



Vlaamse  
Journalisten  
Vereniging

**Jaargang 2012**  
**JULI - AUGUSTUS - SEPTEMBER**

**Nr 3**

België - Belgique
P.B. - B.P.
2099 Antwerpen
X
BC 17496
P 509477

# DE NIEUWE TYDINGHE



## VJV - LEDENBIJeenKOMST MECHELEN

Driemaandelijks tijdschrift van de Vlaamse Journalistenvereniging (vzw VJV)  
Afgiftekantoor 2099, Antwerpen X  
Verantwoordelijke Uitgever: Walter Van den Branden, VJV,  
Eurocam Media Center - Fabrikstraat 38 - B-2547 Lint

# Colofon

## DE NIEUWE TYDINGHE

### VERANTWOORDELIJKE UITGEVER:

Walter Van den Branden

### LAY-OUT:

Cor Blancke

### FOTO'S:

Bernard Decock

### CARTOONS:

Ronald Libin

### EINDREDACTIE:

Hilde Van Gool

\*\*\*

Cartoons, foto's, artikels: zie bronvermeldingen. Elke inzender draagt de volle verantwoordelijkheid voor zijn/haar bijdrage.

\*

Gehele of gedeeltelijke overname van stukken hieruit kan enkel mits voorafgaande en schriftelijke goedkeuring en met volledige bronvermelding.

\*

Niet ondergetekende artikels vallen onder de verantwoordelijkheid van de verantwoordelijke uitgever.

\*\*\*

**Wettelijk Depot: BD 54.662**

**Post Erkenningsnummer: P 509477**

**Jaargang 2012 NR. 3**

**Driemaandelijks Uitgave**

### Redactie:

**Bestuursraad VJV**

**Eurocam Media Center**

**Fabriekstraat 38 - B-2547 Lint**

### Website:

[www.vjv.info](http://www.vjv.info)

### Mailadres:

[info@vjv.info](mailto:info@vjv.info)

### Telefoon:

**0485/56.31.36**

Ook niet-VJV leden kunnen zich abonneren op De Nieuwe Tydinghe. Een abonnement kost **14,50 euro(\*)** voor een volledige jaargang van vier nummers (januari-april-juli-oktober). Abonneren kan via overschrijving op rekening: **IBAN BE30 4758 2050 3111**. - **BIC KREDBEBB**. Met vermelding "**Jaarabonnement DNT**". Zonder opzegging voor de verschijning van het oktobernummer worden abonnementen automatisch met een jaar verlengd.

**(\*) verzending naar een adres in België**

## VOORWOORD

Beste VJV-lid

De komkommertijd zit erop. Gelukkig bracht de sportwereld in de voorbije nieuwsarme periode toch wat voer voor journalisten, met als hoogtepunten de Tour de France en de Olympische Spelen. Naast de sportieve prestaties van onze landgenoten betekenden de Olympics in Londen ook voor de Vlaamse mediawereld alweer een hoogtepunt en een prestatie op wereldniveau. Vanuit het VJV-secretariaat in Lint werden wij van dichtbij geconfronteerd met de unieke televisieprestatie van de Alfacam Group. Met een indrukwekkende vloot van niet minder dan 22 ultramoderne captatiewagens heeft Alfacam er alweer voor gezorgd dat miljarden televisiekijkers wereldwijd konden genieten van feilloze televisiebeelden. Een opsteker voor de Vlaamse beeldindustrie die blijkbaar in de ganse wereld meer aandacht en lofbetuigingen geniet dan in eigen land. Maar ja, blijkbaar is men nooit 'sant in eigen land' ...en wie zei het ook weer: 'La Belgique: petit pays, petit esprit!'.

Inmiddels is uw VJV-bestuur op het thuisfront, naast de dagdagelijkse beslommeringen van de vereniging, ook al druk doende met de voorbereidingen van de **jaarlijkse statutaire ledenvergadering** die op **zaterdag 1 december** doorgaat in het **Eurocam Media Center** in Lint. Ook ditmaal wordt het met het '**Eerste Vlaamse Journalisten Event**' een speciale gebeurtenis waarbij VJV-leden en andere media-geïnteresseerden via demonstraties en info-standen zullen kunnen kennismaken met de allernieuwste inhoudelijke en technologische aspecten van de journalistieke actualiteit. Noteer dus alvast 1 december in uw agenda en breng ook uw collega's op de hoogte van dit unieke evenement. Alle details hierover volgen in de eerstvolgende editie van De Nieuwe Tydinghe.

Uw voorzitter,

**Walter Van den Branden**

## INHOUDSOPGAVE

### Cover voor foto Ledenactiviteit

- Voorwoord .....2

### NIEUWS UIT ONZE VERENIGING

- Verslag ledendag Mechelen.....3  
- Accor Planet 21.....4  
- Werken in de Media.....6  
- Nieuwe Leden .....7  
- Stagiairs binne VJV .....7

### NIEUWS VAN ONZE LEDEN

- evolutie van de dagbladmarkt .....8

- Felix De Boek.....10  
- Biowijnbouw .....10  
- Denktank Persaccreditatie.....14  
- Wetenschap en maatschappelijk debat.....14  
- Lezers Forum .....14

### NIEUWS ALGEMEEN

- Nikon nieuwe lens .....15  
- Over Taal .....15  
- Ledenvergadering.....16  
- 20 x Oostende.....16

## LEDENDAG IN MECHELEN

### VJV-LEDENDAG IN MECHELEN

Zaterdag 2 juni verzamelden een 50-tal VJV-leden en partners in Mechelen voor de jaarlijkse voorjaars-ledenbijeenkomst.



Na de ontvangst met koffie en gebak in het Novotel Mechelen Centrum trok het gezelschap onder leiding van de stadsgidsen op pad voor de Carolus wandeling. Een verkenning langs het Mechelse Dijlepad die - hoe kon het anders in een van Vlaanderens belangrijkste brouwersteden - in de sfeer van weleer eindigde in brouwerij 't Anker voor een verfrissend Carolusbiertje als aperitief.



