

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

Conclusie

Het succes van NRC Handelsblad

- 1 De maatschappelijke ontwikkelingen
 -
- 2 De inhoud van de krant
 -
- 3 De mensen



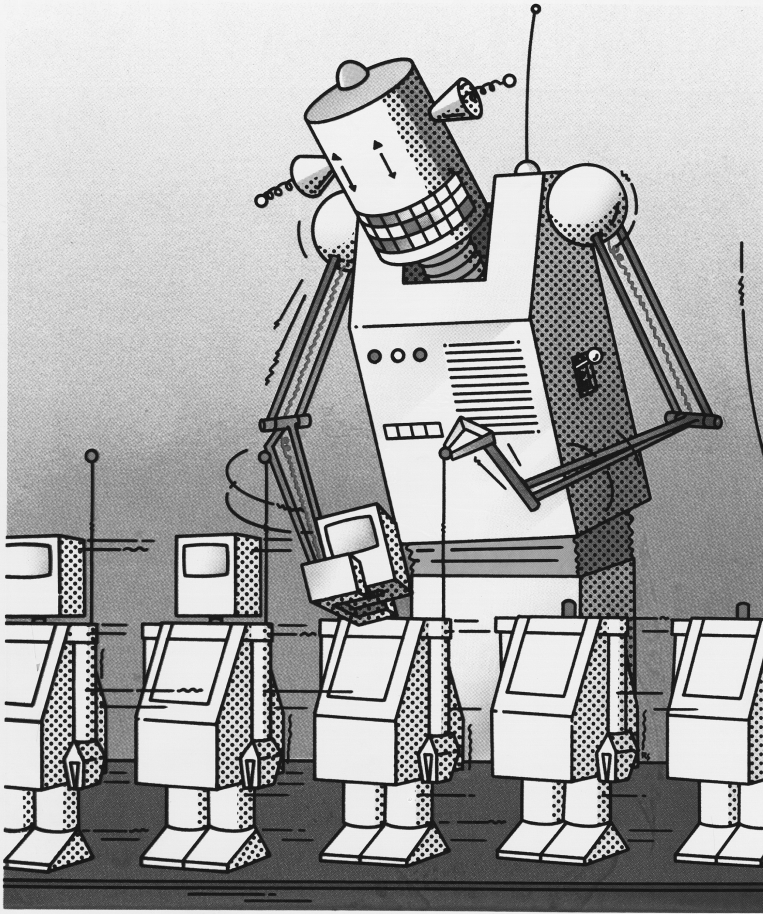
Vers van de pers. Een lid van het technische personeel van de NDU keurt een nieuw nummer van NRC Handelsblad.

Dit boek heeft de lezer eerst rondgeleid in de dagbladpaleizen die de NRC en het Algemeen Handelsblad lieten bouwen als onderkomen voor hun redactie en technisch bedrijf en deze zo laten kennismaken met de twee voorgangers van NRC Handelsblad. Vervolgens is getoond hoe het bedrijf van het Handelsblad werd opgeslokt door het veel sterkere NRC-concern. Daarna is beschreven hoe de NRC in de jaren zestig op oude glorie teerde en werd gegijzeld door haar hoofdredacteur, totdat zijn adjunct hem van de troon stootte; geschetst is hoe het Handelsblad deinde op de golven van de culturele revolutie, terwijl tegelijkertijd werd geprobeerd de conservatieve abonnees binnenboord te houden. Vervolgens is het verschil vastgesteld in journalistieke benadering tussen het vernieuwde Handelsblad en de gedateerde NRC en is aangetoond dat bij de fusie de journalistieke inbreng van het Handelsblad bepalend is geweest. Ten slotte is de scepsis weergegeven waarmee de kwaliteitskrant in de eerste jaren werd bejegend en daarna het succes dat zij in de tweede helft van de jaren zeventig oogstte. Daarmee kan nu het antwoord worden geformuleerd op de vraag waarmee dit boek is begonnen: hoe is te verklaren dat de gefuseerde krant in de jaren zeventig slaagde, waar de twee oorspronkelijke kranten in de jaren zestig zo jammerlijk hadden gefaald?

De verklaring voor het even onverwachte als opvallende succes van NRC Handelsblad vanaf de tweede helft van de jaren zeventig is gelegen in een aantal factoren, die alle in de voorgaande hoofdstukken naar voren zijn gekomen. Naar het relatieve belang van deze factoren blijft het gissen. Antwoorden worden in de menswetenschappen nu eenmaal slechts bij benadering gegeven.

De maatschappelijke ontwikkelingen

ZEGEN OF RAMP?



NRC  HANDELSBLAD
ONONTKOOMBAAR VOOR WIE DE NUANCE ZOEKT.

