

HLN.be eet de video's van VTM Nieuws op en meteen de hele journalistiek

Date : 18 oktober 2019



Wie vanaf 23 oktober naar vtmnieuws.be surft, de website van de nieuwsredactie van het commercieel tv-station VTM, komt automatisch terecht op HLN.be, de website van de krant Het Laatste Nieuws. Dat is geen toeval of digitale bokkensprong. Neen, dat is [strategie](#). Beide media zijn topproducten van DPG Media, de grootste private mediagroep in handen van [Christian Van Thillo](#). Die offert de digitale identiteit van VTM Nieuws op ten voordele van de populaire website van haar zusterkrant. Video updates gemaakt door de VTM redactie komen nu enkel nog terecht op de website van de krant. DPG wil niet langer dat journalisten werken voor titels of individuele producten maar wel voor “de groep”. Die beslist dan waar artikels en video's worden gepubliceerd. Een gewaagde strategie die nieuw is voor de sector. Vraag is hoe groot de maakbaarheid van de betrokken journalisten is.

Laat ik beginnen met een anekdote. Lang geleden werd de krant De Morgen gedrukt op de persen van De Persgroep, nu DPG, in Kobbegem. Pas daarna werd op dezelfde persen de krant Het Laatste Nieuws gedrukt. Journalisten van die populaire krant maakten er een sport van in de drukkerij de eerste exemplaren

van De Morgen op te halen. Om te zien welke primeurs die krant had. En die snel nog ook mee te geven in hun eigen papieren krant.

De snelle distributie van nieuws via internet heeft die interne concurrentie voor een stuk uitgehold. Toch houden journalisten van papieren kranten nog zoveel mogelijk vast aan het idee om hun eigen primeurs in hun eigen krant afgedrukt te zien. Dit soort beroepseer en persoonlijk krediet compenseert gedeeltelijk de lage verloning die wordt gehanteerd in de mediasector. DPG breekt nu letterlijk met dit gegeven. Alle journalisten, van Dag Allemaal tot De Morgen, werken nu voor de groep. Die beslist dan wat er met hun werk gebeurt. Of niet gebeurt. Die nieuwe strategie kreeg de naam "News City" mee. Daar wordt nieuws gemaakt. Waar het verkocht wordt, wordt elders beslist. Vraag is of nieuws meer is dan een ordinair product of als journalisten daar ook eigen toegevoegde intellectuele waarde aan geven die enig respect verdient? Wel is meteen de vraag opgelost naar de onafhankelijkheid van de redacties. Er zijn immers geen redacties meer. Er is enkel nog de groep.

Op HLN.be noemt Klaus Van Isacker, hoofdredacteur van VTM Nieuws dat een logische beslissing. "We hebben binnen News City gekeken naar wat onze sterkste merken zijn. VTM NIEUWS is dat voor lineaire televisie. En HLN.be is by far het grootste digitale nieuwsmerk. Dus is er beslist om digitaal voluit voor hln.be te kiezen en die site te voeden met video's van VTM Nieuws." Van Isacker beseft dat het voor sommigen wat vreemd kan overkomen dat een nieuwsmerk anno 2019 geen eigen digitale poot meer heeft. "Bij andere mediagroepen blijven ze wel telkens per nieuwsmerk een site onderhouden. Maar dat is volgens mij niet nodig. Het gaat om keuzes maken. Als je binnen het huis een sterke onlinenieuwssite hebt, waarom zou je dan extra middelen inzetten om daarnaast een digitaal nieuwsmerk te zetten dat veel kleiner is? Die middelen kan je beter gebruiken om VTM Nieuws sterker te maken." Gevolgen voor het personeel heeft de operatie niet, benadrukt Van Isacker. Eerder maakte DPG bekend dat er [145 banen](#) binnen de groep zouden sneuvelen, vooral bij VTM.

Vraag is of die strategie zal werken. Er zit alvast een commercieel luik aan vast. DPG stelt grote adverteerders voor hun publiciteit op alle media te brengen, van TV over print tot online. Die strategie is beter te coördineren als je geen onafhankelijke titels meer hebt maar enkel een centraal gestuurd geheel. Vraag is of ook al die journalisten centraal gestuurd willen worden. Het is wellicht de grootste ingreep ooit die door een directie werd uitgevoerd op de journalistiek. En ze verloopt in stilte. Media eigenaar Christian Van Thillo houdt niet van publiciteit. Toch niet over zichzelf.