Voor het middagmaal zakte het gezelschap opnieuw af naar het prachtige Novotel-complex, vlakbij het gekende Lamot-centrum. Tijdens de maaltijd kregen de aanwezigen vanwege Patriek Deruddere, kwaliteitsmanager voor Accor Benelux, in primeur een voor journalisten uiterst boeiende presentatie van het eco-programma 'Planet 21' van de Accor hotelgroep (zie kader).

Na het dessert namen de gidsen het gezelschap opnieuw op sleeptouw voor een gevarieerde wandeling in het historisch centrum van Mechelen. Aansluitend bij een bezoek aan de belangrijkste

historische gebouwen in de schaduw van de Mechelse Sint-Romboutstoren genoten ook de zopas blootgelegde muurschilderingen in de Sint-Janskerk grote bewondering.



Deze goedgevulde ledendag werd afgesloten met een officiële ontvangst in de mooie Keldermanszaal van het Mechels Stadhuis. Gewezen journaliste en schepen voor financiën Kristl Strubbe ontving het gezelschap namens het stadsbestuur van Mechelen. In haar gelegenheidsrede gaf zij een overtuigende toelichting bij de recente verfraaiings- en renovatiewerkzaamheden en de daaraan gekoppelde toenemende toeristische aantrekkingskracht van de Stad Mechelen.



Tijdens de daaropvolgende receptie, aangeboden door het Stadsbestuur, werden de collegiale vriendschapsbanden tussen de aanwezige VJV-leden nog hechter aangehaald en werden er alweer druk plannen gesmeed voor de volgende ledenactiviteiten.

Foto's © Bernard Decock



## ACCOR INTRODUCEERT PLANET 21

(een programma waarbij alle hotels van de groep en de gasten betrokken)




Accor krijgt er jaarlijks 40.000 nieuwe kamers bij en wil zijn ontwikkeling verbinden met duurzame groei, respect voor het milieu en de lokale gemeenschappen. Dat doet de keten door alle hotels en gasten te betrekken bij een nieuw programma voor duurzame ontwikkeling: PLANET 21.

De nieuwe duurzame ontwikkelingsstrategie van Accor wordt vandaag geschreven aan de hand van PLANET 21. De naam is ontleend aan het in 1992 in Rio ondertekende programma 'Agenda 21', en herinnert ons aan een dringend probleem dat we in deze eeuw moeten aanpakken: we moeten anders gaan produceren en consumeren om de mens en de verschillende ecosystemen in stand te kunnen houden. PLANET 21 omvat 21 engagementen en eenzelfde aantal gekwantificeerde doelen, die Accor zich gesteld heeft tegen 2015, zoals: cursussen ziektepreventie voor medewerkers in 95% van de hotels, verkrijgbaarheid van evenwichtige maaltijden in 80% van de vestigingen, gebruik van producten met eco-label in 85% van de hotels en vermindering van het water- en energieverbruik met respectievelijk 15% en 10% in de hotelvestigingen in eigen beheer.

### PLANET 21

7 HOOFDTHEMA'S, 21 ENGAGEMENTEN & KWANTIFICEERBARE DOELSTELLINGEN VOOR 2015:

7 hoofdthema's                      21 engagementen                      21                      kwantificeerbare doelstellingen voor 2015

 Gezondheid	1. Een gezond interieur garanderen	85% van de hotels gebruikt producten met ecolabel.
	2. Gezond eten stimuleren	80% van de hotels zet evenwichtige maaltijden op tafel.
	3. Ziekten voorkomen	95% van de hotels organiseert cursussen ziektepreventie voor de medewerkers.
 Natuur	4. Ons waterverbruik verlagen	15% vermindering van het waterverbruik tussen 2011 en 2015 (in de hotelvestigingen in eigen beheer).
	5. Afvalrecycling uitbreiden	85% van de hotels recycleert afval.
	6. De biodiversiteit beschermen	60% van de hotels neemt deel aan het herbebossingsproject Plant for the Planet.
 Kooldioxide	7. Ons energieverbruik verlagen	10% verlaging van het energieverbruik tussen 2011 en 2015 (in de hotelvestigingen in eigen beheer).
	8. Onze CO <sub>2</sub> -uitstoot verminderen	10% vermindering van de CO <sub>2</sub> -uitstoot tussen 2011 en 2015 (in de hotelvestigingen in eigen beheer).
	9. Meer gebruik maken van duurzame energie	10% van de hotels maakt gebruik van duurzame energie.

## PLANET 21



### Innovatie

10. codesign stimuleren

40% van de hotels heeft minimaal drie ecodesignelementen in de kamers.

11. Duurzaam bouwen stimuleren

21 nieuwe of gerenoveerde **hotels** hebben een Duurzaam Bouwencertificaat.

12. Duurzaam aanbod en duurzame technologieën introduceren

20% van de hotelvestigingen in eigen beheer biedt mogelijkheden voor 'groen' vergaderen.



### Lokaal

13. Kinderen beschermen tegen misbruik

70% van de hotels zet zich in voor de bescherming van kinderen.

14. Duurzame inkooppraktijken ontwikkelen

70% van de hotels koopt en promoot producten afkomstig uit het land van vestiging.

15. Ecosystemen beschermen

100% van de hotelrestaurants schrapt bedreigde zeedieren van het menu.



### Werk

16. Ontwikkeling van de medewerkers stimuleren

75% van de hotelmanagers is binnen het bedrijf doorgestroomd.

17. Van diversiteit een pluspunt maken

35% van de hotelmanagers is een vrouw (Motel 6 / Studio 6 niet meegerekend).

18. De sfeer op de werkvloer verbeteren

100% van de gastlanden organiseert elke twee jaar een opiniepeiling onder de medewerkers.