Laten we beginnen met de vaststelling dat de verschillende processen die de samenleving in de loop van de jaren zestig op haar kop zetten een markt creëerden voor 'de imaginaire kwaliteitskrant' zoals die naar voren kwam in de eerder aangehaalde discussie in *De Journalist* in 1968. Als eerste moet de economische groei worden genoemd, want deze was de drijvende kracht achter de andere processen die daarbij verder van belang waren: de deconfessionalisering en de daarmee samenhangende individualisering, de democratisering van het hoger onderwijs en ten slotte de polarisatie. De toenemende welvaart leidde in combinatie met de massale toestroom naar de hogescholen en de universiteiten tot de opkomst van een intellectuele middenklasse. Aangezien grote groepen mensen zich tegelijkertijd losmaakten van hun geloof en ideologie, ontstond een lezersmarkt voor een onafhankelijke, seculiere krant, die om een hoge opleiding en een dikkere portemonnee vroeg. Dat *NRC Handelsblad* de krant was die aan deze vraag beantwoordde, valt af te leiden uit de samenstelling van het lezerspubliek dat, zoals is aangetoond, heterogeen was naar politieke overtuiging en religieuze achtergrond en homogeen naar het niveau van welstand en opleiding.

Voordat we toekomen aan het antwoord op de vraag hoe *NRC Handelsblad* journalistiek gezien aansloot bij de wensen van deze lezersmarkt, staan we eerst nog stil bij de betekenis van de genoemde processen voor het succes van de krant. Met de groeiende welvaart verdween de noodzaak voor collectieve bescherming in eigen kring: mensen waren voor hun economisch en psychisch welzijn niet langer afhankelijk van geloofs- of partijgenoten. Hiermee verdween ook de vanzelfsprekendheid waarmee men voorheen geabonneerd was geweest op de krant van de eigen richting. Lezers raakten op drift. Daaraan ging vaak een proces vooraf waarin door de redactie van hun lijfblad nadrukkelijk afstand werd genomen van de instituties binnen de eigen zuil of – omgekeerd – dit naar de overtuiging van de lezers juist te weinig gebeurde.

Ook *NRC Handelsblad* verklaarde zich in het eerste nummer ongebonden 'aan enigerlei partij of factie'. Deze onafhankelijkheidsverklaring was echter van beperkte betekenis in vergelijking met de afstand die bijvoorbeeld Het Vrije Volk van de PvdA nam toen het de banden met de partij in 1967 resoluut doorsneed. De twee voorgangers van *NRC Handelsblad* hadden nooit formele banden met een politieke partij onderhouden. De onderlinge verbondenheid kwam alleen tot uiting in de functies die indi-

viduele redacteuren soms binnen de conservatief-liberale partij innamen en het stemadvies dat aan de vooravond van de verkiezingen werd gegeven. Kranten van socialistische, gereformeerde en rooms-katholieke richting waren opgericht ter emancipatie van de eigen bevolkingsgroep en daarmee ook stevig ingebed in de instituties van de eigen zuil. De liberale kranten daarentegen waren al vóór de verzuiling ontstaan in de eerste helft van de negentiende eeuw. Zij hadden hun relatief onafhankelijke positie ten tijde van de verzuiling behouden.

‘Dit mooie woord’

Bij de meeste richtingskranten die de banden met de kerk of de partij losmaakten, veranderde de identiteit van de krant. Zo ontpopte het katholieke vakbondsblad de Volkskrant zich tot een progressief dagblad met veel studenten onder zijn lezers. NRC Handelsblad liet het liberalisme echter niet los. In het eerste hoofdartikel dat de krant nadrukkelijk onafhankelijk verklaarde van elke partij en elk dogma, werd niet ontkend dat de krant liberaal was. Vastgesteld werd dat de beide voorgangers dezelfde beginselen beleden – de lezer moest niet verwachten dat daarin verandering zou komen. Vervolgens werden die beginselen nader verklaard aan de hand van aloude liberale thema’s als vrijheid, verdraagzaamheid en de vrije ontplooiing van het individu, om te besluiten met de woorden: ‘Noemt men dit modern liberalisme – het is ons wel. Het zijn niet wij die dit mooie woord schuwen.’ Terwijl richtingskranten als de Volkskrant met de tijdgeest mee veranderden, sloot de tijdgeest in het geval van NRC Handelsblad naadloos aan bij de oude geestesstroming. Want het liberalisme is in zichzelf seculier en gericht op het individu.

Andere richtingskranten hadden als product van de verzuiling heel direct met het proces van ontzuiling te maken. Voor NRC Handelsblad was de ontzuiling voornamelijk indirect van belang: doordat kranten van christelijke en socialistische richting zich losmaakten uit de verzuilde structuren werden zij directe concurrenten. Tegelijkertijd werden de lezers van deze kranten nieuwe doelgroepen.

