

Christian Van Thillo verslikt zich in VTM-redactie (en in nieuw advertentiemodel)

Date : 10 september 2018



Het is nog niet eerder gezien. Een halve staking bij de nieuwsdienst van het commerciële TV-station VTM. Een nieuwsanker die in rouwkledij een verkort nieuws presenteert. Aanleiding: het ontslag door de directie van de twee topfiguren van de nieuwsdienst. Die twee hadden ruzie, ja, maar het conflict zit dieper. Mediabaas [Christian Van Thillo](#) wil al zijn redacties fuseren tot [één grote poel](#). Daarbij worden de klassieke Chinese muren tussen redactie en reclame in stilte verder afgebouwd. Onderliggend sluipt er onrust in de redacties. De huidige opstoot is een vlek op het parcours van Van Thillo dat de voorbije jaren zo goed als vlekkeloos was.

Het boterde al lang niet meer tussen Nicholas Lataire, hoofdredacteur van VTM Nieuws, en Kris Hoflack, directeur journalistiek bij de Persgroep, moeder van VTM. 13 VTM-journalisten uiten hun ongenoegen daarover in een brief aan de directie. Ze kozen daarbij de kant van Hoflack wat de redactie virtueel in twee splitste. Opmerkelijk: de brief voor intern gebruik lekte in de krant De Morgen, de 'kwaliteitskrant' van De Persgroep.

Is Christian Van Thillo de trappers kwijt van zijn mediagroep in België? Concentreerde hij zich te veel op de expansie in [Nederland](#)? Mislukt zijn ambitieuze strategie om al zijn redactie, print en audiovisueel, te centraliseren in een [nieuw gebouw](#) in Antwerpen en er een nieuwe digitale gigant te ontwikkelen? Wellicht is het een mengeling van alles. Feit is dat Van Thillo zijn kolonels uitstuurde. Dat resulteerde in het ontslag van Hoflack en Lataire. Een duidelijk signaal

dat er geen interne twisten meer worden geduld. En An Goovaerts, digitaal hoofdredacteur van De Morgen, wordt tijdelijk hoofdredacteur van VTM. Ook een signaal?

Achterliggend speelt de ambitie van Van Thillo om een nieuw advertentiemodel te introduceren. Grote campagnes waarbij merken overal worden ondersteund: in print, op TV, op internet, in advertenties, product placements en redactioneel.

De beslissingen zorgen niet voor rust. Goovaerts heeft geen TV-ervaring en laat De Morgen een beetje verweesd achter. Daar wordt dan weer gezegd dat hoofdredacteur Jörgen Oosterwaal meer bezig is met zijn vroegere redactie van [Humo](#), overgenomen door Van Thillo, dan met zijn krantenredactie.

Belangrijker bij dit alles is de brede onrust die is binnengeslopen in de Persgroep nadat Van Thillo bekend maakte al zijn redacties te willen fuseren tot één grote journalistieke poel. Achterliggend speelt de ambitie van Van Thillo om tegelijkertijd een nieuw advertentiemodel te introduceren. Grote campagnes waarbij merken overal worden ondersteund: in print, op TV, op internet, in advertenties, product placements en redactioneel. Het model werd al succesvol uitgetest in Nederland. De vraag stelt zich of er in Vlaanderen nog redactionele weerbaarheid is om dit model te testen op zijn journalistieke haalbaarheid.