschap van Steketee nog tot ongeveer duizend beperkt gebleven, in de drie jaar dat Hofland de leiding had, verloor het Handelsblad een veelvoud daarvan: van de 63.300 abonnees die de krant per april 1965 had, waren er vijf jaar later nog maar 55.664 over.<sup>120</sup> Vooral vanaf de tweede helft van 1969, toen Hofland samen met Spoor de scepter zwaaide, holde het aantal abonnees achteruit.<sup>121</sup> De reddingsoperatie, met de in Vreeland voorbereide inhoudelijke vernieuwing, de lay-out van Total Design en de campagne 'de Heldere Krant', was een salto mortale geworden.

Net als de abonnees vertrokken de redacteurs in nog hoger tempo dan tevoren. Sietz Leeftang, de redacteur wetenschappen, vertrok in 1969 naar het Natlab van Philips; Maarten van Traa, een goede redacteur buitenland, ging in 1970 naar Columbia University; zelfs zijn chef Sampiemon dreigde op een gegeven moment naar de GPD te gaan, waar hij een leidinggevende positie kon krijgen. Van der Zee ging in het najaar van 1969 voor het Handelsblad en de NRC naar Bonn. Dankzij steun van

Spoor, die zelf begin jaren zestig correspondent voor de GPD in Bonn was geweest, had hij deze post gekregen. Ook al bleef Van der Zee bij het Handelsblad, zijn vertrek uit Amsterdam voelde alsof hij Hofland in de steek liet.<sup>122</sup>

Ook minder getalenteerde redacteurs zochten een veilig heenkomen, zoals de door Van der Zee verguisde binnenlandredacteur Leo Rhijnsburger, die voorlichter bij de vvd werd. De plaatsen van de vertrokken redacteurs werden ingenomen door nieuwe, meest jonge redacteurs. Het was opvallend dat Hofland en Spoor voor het zieltogende Handelsblad nog zo veel talent wisten aan te trekken. In 1969 werden naast Lisette Lewin nog andere talentvolle jonge journalisten aangenomen: Frits Groeneveld, John Müller, Martin Schouten, Frank Kuitensbrouwer, Jaap van Heerden, Philip van Tijn, Hans Vrugt en Max van Rooij. De redactie was daardoor een meer homogeen geheel geworden; slechts een enkeling kon nog als tegenstrever van de journalistieke vernieuwing worden beschouwd.



6.9

## Conclusie



Het trappenhuis in het Handelsblad-gebouw, 1976.



Al was de beloning in de vorm van nieuwe abonnees uitgebleven, toch was er onder het korte hoofdredacteurschap van Hofland, en het nog kortere van Spoor, wel heel wat bereikt. Veel van de nieuwe, journalistieke ideeën die aan de oppervlakte waren gekomen tijdens het hoofdredacteurschap van Steketee, maar toen door gebrek aan een duidelijke visie en een dwingende hand niet gerealiseerd waren, werden onder leiding van Hofland en Spoor alsnog verwerkelijkt. Daarbij moet worden aangekend dat wat Hofland tot stand had gebracht vóór de komst van Spoor niet zoveel meer was dan een kleine deelverzameling van punten uit het rapport van de commissie-Blokker: de nadruk op (eigen) nieuws, de nieuwsdienst in embryonale vorm en de opmaak in acht kolommen. Na het echec met de vroege editie kreeg Spoor meer ruimte als hoofdredacteur en nam hij het voortouw bij de verdere vernieuwing van het Handelsblad. De vernieuwing van het Handelsblad aan het einde van de jaren zestig, die tot nu toe vooral op het conto van Hofland is geschreven, droeg dus evenzeer de signatuur van Jan Blokker en André Spoor.

De vraag die resteert is waarom die vernieuwing het Handelsblad niet heeft kunnen redden. Het antwoord op die vraag moet in eerste instantie gezocht worden bij de mensen die van oudsher op het Handelsblad waren geabonneerd. Zij waren oud en conservatief en tevreden met de krant zoals die was. Verandering was in hun ogen al snel een verslechtering. Tegelijkertijd vond het vernieuwde Handelsblad nog onvoldoende weerklank bij de nieuwe doelgroepen. De vernieuwing was ook nog onvoldoende om de grote sprong te maken naar jongeren, vrouwen en ontkerkelijkte katholieken. Van de aanbevelingen uit het JWT-rapport werd maar een fractie verwezenlijkt. Een aanbeveling die wel werd opgevolgd, was de verandering van de lay-out. Juist deze rigoureuze aangepakte vernieuwing was voor de trouwe abonnees vervreemdend. Zij herkenden hun lijfblad niet meer.

Beslissend was ook dat de reddingsoperatie nauwelijks gesteund werd in Rotterdam. Binnen de NDU-directie was de vernieuwing van het Handelsblad een particulier project van Stijkel en zijn machtsbasis was te beperkt om er voldoende fondsen voor te krijgen. De wervingscampagne bleef daardoor beperkt en de redactionele desiderata konden maar heel gedeeltelijk worden gehonoreerd. Het is niet uitgesloten dat het Handelsblad, ware het meer geld en tijd gegund, de sprong naar nieuwe abonnees wel had kunnen maken. Tijd had ook in het voordeel gewerkt van het

Handelsblad, omdat de oudere generaties zich uiteindelijk aan de nieuwe waarden aanpasten. Anders gezegd: de onverdraagzame abonnee werd verdraagzamer.