Hoe voordelig dit voor NRC Handelsblad uitpakte, was het duidelijkst zichtbaar bij de opheffing van De Tijd als dagblad. Hoeveel abonnees NRC Handelsblad nu precies aan de opheffing overhield, is niet met zekerheid te zeggen. Het ging ten minste om een golf van 7000 abonnees in één keer. Dat deze abonnees van een katholieke krant nu massaal kozen voor NRC Handelsblad toont hoe de lezersmarkt onder invloed van de deconfessionalisering aan het verschuiven was ten gunste van een secu-

liere krant. Overigens was er in de jaren zestig nog niet zozeer sprake van geloofsafval, als wel van een proces van geloofsverinnerlijking. Gelovigen maakten zich in eerste instantie los van het collectief, en vielen pas in tweede instantie van hun geloof af. De ondergang van De Tijd kan dan ook beter verklaard worden door te wijzen op een ander proces dan de deconfessionalisering: dat van de polarisatie. De Tijd ging ten onder aan de middelpuntvliedende krachten die door de culturele revolutie waren opgewekt. Progressieve en conservatieve katholieken bleken niet langer door één krant te bedienen.

Ook het Handelsblad had in de jaren zestig geleden onder de polarisatie. De oude conservatieve abonnees van het Handelsblad zetten zich schrap tegen de maatschappelijke vernieuwing die zich vanaf het begin van de jaren zestig voorzichtig aftekende in de kolommen van het Handelsblad. Tegelijkertijd was de vernieuwing van het Handelsblad juist onvoldoende om de beoogde doelgroepen van jonge, ontkerkelijkt en vrouwelijke lezers te overtuigen.

Was het Handelsblad eraan te gronde gegaan, voor NRC Handelsblad bleek de polarisatie uiteindelijk niet problematisch. De eerste twee jaar had de nieuwe krant nog te maken met een dramatische terugval in abonnees. Het was voornamelijk het abonneebestand van de noordelijke editie, dat van het oude Handelsblad dus, dat leegliep. Dit was de uittocht van de oude, conservatieve abonnees die zich de laatste jaren bij het Handelsblad al steeds minder thuis waren gaan voelen. De gefuseerde krant profiteerde echter van het feit dat de achterban van de NRC een stuk minder behoudend was. Deze groep abonnees wist over het algemeen de nieuwe journalistieke inhoud en vorm die door het Handelsblad bij de fusie werd ingebracht beter te waarderen.

Verder werkte het verstrijken van de tijd op twee manieren in het voordeel van de nieuwe krant. Ten eerste waren de studenten die zich niet door het vernieuwde Handelsblad aangetrokken hadden gevoeld inmiddels afgestudeerde academici die aan een serieuze loopbaan waren begonnen. Velen van hen bleken nu wel toe te zijn aan de opvolger van het Handelsblad. Voor NRC Handelsblad was er in de jaren zeventig dus een markt die er voor het Handelsblad in de jaren zestig nog in veel mindere mate was geweest. De toekomstige abonnees zaten toen nog in de collegebanken en lazen aanvankelijk vooral Het Parool en later in de jaren zestig voornamelijk de Volkskrant. De geboortegolf die midden jaren zestig de universiteiten en hogescholen bereikte, rolde dus pas in tweede instantie door naar wat toen al NRC Handelsblad was.

Ten tweede trad er een proces van gewinning op. De 'Onverdraag-

zaamste Abonnee', door Hofland in zijn beroemde essay beschreven als 'onze nationale Iwan de Verschrikkelijke' die met de pen in zijn hand klaarzat om zijn abonnement op te zeggen, bestond niet meer of was althans bij NRC Handelsblad vertrokken. De resterende abonnees werden allengs verdraagzamer tegenover de nieuwerwetse verschijnselen. Langzaam maar zeker vonden de normen en waarden van de protestbeweging ingang onder brede lagen van de bevolking. Ministers werden niet meer met 'excellentie' aangesproken, 'god' werd niet langer met een hoofdletter geschreven en koningin Juliana werd moeder van alle Nederlanders in plaats van een majesteit die boven het volk was verheven.