### Dialogoog

19. Transparant zaken doen

Accor is opgenomen in 6 internationaal erkende, maatschappelijk verantwoorde investerings-indexen of referentiesystemen.

20. Betrokkenheid creëren in onze franchise-eigen hotels

40% van alle hotels heeft een ISO14001- of EarthCheck-certificaat (exclusief het budgetsegment).

21. Ons enthousiasme delen met leveranciers

100% van de inkoopcontracten voldoet aan de eisen van ons Procurement Charter 21.



## WERKEN IN DE MEDIA, EEN PARTICIPATIEF TRAJECT



Het politiek beleid in Vlaanderen wordt al geruime tijd niet uitsluitend meer bedisseld op ministeriële kabinetten of binnen partijcenaakels. Het 'overlegmodel' impliceert dat belangrijke beslissingen worden voorafgegaan door overleg en dialoog met de belangrijkste spelers op het terrein.

Nu de VJV door de Vlaamse overheid erkend wordt als een volwaardige vereniging binnen het journalistieke landschap, werd zij ook uitgenodigd op diverse overlegondes over de problematiek van "Werken in de Media". Dit initiatief onder impuls van mediaminister Ingrid Lieten legt vooral de nadruk op de verhouding tussen enerzijds de mediabedrijven en anderzijds de medewerkers - in dienstverband en freelance - van deze bedrijven. Onderzoek heeft de voorbije jaren immers uitgewezen dat de journalisten onder een steeds hogere werkdruk komen te staan, en dat er bovendien een evolutie is waarbij mediabedrijven steeds meer een beroep doen op freelancers.

In DNT nr. 2 werd reeds verslag uitgebracht van de eerste fase in dit overleg: afzonderlijke gesprekken met de voornaamste stakeholders (uitgevers, distributeurs, journalistenverenigingen, productiehuisen, vakbonden) tijdens het voorjaar, waarbij de VJV samen met de andere journalistenverenigingen op 16 maart aan bod kwam.

In het kader van dit participatief traject vonden intussen op 21 mei en op 4 juli workshops plaats waarbij de stakeholders in totaal vijf intenties en acht aanbevelingen uitwerkten tot een actieplan. De vijf intenties zijn:

1. De mediasector innoveert via nieuwe business modellen, om zo zuurstof te creëren voor de mediaprofessionals en de investeerders. Hierbij wordt de nadruk gelegd op het stimuleren van innovatie en ondernemerschap van onderuit, bijvoorbeeld door interne startups mogelijk te maken binnen mediabedrijven. Ook de rol van partnerschappen tussen mediabedrijven zal hierbij belangrijk zijn. Bestaande organisaties en initiatieven die hierbij een rol kunnen spelen zijn het Media Innovatie Centrum MIX binnen het IBBT, het opleidingsinitiatief voor de geschreven pers Medi Academie, en het sociaal fonds Mediarte voor de audiovisuele sector.

2. De mediasector moet het juiste talent kunnen aantrekken. Hierbij is het van belang dat de opleidingen en vooral de stages vanuit correcte verwachtingen vertrekken, en de juiste talenten zo goed mogelijk naar de juiste werkplek leiden. Een vaak terugkerend advies vanwege de deelnemers aan de workshops was dat oudere werknemers als ervaren coaches zouden kunnen fungeren bij het opleiden en begeleiden van beginnende journalisten.

3. Op de mediawerkvloer dient een cultuur van "levenslang leren" te ontstaan. Het belang van permanente vorming botst soms met de hoge werkdruk. Bovendien kunnen freelancers en kleinere bedrijven vaak geen beroep doen op bestaande initiatieven als Mediarte en MediAcademie. Ook het belang van zelfevaluatie systemen en coaching mag hierbij niet over het hoofd worden gezien.

4. De mediasector maakt werk van nieuwe vormen van carrièreplanning. Medewerkers zullen in de toekomst vaker van werkgever veranderen. Een centrale databank met talenten en vaardigheden zou hierbij een positieve rol kunnen spelen en jobrotatie kunnen vergemakkelijken.

5. De mediasector streeft naar een correcte waardering van haar mediaprofessionals. De vaak te lage verloning van freelancers is hierbij momenteel een probleem. Een transparant en uniform tariefstelsel op basis van objectieve criteria, zou in de toekomst meer zekerheid kunnen bieden. Om de werkdruk binnen mediabedrijven draaglijk te houden, wordt verwezen naar de principes van het maatschappelijk verantwoord ondernemen, en naar een nieuw 'sociaal charter' dat momenteel binnen de VRT in voorbereiding is.

In de marge van deze workshop was de problematiek van de auteursrechten een vaak terugkerende klacht. De geldstromen tussen uitgevers, journalisten, omroepen en auteursrechtenverenigingen zijn momenteel zeer onduidelijk. Een grotere transparantie is dringend gewenst. Het feit dat deze materie op federaal vlak geregeld wordt, terwijl het mediabeleid een gemeenschapsbevoegdheid is, maakt de zaken er niet makkelijker op.

De twee workshops werden in goede banen geleid door het participatie-expertenbedrijf Levuur, waarvan de medewerkers het klappen van de zweep (figuurlijk) kennen om de deelnemers het beste van zichzelf te laten geven.

Al bij al was dit een interessant en waardevol overleg, dat zeer relevant is voor de context waarbinnen de VJV functioneert. We moeten wel voor ogen houden dat de focus op de arbeidsverhoudingen binnen de mediasector

lag. De toekomst van onze media wordt uiteraard door nog veel andere factoren, interne en externe, beïnvloed. De mate waarin de overheid en de mediasector één en ander kan sturen, is dan ook beperkt.

