



Middelmatige freelancers kunnen maar beter redacteur worden OP BORRELS PROBEREN EEN VERHAAL TE SLIJTEN IS TABOE

AMSTERDAM, 13 FEBR. De vervelendste freelancers zijn mensen die hun vakantie gefinancierd willen krijgen, vond Jort Kelder. Maar het kan nog erger, aldus Jildou van der Bijl in het debat vanavond in het Bethaniënklooster: op een borrel proberen je verhaal te verkopen.

Suzanne Weusten was even uit het veld geslagen. Niet omdat Psychologie Magazine, waar ze jaren hoofdredacteur was, door freelance journalisten is uitgeroepen tot beste opdrachtgever. En ook niet omdat de Volkskrant, waar ze nu werkt, de derde plaats inneemt. Ze had de uitslag vandaag al in De Journalist gezien. Weusten was beduusd omdat ze het eerste exemplaar van het boek 'Wij zijn goed' kreeg uitgereikt. Gespreksleider Miek Smilde overviel haar meteen met de vraag waarom Psychologie Magazine zo goed scoorde. 'Ik denk dat we mensen altijd goed behandeld hebben', luidde het simpele antwoord. 'Als een stuk af is, mag je best eens zeggen dat het goed was.' Maar feedback, zo had ze in haar eigen blad mogen lezen, bleek in Nederland niet gebruikelijk te zijn.

Henk Steenhuis, in 2003 tot beste hoofdredacteur uitgeroepen, merkte op dat hij het meteen al een leerzame avond vond. Zijn

HP/De Tijd komt niet eens voor in de top-25. 'Ik ben niet zo scheutig met complimenten', gaf hij toe. Hij is meer iemand die freelancers vaak laat horen dat het verhaal toch anders moet. 'En ik geloof dat we niet goed betalen.'

Jort Kelder van Quote heeft 'maar een handjevol' freelancers: 'Ik vind dat een blad een eigen smoel moet hebben en dat kan het beste met een eigen redactie.' Hij denkt dat de freelance markt vooral voor journalisten is die of 'heel goed of heel slecht zijn. Als middenmoter ben je de lul, want dan ben je beter af op een redactie.'

Weusten wees erop dat bladen echt niet alleen met hoogvliegers werken. 'We hebben ook wel eens middelmaat nodig.' Ze dacht wel dat freelancers het beste een specialisme kunnen hebben. Dat kan een genre zijn of een inhoudelijk expertise. Maar ook het specialisme 'generalist' was goed.

Jildou van der Bijl, hoofdredacteur van Nieuwe Revu, waar ze ooit als freelancer is begonnen, vond: 'Als freelancer moet je snel en goed zijn, je moet weten wat je wilt. Het is belangrijk om meteen de toon te begrijpen.'

'Hoe kun je het beste een goed idee aanbieden?', wilde Smilde weten. 'Met een korte e-mail waarin je de aanleiding **vervolg op pag. 2**

Goede omgangsvormen geven de doorslag PSYCHOLOGIE MAGAZINE beste opdrachtgever

AMSTERDAM, 13 FEBR. Psychologie Magazine is de beste opdrachtgever van freelancers Nederland. Op de tweede en derde plaats staan achtereenvolgens NRC Handelsblad en de Volkskrant. Slechtste opdrachtgever is Opzij.

Dat blijkt uit een enquête die de Wallenburgpers heeft gehouden onder 112 freelance journalisten. De resultaten zijn gepubliceerd in 'Wij zijn goed', een 'overlevingsgids voor freelance journalisten' die vanavond werd gepresenteerd.

In het onderzoek stonden drie criteria centraal: poen, pret en prestige. Psychologie Magazine dankt zijn eerste plaats vooral aan het 'pret'-aspect: de geënquêteerden prijzen de persoonlijke benadering van de redacteurs en de constructieve feedback. NRC Handelsblad en de Volkskrant moeten het meer hebben van prestige. Op de vierde plaats staat Quote (op alle aspecten redelijk beoordeeld), gevolgd door Vrij Nederland (minder geld maar meer prestige).