Maar terwijl de culturele vernieuwing langzaam maar zeker over de breedte van de maatschappij werd geaccepteerd, bleef de politiek in de jaren zeventig gepolariseerd. De politiek werd beheerst door de economische tegenstelling die gepersonifieerd werd in de strijd tussen Joop den Uyl en Hans Wiegel. In dit gepolariseerde politieke landschap bood NRC Handelsblad een ferme vluchtheuvel aan mensen die de nuance zochten. De lezers van NRC Handelsblad waren niet zozeer geïnteresseerd in wat nu links en wat nu rechts was, maar wilden vooral degelijk geïnformeerd worden. Zij zochten in hun krant geen warm engagement, maar kozen NRC Handelsblad juist om het koele oordeel. NRC Handelsblad won het in een onderzoek uit 1982 van andere kranten op 'gegrondheid', dat wil zeggen dat zij haar lezers het meest frequent de mogelijkheid bood om beweringen te toetsen.¹ In de beleving van Joep Bik, die in de jaren zeventig politiek redacteur van de krant was, schreef de Volkskrant 'met een permanente progressieve drammerigheid lezers als het ware naar NRC Handelsblad toe'.² NRC Handelsblad appelleerde aan de eigen verantwoordelijkheid van het geëmancipeerde individu.

De inhoud van de krant



Het handmatig opmaken van een krantenpagina voor het Cultureel Supplement in 1982.

Door de toenemende welvaart en scholing, door de secularisatie en de individualisering was een lezersmarkt ontstaan voor 'de imaginaire kwaliteitskrant', die zich met een hoogwaardige berichtgeving van de bestaande kranten moest gaan onderscheiden volgens de discussie in *De Journalist*. Maar dat nu juist *NRC Handelsblad* het product werd dat aan de vraag van de markt voldeed, lag ondanks de uitgesproken ambitie van de hoofdredactie in die richting bij haar ontstaan in 1970 niet voor de hand. De krant kampte met aanzienlijke problemen. Veel redacteuren waren onvoldoende getraind om aan de eisen van de moderne journalistiek te voldoen of ontbeerden eenvoudigweg het talent daartoe. Hoofdredacteur Spoor stelde een maand na de fusie al vast dat het bij veel redacteuren mis was aan de journalistieke basis: men had geen notie van de meest elementaire journalistieke vaardigheden als berichten en koppen maken. De directie had geen overmatig vertrouwen in de krant en hield de hand op de knip. Een sterk verliesgevende krant als *De Tijd* had redactionele faciliteiten die de financiële mogelijkheden van *NRC Handelsblad* ver te boven gingen.³ Kranten als *Het Parool*, *De Tijd* en de *Volkskrant* hadden meer journalistiek talent in huis en beschikten over beter georganiseerde en getrainde redacties.

Ondanks deze in bepaalde opzichten ongunstige uitgangspositie slaagde *NRC Handelsblad* er na een aantal moeizame jaren in om te beantwoorden aan het wensbeeld van de imaginaire kwaliteitskrant. Dat lag in de eerste plaats aan de ijzersterke formule, die aansloot bij de wensen van een groeiende groep hoger opgeleiden en goed verdienende lezers. *NRC Handelsblad* bood deze ontwikkelde mensen meer politiek nieuws, meer buitenlands nieuws en meer kunst en cultuur dan enig andere krant. De krant was een kwart dikker op jaarbasis dan haar twee voorgangers en kon daardoor op elk terrein een brede en diepgaande berichtgeving bieden. Het Cultureel Supplement waarmee de krant iedere vrijdag uitkwam, was een noviteit in de Nederlandse journalistiek. *NRC Handelsblad* speelde met *cs* in op de groeiende belangstelling voor het zich verbredende cultuuraanbod. Er was in dit nieuwe supplement volop aandacht voor eigentijdse kunstvormen, ook als die tot de populaire cultuur behoorden, zoals popmuziek en design. Liefhebbers van literatuur konden hun hart ophalen aan *cs*, waarin de grote namen schreven en veelbelovende debutanten werden gelanceerd.

De hoofdredactie streefde vanaf het eerste nummer van *NRC Handels-*

blad naar een actieve journalistiek, maar het kostte enige jaren om de institutionele journalistiek, die vooral door de NRC was bedreven, uit te bannen. Vanaf het midden van de jaren zeventig raakte de redactie meer bedreven in de eigen nieuwsgaring. Men ging nieuwe maatschappelijke en culturele ontwikkelingen signaleren en beperkte zich niet meer tot het nieuws dat vanuit de gevestigde instituties werd aangeboden. De nieuwe ontwikkelingen werden ook voor de lezers geduid, net als het Handelsblad dat bijvoorbeeld met de Provo-beweging en de Maagdenhuisbezetting had gedaan. Daarmee sloot men aan bij de behoefte van lezers 'hun opinies t.a.v. hun leven in de huidige maatschappij te vormen', zoals het onderzoeksbureau J.W. Thompson dat in 1969 in een rapport voor het Handelsblad had geformuleerd. De krant maakte haar lezers wegwijs in de maatschappij, die onder invloed van de culturele revolutie zo ingrijpend aan het veranderen was.

