

Marktwerving als heilsleer

Of het VNU lukt het Amerikaanse IMS Health over te nemen, was bij het ter perse gaan van het omvangrijke boek *Van Haarlem naar Manhattan*.

Veertig jaar VNU 1965-2005 nog niet duidelijk. En ook op dit moment bestaat daarover nog geen overeenstemming, maar zonneklaar is dat VNU niet meer het uitgeefconcern is zoals dat in talloze nostalgische publicaties geboekstaafd is.

In 1965 was het spectaculair nieuws: *De Spaarnestad* in Haarlem en *Cebema* in 's-Hertogenbosch gingen een fusie aan, de gezamenlijke 5000 werknemers hoorden voortaan tot de *Verenigde Nederlandse Uitgeversbedrijven* (VNU). De twee fusiepartners hadden een naam hoog te houden als uitgevers van geïllustreerde publiekstijdschriften. De *Spaarnestad* had *Libelle*, *Panorama* en *Sjors van de Rebellenclub*, *Cebema*, dat wil zeggen de dochtermaatschappij *Geïllustreerde Pers*, was de uitgever van *Margriet*, *Revue* en *Donald Duck*. Maar VNU had zoveel meer: het dagblad

en later weekblad *De Tijd*, de Brabantse regionale kranten, boekenuitgeverijen *Het Spectrum* en *Malmberg*, en een conglomeraat van drukkerijen. Sinds eind jaren negentig werkte meer dan de helft van het VNU personeel niet meer in Nederland en met de aankoop van *Nielsen Media Research* wordt er niets meer gedrukt of uitgegeven, maar is het bedrijf in meer dan 100 landen actief met de verkoop van media- en marketinginformatie van business-to-business. Het hoofdkantoor zit in New York. Gert-Jan Johannes en Michiel Cohen de Lara hebben in deze geschiedschrijving nu eens minder de nadruk op weemoed en ontzuiling gelegd en meer de bedrijfsmatige ontwikkeling van VNU in kaart gebracht. In hun inleiding claimen ze ook 'de cultuur van onze samenleving in bredere zin' te hebben beschreven, dat is wat overdreven. Maar wat ze wel goed aangeven is hoe VNU van een nationaal bedrijf met een katholieke ideologische strategie (het jarenlang kunstmatig in leven houden van *De*

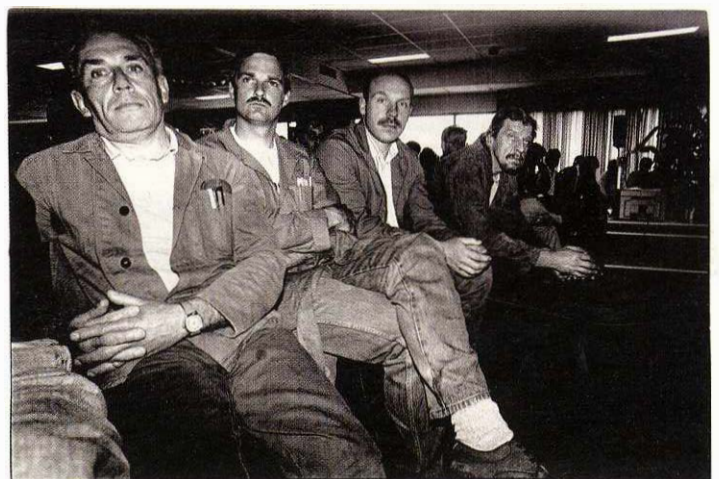
Tijd is een goed voorbeeld) evolueerde naar een sterke commerciële speler op de wereldmarkt. In dat verhaal zit dan en passant ook nog veel petite histoire, zoals over de geretoucheerde reclames, het verloren gaan van de colporteurs en de teloorgang van het ene na het andere tijdschrift, zoals *Katholieke Illustratie* en *Eva*. Door de prachtige foto's van abonnees die de paus in Rome bezoeken, of van de mannen in stofjas die te horen krijgen dat hun drukkerij was opgedoekt, komt de nostalgische lezer toch aan zijn trekken. Vanaf het moment dat VNU in 1968 naar de beurs ging, waaide er een andere wind. Aandeelhouders lieten zich niet meer door bisschop Bekkers of andere prelaten de wet voorschrijven en de jaarlijkse giften aan het KVP-verkiezingsfonds, Memisa of de Zusters Benedictinessen in Heesch werden stopgezet. Het lijkt of de echte cesuur (bij VNU en in de hele Nederlandse samenleving) in 1972 kwam, toen *Het Spectrum* in recordoplage het sombere *Rapport*

van de Club van Rome als vijf-honderdste Aula-pocket uitgaf. De grote mondiale buitenwereld kon niet meer buiten gehouden worden. Er was niet alleen een oliecrisis, ook het ideologische houvast van de zuilen was definitief verloren. VNU moest keuzes maken. Een van de succesvolle keuzes was de oprichting, in 1974, van het roddelblad *Story*. Acht weken na verschijning van het eerste nummer lag de oplage op een half miljoen exemplaren. *Story* bleef, maar het opinieblad *NieuwsNet*, toch ook een voorbeeld van niet-ideologisch uitgeven, ging ter ziele. *De Grote Spectrum Encyclopedie* was een flop, maar illustreerde wel de ambitie van VNU om internationaal te gaan werken. Er werd veel geld in het beeldmateriaal gestoken, een investering voor de gedroomde buitenlandse vertaling. Die nooit verscheen. Midas Dekkers, een van de medewerkers, verklaarde later: "Toen al begrepen we dat kleine schrijvers het werk doen en dat grote uitgevers er met de poen vandoor gingen. (lees verder op pag. 61)



Met abonnees naar de Paus.

8 (2005) 5



De NRM gaat sluiten.

(vervolg pag. 58) Godzijdank was het nu een keer andersom.”

Achteraf bekeken is het niet verbazingwekkend dat VNU een totaal andere weg zou inslaan dan die van het uitgeven. Al vanaf de jaren zeventig is gezocht naar andere en internationale expansiemogelijkheden: er werd geïnvesteerd in speelgoed, in impresariaat Mojo of in de videolangspeelplaat. Inmiddels zijn die activiteiten allemaal gestaakt ten gunste van de handel in vooral

financiële en medische informatie. Voor katholieke propaganda is in deze sector geen plaats. Het is even wennen voor de buitenwacht in Nederland, maar die vond VNU toch altijd al afwisselend een katholieke moloch, een uitgeversgigant, een bladenmonopolist, een eenheidsworstenfabriek, een zwalkende reus, het laatste jongetje van de klas, een lelijk eendje of een globaliserende Big Brother. Dat deze kwalificaties van de auteurs van dit

fraaie boek komen, geeft aan dat ze met behulp van het bedrijfsarchief een onafhankelijk boek hebben afgeleverd. Hoe kan het ook anders met een bedrijf dat zich zo succesvol van censors en knellende ideologieën heeft bevrijd.

Hans Renders

Gert-Jan Johannes & Michiel Cohen de Lara. *Van Haarlem naar Manhattan. Veertig jaar VNU 1965-2005*. Boom, 350 blz., ISBN 90 8506009 5, € 35,-.

