

## INTERNET VOLLEDIGE NIEUWSSITE

De Pers heeft een joint venture gesloten met de beleggerssite IEX. Doel is om op zo kort mogelijke termijn een volledige nieuwssite op poten te zetten. Naast IEX gaat het om gespecialiseerde websites over werken, wonen, reizen, gadgets en lifestyle. Voor auto's, da-

ting en het aanbod van particulieren zal samenwerking met bestaande sites worden gezocht. Binnen de nieuwssite komt een apart gedeelte voor adverteerders en een deel waarop lezers met elkaar en met de redactie kunnen chatten en bloggen over de krant.

## DE WERELD VOLGENS KOSTER & JOJANNEKE

Waar drinkt Johan Remkes zijn jenever? Wat doet Guus Hiddink na afloop van een wedstrijd? Geeft kamerlid Mirjam Sterk haar carrière op voor een koortje? Vanaf 1 februari elke dag in De Pers. Persoonlijk nieuws uit politiek, cultuur, sport en society.



## NIEUW 2.000 BAKKEN

De Pers zal, behalve in het openbaar vervoer ook op 500 plekken liggen in elk van de vier grote steden. Met twee partijen zijn overeenkomsten gesloten. Bij het ter perse gaan van deze dummy konden de details nog niet worden vrijgegeven.

## TV DOCU- SOAP?

De Pers houdt kantoor aan de Anthony Fokkerweg 61 te Amsterdam, in het pand van Eyeworks, het tv-productiebedrijf van Reinout Oerlemans. Het is nog niet bekend of Oerlemans een docusoap over de geboorte van de nieuwe krant gaat maken.

## Amsterdam Wat bedoelen we eigenlijk?

# GRATIS

Dagblad De Pers is de eerste gratis kwaliteitskrant van Nederland. Geen formulekrantje met een opsomming van nieuwsfeiten, maar een dagblad dat door zijn optimistische inhoud hét verschil zal weten te maken. Een krant waar de lezers echt van zullen houden en waar de adverteerders met trots in zullen willen staan.

**Hoofredactie**  
www.depers.nl  
AMSTERDAM

Het idee is om een krant te maken die optimistisch is over het land en het leven, die initiatief toejuicht in plaats van neersabelt. Een krant die mensen die in die wereld leven, wonen en werken een selectie van het nieuws biedt waarmee ze dagelijks op de hoogte zijn van wat er gebeurt en wat er gaat gebeuren. In grove penseelstreken kun je dat als redactie op vier manieren uitwerken:

### Onderwerpen selecteren

Door onze omvang kunnen noch willen we een complete krant maken, daarom zullen we een relevante selectie maken. Met als criterium zo veel mogelijk de onderwerpen die niet alleen vandaag betekenis hebben, maar die ook in de toekomst relevant zijn. Liever de opkomst van de SP dan de slechte verhouding tus-

sen Bos en Balkenende, liever *private equity* dan de laatste telecom-fusie. Daarbij leggen we zo expliciet mogelijk uit waar die relevantie voor de wereld van morgen uit bestaat. Hieraan geven we voorrang boven klassieke primeurjacht. We kiezen per sectie een aantal thema's die we, wegens hun toekomstige belang, nog eens extra voor het voetlicht willen brengen.

### Goed en lichtvoetig

Een krant voor intelligente optimisten moet intelligent en optimistisch geschreven zijn. Ontspannen formuleringen zijn verplicht. Stukken zijn beknopt en *to the point*.

Goede eigen invalshoeken bij onderwerpen houden de aandacht vast, maar wanneer het vinden van die invalshoeken het hoofddoel is, ontstaat al snel de indruk dat we het niet serieus genoeg nemen. Daarom is het essentieel dat de artikelen goed, en vooral ook lichtvoetig geschreven zijn.

### Journalistieke passie

Tussen journalistieke passie en hobbyïsme loopt een dunne lijn. Naast het schrijven van de beste stukken over het laatste nieuws is ons streven ook om relatief veel aandacht te besteden aan het onontdekte, het afwijkende, het rare: onderwerpen waar de auteur zelf van in vuur en vlam raakt. De lezer die alleen de vaste nummers uit de ac-

tualiteit krijgt voorgeschoteld, gaat zich onherroepelijk vervelen, zelfs als het om goede vaste nummers gaat.

