

Annemieke

OP DE BANK MET **FRITS**

Een echte krantenvrouw. Annemieke Besseling is directeur uitgever van Wegener Nieuwsmedia. Vanuit deze functie geeft ze richting aan het Brabants Dagblad en het Eindhovens Dagblad. Stuk voor stuk kranten in roerige en uitdagende tijden. Voor FRITS alle reden om haar eens uit te nodigen op onze bank. De juiste plek voor een gesprek over de krant, FRITS en alle ontwikkelingen in de maatschappij.

TEKST: ROB BONNEMAIJERS FOTO: JOHN GEVEN STUDIOS BANK:RELAXXL

Hoe belangrijk is de krant voor de regio?

„Belangrijker dan ooit. Het nieuws van dichtbij wordt steeds belangrijker. Sterker nog: de nieuwsconsumptie van onze lezers blijft maar groeien. En juist in deze tijden van overvloed is het hartstikke belangrijk een medium te hebben dat orde in die chaos brengt. Daarnaast – het klinkt wellicht zwaar – fungeert de krant als hoeder van onze democratische waarden. Een kritische, onafhankelijke blik is veel waard. Er is zoveel nieuws, hoe kun je door de bomen het bos nog zien? Laten we zuinig zijn op onze onafhankelijke, gestructureerde (lokale) berichtgeving. Die is niet gratis, en zelfs van onschatbare waarde.”

Is een abonnement op de krant nog belangrijk?

„De krant speelt een grote rol in onze maatschappij. Het betekent iets in de maatschappij. Dat merk je meteen als iemand uit het dorp in de krant staat, daar wordt heel veel over gesproken. De krant is ook een sociaal bindmiddel. De krant wordt meer gelezen dan ooit, dat blijkt uit recent onderzoek. In combinatie met de vele bezoeken aan onze websites is er sprake van een sterke toename van de nieuwsconsumptie. Er is en blijft behoefte aan verdieping en onafhankelijk nieuws. Persoonlijk neem ik in ieder geval geen genoegen met een half uurtje RTL Boulevard. Ik wil weten wat er speelt, dichtbij, maar ook in de rest van de wereld.”

Het ED bestaat honderd jaar, wat brengt de toekomst?

„De gedrukte versie van de krant verdwijnt niet. Een krant lezen is en blijft fijn. De krant zelf biedt duiding, achtergrond en verdieping. Met langere artikelen vanuit andere invalshoeken en verschillende perspectieven. De inhoud ontwikkelt zich; voor snelle, korte nieuwsberichten ben je op internet aan het juiste adres. Daarnaast blijft de krant een praktisch ding. Je kunt ‘m gemakkelijk meenemen of even dubbelvrouwen. En wat dacht je van de krant als vliegenmepper? Dan heb je niets aan zo'n tablet... Als uitgever maken we verschillende producten voor verschillende

dragers. In die zin is er veel aan het veranderen. Maar de krant, die vinden we nog heel lang elke ochtend in onze brievenbussen.”

Wat is de toegevoegde waarde van FRITS?

„FRITS heeft een geheel eigen doelgroep. In FRITS staan verhalen die wij natuurlijk anders benaderen dan in de krant. Het blad heeft een langere adem, er staan andere onderwerpen in. Je kunt er dingen doen die je in de krant gewoonweg niet doet. Ook de toon is anders, in FRITS schrijven we wat brutaler en benaderen we zaken vanuit een andere invalshoek. FRITS is luxe product waarmee we het leven weer wat aangenamer maken. FRITS heeft gelukkig ook een onafhankelijke redactie, het is niet een blad boordevol betaalde advertorials. We maken gebruik van dezelfde grondbeginselen als de krant.”

Wat zijn uw ambities met het ED en FRITS?

„Frits is uitgegroeid tot een merk; het is mooi als we in de toekomst de community kunnen uitbouwen, een soort van FRITS Club. FRITS bindt bepaalde mensen, dat is een sterke eigenschap van dit merk. En als FRITS iets organiseert, dan weten die mensen precies wat ze aan goede kwaliteit kunnen verwachten. Mede daarom is het belangrijk een soort van platform te creëren waar die mensen zich bij gaan aansluiten. Stap voor stap het merk uitbouwen, dat is onze ambitie. Bij het ED blijven we heel hard werken om zowel lokaal als regionaal die producten te blijven maken die voor onze lezers onmisbaar zijn. De juiste inhoud en een groot bereik, daar ligt onze focus.”

Welke media volgt u zelf?

„Ik volg vanzelfsprekend heel veel media, dat is gewoon van deze

tijd. Vakmatig, maar ook privé. Daarnaast kijk ik om me heen naar mooie kranten. Als ik op reis ben, koop ik altijd de plaatselijke en nationale krant. Soms zijn die zo mooi, zoals bijvoorbeeld De Morgen in België. Maar ook in landen zoals India en Brazilië kijk ik hoe ze hun kranten maken. Ik heb laatst op vakantie ook het hoofdkantoor van de Roomse krant 'Il Messaggero' bezocht, puur uit nieuwsgierigheid. Nieuws raakt me. Ik ben echt onder de indruk van dingen die gebeuren in de wereld. Het is een continue drijfveer om het nieuws elke dag op de voet te blijven volgen. Waar en wanneer dan ook.”

Heeft u een goede slogan voor Eindhoven?

„Laat eens zien wat hier gebeurt. Het lijkt wel alsof we de gordijnen gesloten houden. In Eindhoven is alles in beweging. Dat mogen we best tonen aan de rest van de wereld; bijvoorbeeld langs die schitterende randweg. Plaats opvallende billboards die je nooit meer vergeet: dat mag Eindhoven nog aanscherpen. Dus: Opvallend Eindhoven.”

Wat mist u nog aan (media in) Eindhoven?

„Eindhoven mist een eigen TV-kanaal met bijvoorbeeld een eigen soap. Niet weer de zoveelste nieuwszender, maar een kanaal met humor en een vleugje cynisme. Een beetje zelfspot is nooit verkeerd.”

Wilt u nog ergens op terugkomen?

„De basis van Eindhoven is gelegd door de mensen in de werkerswijken. Daar mogen we allemaal trots op zijn. Die mensen hebben het fundament gelegd voor de grote stad die we aan het worden zijn. Het is de voedingsbodem van Eindhoven. Dat mogen we nooit vergeten.”