**Luc Van Braekel**

## **NIEUWE LEDEN**

VJV mocht de voorbije maanden de volgende nieuwe leden verwelkomen:

- 968 **Wim HOSTE** uit Desteldonk, fotograaf bij Cyclephotos.be
- 969 **Martine BAETSLE** uit Sint-Pauwels, hoofdredacteur Aries
- 970 **Rudy VERSMESSEN** uit Aalst, fotograaf bij Flex Magazine
- 971 **Pauline POELMANS** uit Kuringen, fotograaf bij Stampmedia
- 972 **Vincent BUYSSENS** uit Oostmalle, redacteur bij Stampmedia
- 973 **Sander CAROLLO** uit Heusden-Zolder, redacteur bij Stampmedia
- 974 **Marieke VAN CAUWENBERGHE** uit Wilrijk, redacteur bij Stampmedia
- 975 **August CHARRIN** uit Oelegem, redacteur bij 't Periodiekske
- 976 **Nick LODEWYCKX** uit Borgerhout, redacteur bij Stampmedia
- 977 **Antonino MUSSO** uit Genk, redacteur bij Stampmedia
- 978 **Chantal BENSCH** uit Balen, redacteur bij Offroadbiking
- 979 **Bart VERBEKE** uit Boom, reporter bij Zalu.be
- 980 **Gino COCQUYT** uit Marke, fotograaf bij Kortrijk Regionaal Nieuws
- 981 **Lynn SYMONS** uit Merksem, reporter bij Stampmedia
- 982 **Gunther MALIN** uit Meise, reporter bij Stampmedia
- 983 **Bart AERTS** uit Duffel, reporter voor Duffel in Beeld

## **NIEUW!**

### **Stagiair-lidmaatschap**

Speciaal voor laatstejaarsstudenten van de hogere opleidingen journalistiek heeft de VJV een stagiair-statuuut ingevoerd.

Het stagiair-lidmaatschap moet de student toelaten om in optimale omstandigheden kennis te maken met de journalistieke realiteit en om journalistieke ervaring op te doen. De VJV zal het stagiair-lid bijstaan met know-how en advies, zoals dat ook bij de effectieve leden het geval is.

Dit stagiair-lidmaatschap is geldig tot het einde van het academiejaar (september) en geeft recht op een abonnement op De Nieuwe Tydinghe en deelname (zonder stemrecht) aan alle ledenactiviteiten. Na één stagejaar kan het stagiair-lid een aanvraag indienen voor het effectieve lidmaatschap. Deze aanvraag bestaat uit een attest van professionele journalistieke activiteiten of bewijs van indiensttreding bij een mediabedrijf.

De aanvraag voor het stagiair-lidmaatschap wordt mee ondertekend door een docent journalistiek. Na goedkeuring van de aanvraag, krijgt het stagiair-lid een stagiair-lidkaart en een beknopte deontologische code toegestuurd.

## Humo en P-Magazine onder hoogspanning

De meeste tijdschriften zijn ziek, maar Humo en P-Magazine liggen op intensieve zorgen. Na aanslepende slechte verkoopcijfers en harde kritiek van aandeelhouders ontstond er onrust op de Humo-redactie. Er vielen vijf ontslagen uitgerekend op de dag dat de zoveelste nieuwe hoofdredacteur werd binnengehaald. Humo wil nu het bereik verhogen via de website, radio, tv of om het even

welk kanaal. Ook bij P-Magazine heerst er onrust. Het blad was, net als vorig jaar, de grootste verliezer. Onder impuls van de redactie nam Patrick De Witte ondertussen de redactionele leiding. Hij smeedt resoluut de halfnaakte babe van de cover en mikt voortaan, net als Humo, op onderzoek journalistiek. Vooraleer één en ander te duiden, kijken we eerst naar cijfers.

Bron:Cim \*: Nl. + Fr. Ed.

Weekbladen	april 2011 maart 2012	april 2010 maart 2011	verschil in %	verschil in aantallen	2011	2010
Dag Allemaal	405.005	420.725	-3,74	-15.720	412.809	420.665
Flair	111.316	118.493	-6,06	-7.177	113.970	117.307
Humo	189.890	210.873	-9,95	-20.983	197.105	215.409
Joepie	60.887	57.578	+ 5,75	+ 3.309	60.819	57.505
Kerk&Leven	324.970	354.079	-8,22	-29.109	331.584	361.544
Knack	108.573	112.572	-3,55	-3.999	114.712	116.964
Krant W.Vl.	73.902	75.555	-2,19	-1.653	74.372	75.650
Libelle	221.051	224.191	-1,40	-3.140	223.476	226.161
P-Magazine	46.930	53.402	-12,12	-6.472	48.765	54.482
TV Gids Primo	92.045	97.605	-5,70	-5.560	91.909	99.785
Sport/Foot*	49.730	52.096	-4,54	-2.366	50.473	52.482
Story	160.486	166.446	-3,58	-5.960	163.187	163.961
Teve-Blad	132.705	135.913	-2,36	-3.208	133.326	137.589
Trends/ Tend.*	36.958	37.392	-1,16	-434	37.113	37.270
TV Familie	108.654	118.373	-8,21	-9.719	110.884	120.854
<b>Magazines</b>						
Ché	22.911	24.312	-5,76	-1.401	23.405	24.290
Clickx	16.237	17.597	-9,53	-1.360	16.896	18.184
Eos	31.841	31.137	+ 2,26	+ 704	32.086	31.042
Feeling	66.559	71.932	-7,47	-5.373	68.633	72.250
Genieten	9.791	11.460	-14,56	-1.669	10.450	11.742
Goed Gevoel	82.739	83.915	-1,40	-1.176	82.576	83.583
Grande*	11.262	14.685	-23,30	-3.423	12.092	15.541
Menzo	3.741	3.450	+ 8,40	+ 291	3.839	4.081
Nest*	134.287	136.677	-1,75	-2.390	133.870	138.415
Plus Mag.*	113.374	115.807	-2,10	-2.433	113.503	117.962



Eén blik op de jongste cijfers volstaat om de tijdschriftenmarkt het label dalend mee te geven. Toch zijn overhaaste conclusies uit den boze en dringt een relativerende vergelijking met de totaal- resultaten van de laatste twee jaren zich op. Dit laat alleszins toe de licht fluctuerende bewegingen te scheiden van dramatische evoluties.