### Doen waar we voor staan

Zonder dat De Pers een *campaigning newspaper* moet worden, zullen we relatief veel aandacht besteden aan mensen en initiatieven die zich in de eerste alinea kunnen vinden. Politici, ondernemers, sporters en culturele types die wat durven halen de kolommen. We sympathiseren met ze, en dat enthousiasme mag ook expliciet uit de artikelen blijken.

Om deze ambities te kunnen realiseren hebben we inmiddels een kleine staf uitstekende, opgewekte en onafhankelijke journalisten gevonden. Gemiddelde leeftijd: 33 jaar. Man/vrouw: 50/50. Aantal: 36 fte, veertig personen.

Om een idee te geven hoe we *Dagblad De Pers* gaan indelen: de krant telt in het begin gemiddeld 22 redactiepagina's. Daarvan wordt eenderde gevuld met materiaal van de persbureaus, beursinformatie, radio- en televisieprogramma's, het weerbericht, puzzels, strips en dergelijke. In journalistiek jargon heet dit de *onaan-doenlijke kopij*. Eenderde van de krant bestaat uit bijdragen van onze binnen- en buitenlandse correspondenten, freelancers, speciale gastschrijvers, columnisten uit vertalingen uit gerenommeerde titels als *The Economist* en

*The Independent*. Eenderde van de krant, acht pagina's tabloid per dag, wordt geproduceerd door een ploeg van vierentwintig verslaggevers, verdeeld over de rubrieken binnenland, Den Haag, buitenland, sport, economie, cultuur en entertainment. Elke journalist moet dus elke dag een mooi artikel schrijven van circa vierhonderd woorden. We denken dat dat gaat lukken. En zo niet: dan zoeken we er nog een aantal mensen bij.

Verder is het noodzakelijk om het eens te zijn over de onafhankelijkheid van de redactie. Daarom hebben we een redactiestatuut - niet zo'n lijvig document dat stamt uit de links-luie journalistieke cultuur uit de jaren zeventig, maar een kort en krachtig statement. De volledige tekst van ons redactiestatuut luidt: Art. 1: *de redactie van de krant is totaal onafhankelijk*; Art. 2: *journalisten voor wie art. 1 onvoldoende is hoeven niet bij ons te komen werken*; Art. 3: *als er in de dierentuin van Boekhoorn een leeuwtje wordt geboren, maken we daar een mooi verhaal van*.

### Geen kwelgeesten

We kiezen voor een klassiek-moderne vormgeving. In deze dummy is dat al te zien, maar de opzet zal de komende maanden nog verder ontwikkeld en verfijnd worden. Uiteindelijk streven we naar een dagblad waar de lezers echt van houden, en waar adverteerders met trots in willen staan. Op een

aantal punten breken we met de tradities van de gevestigde orde. We werken met vakformaten in plaats van met millimeters. In principe zijn alle posities te koop. De verhouding redactie/advertentie is tweederde-eenderde. Als we meer advertenties krijgen, gaan we ook meer redactie pagina's maken.

Advertentie en redactie zullen op de pagina's zoveel mogelijk worden gemengd. Anders dan de meeste dagbladredacties vinden we advertenties geen hinderlijke kwelgeesten: we beseffen dat lezers ook consumenten zijn en dus belangstelling hebben voor commerciële informatie.

### Helder geschreven

We zien het als een unieke kans om van *Dagblad De Pers* een prachtige krant te maken. Typografisch verzorgd. Niet schreeuwerig. Onafhankelijk, puur, vrij, geestig, humoristisch. Altijd op zoek naar nieuws en achtergronden die relevantie en urgentie hebben. Helder geschreven. Niet angstig.

Als een verhaal over twee pagina's moet, gaat het over twee pagina's. Omdat we wat betreft omvang beperkt zijn, zullen we scherpe keuzes maken. Geschreven door slimme, enthousiaste mensen die 24/7 journalist willen zijn. Geen lezersonderzoeken. Geen formulekrantje. Een prachtig avontuur. ●

# MAAR NIET GOEDKOOPT

2 Interview

Uitgever Cornelis van den Berg over zijn avontuur

3 Ontwikkelingen

Bloedbad onder traditionele dagbladen

3 Distributie

'We hebben het concept van de toekomst'

4 Vormgeving

Spaanse ontwerpers leggen basis voor De Pers

9 Adverteren

Alle formaten en tarieven op een rij