Ook al werd de meer interpretatieve journalistiek van het Handelsblad de maat voor de fusiekrant, tegelijkertijd werd vastgehouden aan de klassieke scheiding tussen nieuws en commentaar waarop de objectiverende journalistiek van de twintigste eeuw was gegrondvest. Objectiviteit moest het streven blijven, zo hield de hoofdredactie haar redacteurs voor. De correspondent voor Latijns-Amerika, Jan van der Putten, die zich vereenzelvde met de linkse bevrijdingsbeweging op dat continent, werd de laan uit gestuurd. De begaafde Van der Putten kon per direct aan de slag bij de Volkskrant, waar zijn engagement juist als een pre werd ervaren.

In deze koele, rationele benadering van de binnen- en buitenlandse politiek, zoals die bij uitstek gepraktiseerd werd in de veelgelezen rubriek 'Dezer Dagen' van Heldring, was het duidelijkst sprake van continuïteit met de oude NRC. Maar een algehele uitschakeling van de eigen emoties bij het schrijven voor de krant was niet langer de norm, zoals dat in de NRC van Stempels het geval was geweest. De journalist zelf begon meer door te klinken in de krant: hij schreef onder zijn eigen naam, zijn foto sierde zijn eigen rubriek en in zijn artikelen toonde hij soms zijn eigen zielenroerselen. Exponent van deze meer persoonlijke journalistiek was Emmy van Overeem, die in NRC Handelsblad een succesvolle column kreeg, waarmee zij een emancipatieprijs verwierf. In lijn met de vervagende grens tussen openbaar en privé in de maatschappij hanteerde men bij NRC Handelsblad geen strikte scheiding tussen dat wat tot de publieke sfeer behoorde en dat wat privé moest blijven, zoals de NRC altijd had gedaan.

Snob-appeal

Hoewel de NRC onder leiding van Heldring vanaf mei 1968 op kundige wijze was gereorganiseerd, was de inhoudelijke inbreng van de NRC bij de fusie gering. De elitaire, institutionele en afstandelijke journalistiek werd bij het ontstaan van NRC Handelsblad grotendeels ten grave gedragen, terwijl de actieve, duidende en meer persoonlijke journalistiek die het Handelsblad in de jaren zestig was gaan kenmerken werd omarmd. Ook het journalistieke talent was grotendeels van het Handelsblad afkomstig, enkele uitzonderingen daargelaten, zoals Joep Bik, Emmy van Overeem en André Luyendijk. Het Cultureel Supplement was niet alleen bedacht door Poll, de chef kunst van het Handelsblad, maar werd ook geredigeerd en volgeschreven door redacteuren en medewerkers die bijna allen van het Handelsblad afkomstig waren. De sleutelposities op de gefuseerde redactie werden vrijwel allemaal ingenomen door leidende figuren van het Handelsblad. Zowel de chef kunst als de chef buitenland was afkomstig van het Handelsblad. Bij de reorganisatie van 1971 moesten de matig functionerende, van de NRC afkomstige chef binnenland en chef nieuwsdienst het veld ruimen. De laatste van de NRC afkomstige chef, die van de financieel-economische redactie, werd in 1974 gedwongen een andere functie te accepteren. Daarmee was de onttroning van de NRC-chefs volledig.

Ondanks de journalistieke suprematie van het Handelsblad bij de fusie bleek NRC de sterkste naam. Gedeeltelijk was dat de danken aan de oude glorie van de krant. Want al had de krant onder Stempels terrein verloren, de reputatie van de NRC was ijzersterk gebleven. Van alle Nederlandse kranten had de NRC het meeste snob-appeal. Het is moeilijk om het belang daarvan voor het succes van NRC Handelsblad in te schatten, maar voor een krant die zich als de kwaliteitskrant boven het bestaande peil van de journalistiek wilde verheffen, was dat snob-appeal zeker van betekenis. Pluygers had wat dat betreft gelijk toen hij de goodwill van de oude titels niet wilde opofferen aan een nieuwe naam, die de hoofdredacteuren zo graag aan de fusiekrant hadden gegeven.

Dat de NRC ondanks het verpletterende journalistieke overwicht van het Handelsblad toch de sterkste naam bleef, lag verder vooral aan het economische overwicht van het Rotterdamse gedeelte van het concern. Binnen de NDU maakte Rotterdam de dienst uit. De krant werd in Rotterdam gemaakt en de redactie was daar gevestigd. De kleur van het logo van de NDU was groen, zoals de kleur van het stadswapen en de Rotterdamse vlag. Toen in 1972 de tijd rijp was om de krant voortaan in het

noorden en het zuiden onder dezelfde titel uit te brengen, was het dan ook de titel Handelsblad *NRC* die sneuvelde. Zoals Pluygers in 1998 zei: 'We zullen wel gezegd hebben dat *NRC* Handelsblad beter in de mond lag, of zo.'⁴ Zelfs het gebouw dat Cuypers ter meerdere eer en glorie van het Handelsblad had gebouwd, dat in 1977 door de Amsterdamse redactie was verlaten en een jaar later werd gekraakt, werd door de krakers en de gemeente 'het *NRC*-complex' genoemd. Een sterker bewijs voor het succes van het Rotterdamse imperialisme was nauwelijks denkbaar.