Vanuit die optiek situeren de grote verliezen bij de weekbladen zich traditioneel bij Kerk en Leven, maar onrustwekkender bij Humo, Dag Allemaal, Knack en P-Magazine. Wordt het vizier enkel op de periode van april 2011 tot maart 2012 gericht, dan zijn de grote slachtoffers P-Magazine en Humo, net die bladen waar het de jongste tijd ook redactioneel rumoerig was.

## Humo

De achteruitgang van Humo is al enkele jaren aan de gang en de zetel van hoofdredacteur deed geregeld dienst al schietstoel. Eerst werd hoofdredacteur Jörgen Oosterwaal bijgestaan door Sam De Graeve, nadien zocht hij andere oorden op en nog een weinig later werd De Graeve zelf opgevolgd door adjunct Bart Vanegeren die op zijn beurt gesecondeerd werd door directeur Jan Stevens. In juni werd Vanegeren dan vervangen door Wouter Van Driessche. Een aantal redactieleden vond reeds langer dat het blad net iets te veel in het verleden leefde, in de gouden jaren van Guy Mortier zeg maar. Toen ook aandeelhouder Aimé Van Hecke openlijk verklaarde dat Humo de afspraak met de 21<sup>ste</sup> eeuw gemist had, verscheen Wouter Vandenhoute op de werkvloer om orde op zaken te zetten. Enkele wijzigingen, zoals het weglaten van het etiket 'onafhankelijk' en een hertekening van de muziekpagina's waren het onmiddellijk gevolg. Veel aarde bracht dit evenwel niet aan de dijk. Medio juni trad dan Wouter Van Driessche(ex- De Morgen, ex-Knack, ex-De Tijd en ex-De Standaard) in de Humo-arena. Via een ambitieus project wil hij het blad zijn uniciteit teruggeven. In de marge experimenteert Humo deze zomer ook met radio op FM Brussel en wordt er een tv-programma op Vier voorbereid. Directeur Jan Stevens maakt er geen geheim van dat hij naast het blad via de website, radio, televisie, iPad of om het even welk kanaal Humo als een merk wil neerzetten.

## P-Magazine

Ik vroeg me net af wat ik nu eens zou gaan doen', dat antwoordde Patrick De Witte(pdw) op de vraag waarom hij hoofdredacteur van P-Magazine werd. Allicht niet de verwachte motivatie, maar wel typerend voor satiricus pdw. Toch beseft hij maar al te goed dat het geen makkelijke klus zal zijn om het magazine terug op de rails te zetten, vooral ook omdat de financiële situatie van uitgever Think Media alles behalve rooskleurig is. Zijn eerste beleidsdaad bestond uit het bannen van de babes en resoluut voor meer inhoudelijke sérieux te kiezen. Gedurfd alleszins omdat zijn voorganger, Michel Lescroart, daar zijn tanden op stuk gebeten had. De Witte zoekt de inhoud te verrijken via onderzoeksjournalistiek, een richting die ook Humo is ingeslagen.

## De anderen

Bij de populaire weekbladen moet vooral TV Familie zich wat zorgen maken. Dag Allemaal en Story blijven van hun kant op voet van oorlog leven. Nooit gezien was in dit verband de vermelding 'Dit ziet u niet in Dag Allemaal' boven foto's van een Pfaff-huwelijk op de cover van Story. Beide bladen kennen overigens een lichte terugval. Libelle blijft de rots in de branding bij de vrouwenbladen terwijl Flair de wispelturigheid niet kwijtgeraakt. Geen enkel Roularta-blad slaagt erin positieve cijfers voor te leggen. Het grootste verlies is voor Knack ondanks de in september aangestelde nieuwe hoofdredacteur Johan Van Overtveldt.

## De winnaar

En ondanks de dalende trend is er toch nog een winnaar, namelijk Joepie. Het ondertussen veertigjarige tienerblad trotseert bovendien cyberspace en verkoopt tegendraads meer als pakweg P-Magazine. Ontegensprekelijk sluit Joepie naadloos aan bij de leefwereld van het, in meerderheid vrouwelijk, 12- tot 16- jarige leespubliek. Een redactionele blijver hierbij is de intieme brievenrubriek en dan zijn er natuurlijk nog de posters. Joepie focust inhoudelijk uitsluitend op de popsterren van de doelgroep en scheidt hierrond een eigen universum. Waarschijnlijk dus nog even een succesvolle blijver in ons digitaal tijdperk.

## Magazines

Naar analogie met de weekbladen gaan ook de meeste magazines in het rood. Het reismagazine Grande en het maandblad Genieten, dat 'het beste uit de hele wereld biedt', krijgen in crisisperiode de raakste klap. Computerblad Clickx, Wonen Landelijke Stijl, Vitaya en lifestyletitel Feeling leveren eveneens fors in. De overige verliezers blijven in vergelijking met de cijfers van de laatste twee jaren nog enigszins stabiel. Bij de magazines is er ook goed nieuws. Zo bezitten Royals en het wetenschapsblad Eos blijkbaar een hondstrouw publiek. Grote winnaar is hier evenwel Menzo. Bovendien werd zanger Koen Wauters eind april gebombardeerd tot hoofdredacteur in opvolging van Jorn Van Besauw. Wauters noemt het een 'pittige uitdaging'. En ook Goedele krijgt een kans, een tweede dan wel. In juni lag het eerste nummer van het tweemaandelijks personalityblad GDL in de rekken. Volgens haar eigen zeggen moet het blad positiever van toon worden met meer feelgood dan Goedele en met lekkere seks natuurlijk!