De lijst vormt een aardige illustratie van de wetmatigheid dat poen, pret en prestige vaak communicerende vaten zijn. Zo scoort de Groene Amsterdammer hoog op prestige, vlak na NRC Handelsblad en de Volkskrant, maar vanwege de abominabele betaling is het blad in de top-25 hekkensluis. Medisch Vandaag daarentegen, het best betalende blad uit de top-25 (maar helaas per 1 januari opgeheven), eindigt vanwege het lage prestige op nummer 14. Het leukste blad om voor te schrijven, de Filmkrant, haalde de top-25 niet eens: het voert ook de armoede-toptien aan.

Op de vraag naar de slechtste opdrachtgever noemden de geënquêteerden onder andere HP/De Tijd, AD Magazine en FEM Business. De meeste stemmen gingen naar Opzij. Het feministische maandblad, dat op basis van de drie P's net in de top-25 wist door te dringen, roept blijkbaar ook veel irritaties op. Grootste ergernis zijn de lage tarieven, die in een algemene vergadering door de voltallige redactie worden bepaald.

Zie het kader op pag. 2



De deelnemers aan het debat (v.l.n.r.): Henk Steenhuis, hoofdredacteur HP/De Tijd, Jildou van der Bijl, hoofdredacteur Nieuwe Revu, Jort Kelder, hoofdredacteur Quote, en Suzanne Weusten, adjunct-hoofdredacteur de Volkskrant en tot voor kort hoofdredacteur van Psychologie Magazine. Het debat stond onder leiding van Miek Smilde.



Jort Kelder: 'Ik vind dat ik soms behoorlijk lomp kan zijn tegen freelancers. Kun je nagaan hoe erg de rest is.'

en inhoud van je verhaal aangeeft', stelde Van der Bijl. Ook Steenhuis is overwegend sceptisch bij ongevraagde stukken. 'Maar soms krijg je iets heel goeds aangeboden.' Zijn volgende zin 'Vijf jaar geleden vond ik in de post...' werd met hoongelach ontvangen.

De zaal kreeg ook tips hoe het niet moet. Kelder: 'De ergsten zijn diegenen die proberen hun vakantie te laten financieren.' En Van der Bijl: 'Of freelancers die op een borrel hun verhaal proberen te slijten.' Het vooroordeel wil dat freelancers eigenlijk gemankeerde redacteurs zijn. Maar Weusten maakte onderscheid: 'Je hebt freelancers uit noodzaak en freelancers uit overtuiging. Die laatsten hebben mijn voorkeur.'

'Hebben die een meerwaarde voor je blad?', vroeg Smilde. Wel degelijk, vond Steenhuis. 'Redacteurs ontwikkelen op een redactie toch een groepsgevoel. Freelancers kunnen daar een zekere vrijmoedigheid, een bepaalde esprit aan toevoegen.'

'Zou het eigenlijk niet andersom moeten zijn?', vroeg Aldo Dikker vanuit de zaal. 'Er is onder freelancers veel kennis. Wij zijn goed. Jullie zouden ons meer moeten vragen.' Te vaak freelancers inschakelen is ook niet goed, meende Kelder: 'Dan zouden de media allemaal één soep worden.' Bovendien zijn freelancers vaak te tekstgericht, vond hij. 'Jullie denken te weinig in vorm. Freelancers zouden ook aan beeld moeten denken.' Een freelancer in de zaal vroeg zich af of er eigenlijk wel over tarieven te onderhandelen valt. 'Ik vind dat heel vervelend', bekende Van der Bijl. Maar Kelder zei wat de zaal wilde horen: 'Laat je goed betalen. Jullie moeten meer eigenwaarde hebben.'

De drie geboden

De slotconclusie van het onderzoek van de Wallenburgpers bestaat uit drie geboden.