De mensen



André Spoor in 1983 als hoofdredacteur van NRC Handelsblad met achter zich het portret van een van zijn voorgangers.

Al stelde de directie de eerste twee jaar weinig vertrouwen in de nieuwe krant en was men geneigd de hand op de knip te houden, toch heeft het Rotterdamse ondernemerschap bijgedragen aan het succes van de krant. Dankzij H. Nijgh jr. was de NRC in de jaren twintig en dertig uitgegroeid tot een concern. Zoals de smalle basis van het Handelsblad-bedrijf een belangrijke factor was in de ondergang van het Handelsblad, zo was de economische draagkracht van het Rotterdamse concern een factor in het succes van de NRC en dat van NRC Handelsblad. Durfal Pluygers, die de offensieve traditie van Nijgh met verve voortzette, zorgde ervoor dat het bedrijf bleef groeien en innoveren. Pluygers toonde telkens over de juiste combinatie van lef en visie te beschikken. Hij verbaasde vriend en vijand door de prijs van NRC Handelsblad tot vier keer toe dramatisch te verhogen, wat de rentabiliteit ten goede kwam en de oplagegroei uiteindelijk niet heeft gehinderd. De abonnees bleken bereid veel voor hun kwaliteitskrant te betalen.

Hofland

Aangezien de journalistieke inbreng van het Handelsblad doorslaggevend was bij de fusie en daarmee ook een belangrijke factor is geweest in het succes van NRC Handelsblad, is het van des te meer belang om vast te stellen wie voor die journalistieke inbreng van het Handelsblad verantwoordelijk waren. Henk Hofland speelde bij de vernieuwing van het Handelsblad in de jaren zestig een veel minder prominente rol dan tot dusver in de literatuur is aangenomen.⁵ Anderen krijgen in dat opzicht juist te weinig eer. Ten eerste was er al veel opgebloeid onder leiding van de voorganger van Hofland als hoofdredacteur van het Handelsblad, C.A. Steketee, die meteen vanaf zijn aantreden in 1958 op zoek ging naar jong talent. Steketee nam een hele generatie getalenteerde journalisten aan, die de ruimte kreeg voor allerlei onorthodoxe journalistieke initiatieven. Dat leidde bijvoorbeeld tot het beroemde rondetafelgesprek over het jeugdprotest in april 1966.

Ook de talentvolle Hofland en Jan Blokker, die beiden al een paar jaar bij het Handelsblad werkten toen Steketee aantrad als hoofdredacteur, kregen van hem alle ruimte. Hofland benoemde hij in 1962 tot adjunct-hoofdredacteur. Blokker kreeg in 1967 van Steketee de gelegenheid de krant over de hele linie van de deelredacties te vernieuwen toen hij be-

noemd werd tot voorzitter van een commissie die ingrijpende hervormingen zou voorstellen. Steketee zelf ontbrak het aan de journalistieke visie om tot een dergelijke vernieuwingsagenda te komen. De vernieuwing die hem wel voor ogen stond, zoals de omvorming van de beurspagina's tot een meer algemene economische rubriek, dwong hij onvoldoende af. Want Steketee gaf niet alleen ruimte aan de vernieuwers op de redactie, hij liet ook de tegenstrevers van vernieuwing in hun waarde. Wel trad hij beslist op als de redactionele onafhankelijkheid in het geding was. In een aantal kwesties waarin de beweging van de jaren zestig opspeelde, stelde Steketee zich teweer tegen de commissarissen van de krant, die even conservatief als bemoeizuchtig waren. Ook ten aanzien van de kritische partijbonzen van de vvd stelde Steketee zich soeverein op toen twee van zijn redacteuren min of meer vanuit het Handelsblad D'66 oprichtten. De onafhankelijke opstelling van de hoofdredacteur was voor het Handelsblad nieuw, maar sloot aan bij de ontwikkeling van professionalisering en ontvoogding die in die jaren in veel meer beroepsgroepen te zien was.