**Guy Freiermuth – 20/6/12**

## FELIX DE BOECK

De Vlaamse kunstschilder Felix De Boeck (1898 - 1995) wordt internationaal erkend als een van de belangrijkste grondleggers van de abstracte kunst. Naast de boerenstiel beoefende deze kunstenaar-boer 's zondags in zijn atelier de schilderkunst. Toch was zijn oeuvre zodanig omvangrijk en belangrijk zodat in 1995 in Drogenbos het 'Museum Felix De Boeck' werd opgericht.



VJV-lid **Raoul Maria de Puydt** plaats in het boek 'Felix De Boeck en de pioniers van de abstracte kunst' het werk van deze grote Vlaamse kunstenaar in perspectief tot de internationale scène van de abstracte kunst. Na een uiterst toegankelijke en ruim geïllustreerde beschrijving van het werk van Felix De Boeck, waarbij hij zijn werk situeert in de context van de grote meesters, vormt de overgang naar 'de abstractie' het aanknopingspunt met een reeks bekende beoefenaars van dit genre. Hierbij krijgt De Boeck een prominente plaats naast beroemde schilders als Alkema, Doesburg, Domela, Huszar, Kadinsky, Malevitch, Moholy-Nagy, Mondriaan, Servranckx en Seuphor.

Hiermee vormt dit mooi geïllustreerd kunstboek niet alleen een verkenning door de kunstwerken van Felix De Boeck maar brengt het voor de kunstminnende lezer tevens een fraai overzicht van de artistieke relevantie van de abstracte kunst bij het begin van de vorige eeuw.

**Walter Ego**

**FELIX DE BOECK en de pioniers van de abstracte kunst, Raoul Maria de Puydt, Uitgeverij Snoeck, vierkleurendruk, hardcover 24 x 29 cm, 128 pagina's, ISBN (Nederlandse uitgave) 978-90-5349-786-9, prijs 32,- euro (het boek is verkrijgbaar in het museum en bij de betere boekhandel – er bestaat eveneens een Franstalige en een Engelstalige editie)**

## ZIJN BIOWIJNEN WEL ECHT ZO GEZOND EN ZIJN HUN MAKERS WEL ZO MILIEUVRIENDELIJK?

**Men heeft er de mond van vol!**

Biologisch tuinieren, natuurbescherming, natuur producten, back to the basics...enz. Zo ook kent de bio-wijnbouw zijn opmars in het hedendaags wijngebeuren. Een marketingtruc of een eerlijke mentaliteitswijziging? Kort beschrijf ik de essentiële verschillen tussen de biologische wijnen en de wijnen gemaakt door biodynamische aanpak.

De biologische wijncultuur richt zich vooral op drie items nl.:

**Bemesting van de wijngaard: chemische kunstmeststof is verboden! Als alternatief gebruikt men organische meststof naast zeewier, rotspoeder en mineralen.**

**Ziektebestrijding: wat te gebruiken tegen Oidium(meeldauw)- bordelese pap (koper/kalkoplossing), sterk verdunde zwavel (toepasselijk voor schimmels en meeldauw). Ook maakt men soms gebruik van het kweken en uitzetten van nuttige insecten en van seksuele verwarring. Biologische middelen zijn veel gebruikte hulpmiddelen bij bio-wijnbouw.**

## Seksuele verwarring

Een vrouwtjesvlinder stuurt kleine hoeveelheden geurstoffen (feromonen) uit die de mannetjesvlinders aantrekken tot paring. Na de paring leggen ze eitjes op de druivenstok. De uitgekomen rupsen brengen aanzienlijke schade aan.

Een milieuvriendelijk middel ter bestrijding is het plaatsen van een capsule (rak) met synthetische geurstoffen van de vrouwelijke vlinder. De mannetjes vlinders worden gek want zij ruiken overal vrouwtjes maar die zijn niet te vinden. De mannetjes vertrekken en de paring gaat niet door met als gevolg: geen paring=geen rupsen=geen schade aan de wijnstok.



Vinificatie: gebruik van sterk verdunde zwavel (sulfiet). Geen gebruik van kleur- en smaakverbeteraars. Geen ontzuur- of bijzuurmiddelen. Pasteurisatie en Sterilisatie zijn verboden. Het gistingsproces moet op een natuurlijke wijze verlopen.

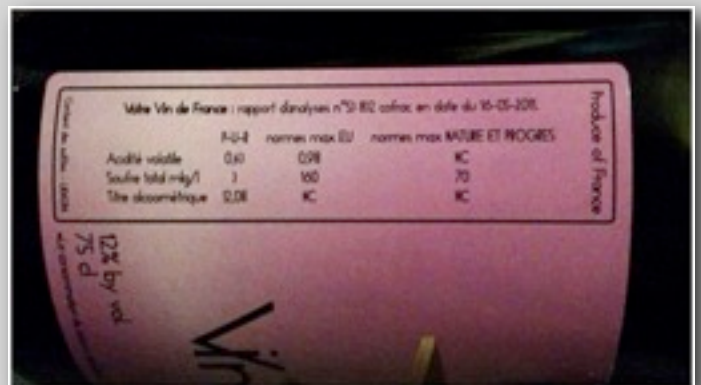
Wat de biodynamische aanpak betreft hanteert men dezelfde principes maar aangevuld met de stand van de hemellichamen (kosmos). Het gebruik van biodynamische preparaten is te vergelijken met homeopathische bereidingen.

Uit het voorgaande leert men dus dat het gebruik van conserveringsmiddel sulfiet een noodzakelijk kwaad is dat ook, weliswaar in strict minimum, in gebruik is bij de bio wijnboer.

Het gebruik van sulfiet in de wijnbouw gaat terug tot in de Romeinse tijd. De Romeinen ontdekten dat als je zwavel verbrandde in houten tonnen bestemd voor transport van wijn, ze geen azijngeur ontwikkelden. Vandaag, meer dan 2000 jaar later wordt sulfiet nog steeds gebruikt en is het het meest voorkomende additief tijdens de vinificatie.