1. Gij zult prijzen
2. Gij zult betalen
3. Gij zult borrels geven

De beste opdrachtgevers op basis van poen, pret en prestige

	Blad	Woordprijs	Pret	Prestige
1	Psychologie Magazine	€ 0,45	8,5	6,7
2	NRC Handelsblad	€ 0,39	7,6	7,9
3	de Volkskrant	€ 0,40	7,5	7,5
4	Quote	€ 0,45	7,8	6,2
5	Vrij Nederland	€ 0,43	7,8	7,1
6	Het Financieele Dagblad	€ 0,37	7,5	6,9
7	Johan	€ 0,41	8,3	5,8
8	Intermediair	€ 0,46	7,2	5,8
9	Elsevier	€ 0,37	8,1	6,9
10	Trouw	€ 0,32	7,7	7,0

De volledige top-25 staat in: Wij zijn goed, overlevingsgids voor freelance journalisten. Redactie: Tijs van den Boomen en Geert-Jan Bron. Uitgeverij 521.

'Vrouwen zijn zakelijker'

AMSTERDAM, 13 FEBR. Vrouwelijke freelancers doen het volgens de enquête van de Wallenburgpers zakelijk beter dan mannen. De geënquêteerde vrouwen toucheren een gemiddelde woordprijs van 37,9 eurocent terwijl mannen het met 34,4 cent per woord moeten doen. Bronnen vermoeden dat het Playboy-effect kan hebben meegespeeld. Vrouwen die zich in

dit blad blootgeven beweren vaak dat ze méér betaald kregen dan in werkelijkheid het geval – om niet al te goedkoop voor de dag te komen. Maar Miek Smilde van de Wallenburgpers heeft een andere verklaring: 'Vrouwen zijn waarschijnlijk zakelijker. Ze zoeken opdrachtgevers die goed betalen en betrouwbaar zijn. Mannen hechten meer aan prestige, ze willen scoren en met hun naam in de krant staan. Ook al levert dat minder geld op.'

Stichter Stan

AMSTERDAM, 13 FEBR. Het einde van HP/De Tijd op Zondag betekende het begin van de Wallenburgpers. Vijf journalisten van de zondagskrant besloten als freelancers samen werkruimte te zoeken. Enkele anderen sloten zich aan, onder wie Stan Verschuuren, de enige stichter die de tien jaar vol maakte.

'Jurrien Dekker had de ruimte te huur zien staan. We werden ontvangen door Jelle Key, een makelaar die bleek te deugen. Voordat we erin mochten moesten we wel eerst op audiëntie bij de eigenaar, de communautaire gemeenschap Oudezijds 100.



De broeders wilden zeker weten dat we niets met de seksindustrie te maken hadden. We

begonnen beneden, maar binnen een paar maanden hadden we al een enorme wachtlijst. Toen zijn we naar boven verhuisd, waar we tegen gunstige voorwaarden de dubbele ruimte konden huren. Dat ik er als enige nog steeds zit, komt door mijn werk als notulist. Ik hoef niet steeds weer met stukjes te leuren. Dat houdt je niet eeuwig vol.'

Stan Verschuuren: 'Leuren met stukjes houdt je geen tien jaar vol'

Bakermat van Cobra

AMSTERDAM, 13 FEBR. Zouden die Wallenburgers weten dat waar zij nu stukjes tikken, ooit de basis is gelegd voor Cobra? De eerste verdieping van het Huis Smirna, op nummer 127, was ooit het atelier van Jacob Kuijper, schoonzoon van Jan Sluijters. Lies Kuijper-Sluijters vroeg er Appel, Corneille en Constant op de thee. Een jaar later werd Cobra gesticht.

Colofon

Deze krant is een verjaarsdagcadeau aan de Wallenburgers van de collega's op de Oudezijds Voorburgwal 129 op één en drie hoog.

Tekst: Roy van de Graaf, Bas van Lier, Tjitske Lingsma.

Fotografie: Friso Spoelstra. Vormgeving: Lena Shafir.

Dtp: Albert Witteveen. Productie: Congreskrant.nl.