Voordat het tot implementatie van de journalistieke hervormingen kon komen die door de commissie-Blokker in 1967 werden voorgesteld, werd Steketee gewipt door de nieuwe directeur van het Handelsblad, E.G. Stijkel. Op diens voorstel werd Hofland in het zadel gehesen als hoofdredacteur. Hofland had een veel duidelijkere journalistieke conceptie dan Steketee. Hij wilde van het Handelsblad een nieuwskrant maken. Daartoe stelde hij, zoals de commissie-Blokker ook had voorgesteld, een zogenaamde horizontale dienst in, die het nieuws moest gaan coördineren. Doordat de instelling van de horizontale dienst niet gepaard ging met de door Blokker aanbevolen reorganisatie van de redactie, functioneerde de dienst echter gebrekkig. Hoewel Hofland voor veel redacteuren een inspirerende journalist was, ontbrak het hem aan leidinggevende capaciteiten. Hij opereerde chaotisch, wat pijnlijk duidelijk werd bij de mislukking van de vroege editie. Directeur Stijkel, die Hofland had aangesteld om het Handelsblad weer tot bloei te brengen en daarmee zijn eigen carrière uit het slop te halen, raakte teleurgesteld in hem. Het maakte dat hij met andere ogen keek naar de tweede hoofdredacteur, André Spoor, die hem door de Rotterdamse directeur was opgedrongen.

Spoor kwam in de zomer van 1968 vanuit Washington, waar hij correspondent voor de GPD was geweest, naar het Handelsblad in de veronderstelling dat een fusie met de NRC ophanden was. Hij verheugde zich erop om op die manier een krant te kunnen gaan maken die boven het peil van de Nederlandse journalistiek zou uitstijgen. Eenmaal op de

Nieuwezijds Voorburgwal aangekomen, merkte hij echter dat de gedachten daar alleen maar uitgingen naar het zelfstandige voortbestaan van het Handelsblad. Daarop richtte ook Spoor zijn journalistieke ideeën op de redding van het Handelsblad. Hij organiseerde in juni 1969 een buitengewone vergadering met alle chefs in Vreeland, naar aanleiding waarvan hij een rapport opstelde met richtlijnen voor de vernieuwing van het Handelsblad. Op grond van dit rapport werd vanaf augustus 1969 zowel de organisatie van de redactie als de opzet van de krant ingrijpend herzien. Een aantal belangrijke punten uit het Vreeland-rapport was eerder al door de commissie-Blokker voorgesteld. De vernieuwing van het Handelsblad, die tot nu toe vooral op het conto van Hofland is geschreven, droeg dan ook minstens zo sterk het stempel van Blokker en Spoor. Wat Hofland als hoofdredacteur tot stand had gebracht vóór de komst van Spoor was niet veel meer dan een nieuwsdienst in embryonale vorm en de opmaak van de krant over acht kolommen.

Spoor

Toen het laatste hoofdstuk van dit boek klaar was en besproken werd met de gewaardeerde promotores, was de eerste reactie van een van hen: 'zonder Spoor was het niet gelukt'. Zo boud had de promovenda het zelf misschien niet durven stellen, maar inderdaad: de rol van Spoor in het succes van NRC Handelsblad is allesoverheersend. Hij was de enige hoofdredacteur die de fusie verwelkomde. Hij speelde een beslissende rol tijdens het overleg van de hoofdredacties in Noordwijk en bij de nota die naar aanleiding daarvan werd opgesteld. De formule die zo belangrijk was als richtsnoer voor de verwezenlijking van de kwaliteitskrant, was grotendeels door Spoor geïnspireerd. Van Spoor kwam de notie dat de krant politiek onafhankelijk moest zijn; van Spoor kwam de nadruk op kunst en buitenland; van Spoor kwam de wens voor een vaste dagelijkse kunstpagina. Spoor had het voorstel van Poll voor een Cultureel Supplement, dat al twee jaar op de plank lag bij het Handelsblad, omarmd.

Niet alleen was de formule voor de fusiekrant grotendeels door Spoor geïnspireerd, hij hield er ook onverkort aan vast. Hij had een helder beeld voor ogen van de krant die hij wilde maken. Hij kon scherp optreden als de opstelling van een redacteur daartegen indruiste, maar zolang redacteurs in de geest van de formule opereerden, genoten zij bij hun werk alle vrijheid. Zijn vaste vertrouwen in het bestaansrecht van de krant zoals die hem voor ogen stond, gaf redacteurs houvast in de eerste moeilijke jaren.

Terwijl de meeste mensen zich grote zorgen maakten over het verdwijnen van krantentitels en de consequenties die dit had voor de informatievoorziening, zag Spoor de kansen die de persconcentratie bood om tot kwaliteitsverbetering te komen. Daarom was hij niet alleen bereid het Handelsblad en de NRC te laten fuseren, maar ook om de gefuseerde krant vervolgens grotendeels te integreren met De Tijd. Toen de integratie met De Tijd door de weerstand die er op alle redacties tegen hoofdredacteur Lückner bestond geen haalbare kaart bleek, schakelde Spoor net zo makkelijk terug om vanuit de smallere basis van twee redacties tot zijn gedroomde krant te komen. Tegenover de afnemende pluriformiteit van de pers en de daarmee gepaard gaande verschraling van het informatieaanbod stelde Spoor interne pluriformiteit en een hoger niveau van journalistiek met een informatievoorziening die zowel breder als diepgaander was.