**Europa (verordening EG nr.1493/1999 van de Raad van 17 mei 1999) laat maximum 160mg/liter toe in rode wijn en 210mg/liter in witte wijn.** Uitzonderingen zijn toegestaan voor zoete wijnen zoals Sauternes. Vanaf 25 november 2005 is het verplicht de aanwezigheid van allergenen in een product te vermelden. De aanwezigheid van sulfiet in wijn wordt als volgt vermeld op het etiket of tegenetiket- 'Bevat sulfieten' of als 'Bevat

zwaveldioxide'. Wijnen die al gebotteld zijn voor 25 november 2005 zijn vrijgesteld van deze etikettering. Samenvattend kan men dus stellen dat het hier om wijnen gaat die meer dan 10mg/liter sulfiet bevatten. Belangrijk is te weten dat de hoeveelheden sulfiet die vandaag nog gebruikt worden in de meeste kwaliteitswijnen echter nog niet de helft bedragen in vergelijking met wijnen van dertig jaar geleden. Helaas is het wettelijk niet verplicht om naast 'bevat sulfieten' op het etiket ook de **hoeveelheid** te vermelden, zodat de consument ook daarin een keuze heeft. Zou deze vermelding geen pluspunt zijn voor de bio wijnboer?



**Sulfiet veroorzaakt bij velen hoofdpijn, misselijkheid, allergische reacties en spijsverteringsproblemen. Mensen met een slechte nier- en leverwerking moeten sulfiet vermijden, alsook astmapatiënten want dit kan leiden tot ernstige benauwdheid.**

Bestaan er natuurwijnen zonder toegevoegd sulfiet? Ja, de laatste 10 jaar zijn er in Frankrijk en Spanje wijnbouwers die begonnen zijn met natuurlijke wijnen te maken zonder toegevoegd sulfiet. Helaas moet het bewaren en vervoer van deze unieke wijnen steeds onder de 15°C gebeuren, anders ontstaat er snel oxidatie ook al is de fles perfect afgesloten. Je ziet

dus dat sulfiet een product blijft waar de meeste wijnmakers moeilijk zonder kunnen. Het niet gebruiken is vrijwel onmogelijk! Laat ons hopen dat spijstechnologische vernieuwingen en de herontdekking van natuurlijke middelen het gebruik van sulfiet zullen reduceren tot het strikte minimum of zelfs uitsluiten. Europa heeft bij deze problematiek ook nog een belangrijke taak op gezondheidsvlak te vervullen door meer duiding te geven over de hoeveelheid gebruik van sulfiet met verplichte vermelding op het etiket. **Dit kan wel bij voedsel en waarom niet bij wijn?**

Op milieuvriendelijk vlak zou ik de bio wijnboeren, zo begaan met de natuur, de hint willen geven zich te beraden over het gebruik van eiken houten vaten voor

hun wijnopvoeding. In het kader van de ontbossing zouden zij moeten nadenken over het niet meer gebruiken van houten eiken vaten. Als zij zich **bio willen noemen** verbannen ze de houtlagering wetende dat men van een oude eik van meer dan 100 jaar men slechts 2 vaten kan maken en dat deze bomen een dikte van 45 tot 60 cm moeten hebben!

**BIO BOER, DENK NA ALVORENS JE ONS ZEGT DAT JE BIO WERKT!**

**Georges De Smaele, wijnkenner.**





## Denktank

Who, Who not!

Persaccreditatie Olympische Spelen 2012



Voor sporters zijn de Olympische spelen het summum. Deelnemen is al voldoende, De status van eeuwige roem is er immers in een wip mee verdiend. Toch blijkt het parcours dat een atleet hiervoor moet afleggen niet zo'n eenvoudige onderneming. Het is niet voldoende de vooropgestelde limiet te behalen. Men moet ook nog eens geselecteerd worden. Dit wikt en weegt het Olympisch Comité van het land waarvoor hij uitkomt.

Wanneer er veel atleten zijn die aan de voorwaarden voldoen, dan heeft dat meteen ook tot gevolg dat vele dromen noodgedwongen moeten sneuvelen. Een feit dat zich ongetwijfeld ook voordoet onder journalisten. Aanwezig zijn op de 'Olympic Games' betekent naar analogie met de sporters toch ook wel iets. Maar wie bepaalt nu de uitverkorenen?

Het Internationaal Olympisch Comité staat garant voor de persaccreditaties. Deze 'vrijgeleidepasjes' worden lang op voorhand verleend aan de 'belangrijkste' verslaggevers. Zo mocht België een dertigtal journalisten van de schrijvende pers afvaardigen naar Londen 2012. Anderzijds werden er nog eens een kleine honderd mensen gekozen door de European Broadcasting Union om te zorgen voor de beeldverslaggeving. Voor een klein landje als België is dit al een zeer omvangrijke groep. Het lijkt ons dan ook logisch dat er quota werden opgesteld met als gevolg dat niet eender welke journalist zomaar een plaatsje kon opeisen op de hoogmis van de sport. Overdaad schaadt, wat ook geldt voor verslaggevers.

Maar hoef je wel aanwezig te zijn op de plaats van het gebeuren om een waardevol relaas te maken? Hierover willen we een boompje opzetten onder onze lezers.

Natuurlijk hebben we het niet over de Olympische spelen alleen, zij waren onze aanzet.

Hierbij alvast wat voer om jullie pennen in beweging te brengen:

**Van op de zijlijn is berichtgeving veel neutraler, indachtig het spreekwoord 'de beste stuurlii staan aan wal', dat weliswaar een andere betekenis heeft maar in onze stelling toch wel de lading dekt!**

**Facebook en twitter zijn betrouwbare instrumenten!**

**Openbare omroep is de enige geloofwaardige bron!  
De 'thuisjournalist' mag zonder probleem een quote van de geaccrediteerde gebruiken!**

Graag jullie mening naar onze denktank.

