

CORONA – MEDIA – Coronavirus velt ook de nieuwsredacties

Date : 23 maart 2020



De mediasector vecht momenteel een paradoxale strijd met zichzelf uit. In deze tijden van corona is de nieuwshonger bij de bevolking nog nooit zo groot geweest. Met name de VRT surft mee op deze golf. De kijkcijfers van het nieuws van de openbare omroep halen in het weekend 1,5 miljoen kijkers tegenover minder dan één miljoen in gewone tijden. Ook het VTM nieuws scoort goed, net als digitale nieuwsmedia. De bevolking hunkert naar informatie. Maar tegelijkertijd voeren grote mediagroepen zoals DPG Media en Roularta tijdelijke werkloosheid in. En een aantal print media zoals De Streekkrant en Metro hebben hun publicatie stop gezet. Naast een aantal structurele uitdagingen is er ook een inhoudelijk uitdaging. Hoe vul je elke dag pakweg 7 pagina's nieuws over hetzelfde? Met corona gebeurt er immers niets meer op straat. Er is geen sport, geen evenementen. Geen nieuws dus. Binnenkort gaan journalisten elkaar interviewen over het feit of ze al dan niet corona hebben.

Zondagavond 15 maart om 19 uur keken er volgens de VRT 1,57 miljoen mensen naar 'Het Journaal' op Eén. Dat zijn er ruim 600.000 meer dan de zondag voordien en meteen een record sedert de metingen die van start gingen in 1997.

Ook het VTM Nieuws scoort sterk met zondagavond 776.000 kijkers 700.000 de zondag voordien, goed voor een marktaandeel van 31,6 procent. Zondagavond 15 maart tussen 19 uur en 22.30 uur zaten er, verspreid over alle zenders, 2,8 miljoen Vlamingen live naar de televisie te kijken. Dat is volgens DPG Media het hoogste aantal kijkers sinds 30 december 2005.

Het mediameetcentrum CIM, in handen van de grote persbedrijven, beschikt niet over gedetailleerde cijfers voor radio of de verspreiding van papieren kranten en magazines, maar wel over details van TV en internet. Het percentage Belgen dat voor zijn TV-toestel zit, steeg tijdens de week van 9 maart van gemiddeld 70% per dag naar 75% op vrijdag en zaterdag. Op zondag, traditioneel de topdag, steeg het percentage zelfs tot 80%. Zowel het Noorden als het Zuiden van het land tonen een opmerkelijke stijging van het dagbereik. Dezelfde trend voor de Belgische sites, apps en audio- en video players die gemeten worden door het CIM. Het percentage Belgische surfers steeg tijdens de week van 9 tot 15 maart substantieel, tot 60 % in het Noorden en tot 45 % in het Zuiden.

Maar tegelijkertijd maken DPG Media, in handen van [Christian Van Thillo](#), en Roularta, in handen van de [familie De Nolf](#), bekend dat ze tijdelijke werkloosheid inroepen voor een aantal werknemers. [Mediahuis](#) bekijkt de zaak nog. DPG Media schakelt in een eerste fase voor een twintigtal mensen over op tijdelijke werkloosheid vanaf 30 maart. Het gaat onder meer over bedienden bij Livios, bij sales en bij het stylingteam en de productiefaciliteiten van de entertainment-afdeling. Ook bij Roularta gaat het om de commerciële diensten.

De Streekkrant, De Zondag en Steps, allen print producten van Roularta, zullen tot eind april niet verschijnen. De gratis krant Metro is opgeschort tot en met 17 april. De eerstvolgende krant is gepland voor maandag 20 april. Dat mag dan weer niet verbazen. Metro wordt vooral gelezen door treinreizigers en die zijn er niet meer. Ook de kranten Vlan en 7Dimanche hebben besloten hun activiteiten tijdelijk op te schorten. *(Lees verder onder de foto)*



Een eerste contradictie is dat de adverteerders in deze tijden afhaken. Maar precies nu kunnen ze een groot publiek bereiken, zou je denken. Maar zo denken marketeers niet. Het publiek verandert. Er zijn geen consumenten meer op straat, dus de straatreclame verdwijnt. Het nieuwsconsumptiegedrag verandert, dat zorgt voor onzekerheid bij de adverteerders. En dan is er de algemene vaststelling dat reclamebudgetten de eerste budgetten zijn die sneuvelen in tijden van crisis. De vraag stelt zich nu al of en hoe de reclamebestedingen na de crisis terug zullen aantrekken.

Daarnaast blijft de inhoudelijke uitdaging voor de nieuwsredacties. Wat kan je elke dag opnieuw melden buiten het feit dat er nieuwe cijfers zijn inzake het aantal besmettingen en dat er nieuwe mondklappers zijn toegekomen? Niet onbelangrijk dat laatste gezien het feit dat de eerste bestelling, de meest cruciale van alle bestellingen bij het uitbreken van deze pandemie, door [politiek geklungel](#) in het water is gevallen. Maar daarover hebben de redacties het niet zo veel. In tijden van corona nieuwshonger kan je de minister van volksgezondheid als centrale bron maar beter niet te veel tegen haar kar rijden. Ook voor de politieke oppositie lijkt de tijd niet rijp om dat te doen.

Op dit eigenste moment bezinnen de nieuwsredacties zich over de vraag: hoe gaan we 8 weken lang elke dag vijf bladzijden van de krant vullen over hetzelfde nieuws? Een uitdaging dus. Na verloop van tijd zal een verschraling komen tot pakweg twee pagina's. De kranten zullen dunner worden, ook al uit bedrijfseconomische noodzaak. Minder papierkosten, minder drukkosten, minder distributiekosten. Redacties worden gedeeltelijk op technische werkloosheid gezet. Ook voor media breken barre tijden aan.