Natuurlijk heeft Spoor het succes niet in zijn eentje afgedwongen. Spoor had het nooit kunnen klaarspelen zonder sleutelfiguren als Wim Guise, Jan Sampiemon, Rob Soetenhorst, Frank Kuitenbrouwer en Marc Chavannes. Allen capabele journalisten met feeling voor het vak en steady managers in de tweede en derde lijn. Zonder hen had Spoor nooit een succes van zijn hoofdredacteurschap kunnen maken. Maar de kracht van Spoor was wel dat hij deze mensen wist te inspireren en aan zich te binden.

Ook directeur Wim Momma moet hier worden genoemd. Nadat Stijkel in 1972 was vertrokken, kwam NRC Handelsblad als titel onder hem te vallen. Spoor voelde zich in de beslissende jaren door Momma zeer gesteund. In 1977 vertrok deze kroonprins van de NDU tot teleurstelling van Pluygers naar Audet.

De rol van de hoofdredacteur

Onbedoeld is dit boek ook een studie naar journalistiek leiderschap geworden. De betekenis van de hoofdredacteur wordt vaak al te gemakkelijk gerelativeerd. Natuurlijk wordt de krant door het collectief van de redactie gemaakt en natuurlijk bepalen externe omstandigheden daarbij de ruimte waarbinnen de redactie kan manoeuvreren. Maar in de onderzochte periode, dat wil zeggen tussen 1958 en 1977, blijkt de invloed van de hoofdredacteur wel degelijk beslissend te kunnen zijn, hetzij in positieve, hetzij in negatieve zin.

In negatieve zin is de rol die een hoofdredacteur kan spelen misschien

wel het grootst. Een hoofdredacteur alleen kan een krant niet maken, maar wel breken. We kunnen niet anders dan vaststellen dat Stempels een funeste invloed op zijn geliefde NRC heeft gehad. Doordat hij weigerde de krant in enig opzicht te veranderen, verloor de NRC in de jaren zestig de voor een actueel medium als een dagblad cruciale aansluiting bij de tijd. Ook fnuikte Stempels het plezier en de ambitie van zijn beste redacteurs. Hoewel we ons beter niet op het glibberige pad kunnen begeven van wat mijn eerste leermeester, Maarten Brands, altijd vol minachting de 'if history' noemde, is het voorstelbaar dat, als het conflict in 1961 tussen Heldring en Stempels al had geleid tot de deconfiture van Stempels, de exploitatiecijfers van de NRC over 1969 geen aanleiding hadden gegeven tot een fusie met het Handelsblad.

Tot slot

NRC Handelsblad heeft het begrip 'kwaliteitskrant' een nieuwe betekenis gegeven. Oorspronkelijk had deze uit de marketing afkomstige term alleen betrekking op de welstand van het publiek. In een discussie in *De Journalist* in 1968 werd het begrip misschien wel voor het eerst gebruikt om een krant aan te duiden die zich zou onderscheiden van de bestaande kranten door haar journalistieke kwaliteit. Deze 'imaginaire kwaliteitskrant' zweefde dus al boven de markt toen de hoofdredactie in de aanloop naar de fusie de term ging gebruiken om haar ambitie aan te geven de beste krant van Nederland te maken.

Al hadden velen er een hard hoofd in, het is gelukt om van NRC Handelsblad die kwaliteitskrant in nieuwe zin te maken. Daarmee ontstond een andere tweedeling in de pers. De leidende tegenstelling was niet langer die tussen neutrale bladen en richtingsbladen, maar die tussen de populaire pers en de kwaliteitspers. Naarmate de Volkskrant vanaf de jaren tachtig haar 'progressieve drammerigheid' aflegde en de protestantse origine van Trouw nog slechts te herkennen was in een hang naar spiritualiteit, werden ook deze oorspronkelijke richtingsbladen steeds vaker aangeduid als kwaliteitskranten. De kwaliteitskrant bij uitstek bleef echter NRC Handelsblad, de enige krant die zowel de oorspronkelijke betekenis van het begrip 'kwaliteitskrant' als de nieuwe betekenis ervan belichaamde. De wisselwerking tussen de welstand van haar lezerspubliek en de kwaliteit van haar journalistiek verklaart de vooraanstaande positie die deze krant de volgende decennia in de Nederlandse samenleving zou innemen.