Wij gaan alle inzendingen grondig bestuderen. Privacy wordt voor honderd procent gegarandeerd.

Indien relevant gaan we dieper in op de stellingen en geven in ons volgend nummer meer duiding betreffende deontologie en het juridisch karakter.

**François Van de Brul**



## Wetenschap en het maatschappelijk debat

De toenemende culturele vermenging stelt onze samenlevingen voor nieuwe uitdagingen. Migrerende volkeren brengen hun eigen culturen en wereldbeelden met zich mee. Mensen hebben een wereldbeeld nodig als leidraad voor hun leven, maar de botsingen tussen die wereldbeelden kunnen tot ernstige conflicten leiden, denk maar aan de recente duivelsuitdrijving, de uitingen van homohaar, de pogingen tot invoering van de sharia en de al lang aanslepende problemen met de hoofdbedekking.

Leidraden die ontstaan zijn uit religies zijn meestal stug en niet gemakkelijk objectiveerbaar. In meerdere Westerse landen werd dat probleem verlicht door de wetenschappelijke kennis een vooraanstaande rol toe te kennen. We hebben er enkele honderden jaren over gedaan om tot een werkzame scheiding van kerk en staat te komen. Die situatie komt nu onder druk te staan.

Wetenschappelijke kennis is nog steeds de meest objectieve en waarheidsgetrouwe. Vooraleer kennis wetenschappelijk wordt genoemd wordt ze heel kritisch geëvalueerd met middelen die hun efficiëntie al lang hebben bewezen. Dat kan niet worden gezegd van religieuze en volkskennis die meestal door overlevering wordt aangebracht en waarbij de religieuze kennis

meestal kritiekloos moet worden aanvaard. Dat maakt het samenleven met mensen met een ander wereldbeeld bijzonder moeilijk.

Moet de wetenschappelijke geverifieerde kennis dan niet prominenter aanwezig zijn in het maatschappelijk debat? Dat is niet enkel nodig voor problemen met andere culturen, maar ook voor onze eigen beleids mensen die zich soms door dubieuze opvattingen laten leiden. Denk maar aan de wijze waarop alternatieve geneeswijzen zoals homeopathie door politici werd geëvalueerd op een basis die meer met geloof dan met kennis te maken heeft.

Moeten journalisten in het maatschappelijk debat niet meer refereren naar wetenschappelijke argumenten ingeval van conflicterende opinies? Zo zou voor de discussie rond gelaatsbedekking het fundamentele aspect van de communicatie via de gelaatsuitdrukking moeten in de verf worden gezet. En dan nog gezweven van de onveiligheid die aan gelaatsbedekking gekoppeld is bij criminaliteit. Voor wat betreft homofobie, mag worden benadrukt dat het gedrag van de homo geen vrije keuze van hem is, maar dat het een resultaat is van genetische en omgevingsfactoren. Is hier geen rol voor de journalistiek weggelegd?

**Mathieu Snykers**

## Geplukt uit het lezersforum

VJV-lid Karel Overlaet had een vraag:

Beste

Hoe kan ik mijn fotomateriaal toch mee aan boord van een vliegtuig nemen? Hoe pakken andere leden dit aan? Mijn fototas weegt om en bij de 15 kg. Is de perskaart bv. een 'vrijgeleide'?

Met vriendelijke groet  
Karel Overlaet

Het antwoord van de voorzitter

Beste mijnheer Overlaet,

Uw vraag kan ik op grond van mijn jarenlange ervaring slechts genuanceerd beantwoorden. De ene keer krijg je a.h.w. een keizerlijke behandeling, de andere keer moet je – net zoals iedereen – mooi in het rijtje lopen.

Voor belangrijke journalistieke opdrachten heb ik vooraf steeds contact genomen met de persverantwoordelijke van de betrokken maatschappij. Daarbij speelt het tijdstip, de aard van de opdracht en de perskaart (waarvan dan vooraf een kopie wordt opgevraagd) wel een rol, in die zin dat het meestal aantrekkelijke condities oplevert en dat er bovendien vaak plaatsen

vooraan in het vliegtuig worden voorbehouden zodat het mogelijk is foto- en/of videomateriaal mee aan boord te nemen.

Er kan ook duidelijk een onderscheid worden gemaakt tussen lijn- en chartervluchten. Bij de eerste is de service (ook voor persmensen) meestal beter dan bij de tweede.

En zoals steeds: vermits de menselijke factor een belangrijke rol speelt is voor iedere concrete situatie heel veel afhankelijk van je persoonlijke aanpak en van de persoon met wie je te maken krijgt en die uiteindelijk moet oordelen en beslissen. In geen geval kan de perskaart op zich beschouwd worden als een vrijgeleide. Ze kan je, mits duidelijk aantoonbare opdracht, wel faciliteiten opleveren.

Mijn wijze raad: bij twijfel of specifieke vragen vooraf de maatschappij contacteren.

Met vriendelijke groet en succes,

**Walter Van den Branden**

Voorzitter Vlaamse Journalisten Vereniging

## Nikon ontwikkelt een 800 mm supertele-objectief met F-vatting

Nikon heeft een baanbrekend supertele-objectief met vaste brandpuntsafstand ontwikkeld, als aanvulling op zijn serie full-frame (FX) NIKKOR-objectieven. Het 800 mm AF-S-objectief, met een groot diafragma van f/5.6 en VR (vibratiereductie)-systeem, is volledig compatibel met het autofocussysteem van alle Nikon-camera's in FX-formaat.



Het nieuwe objectief is ontwikkeld om de NIKKOR-serie met supertele-objectieven verder te versterken. Het objectief beschikt over de langste brandpuntsafstand van alle NIKKOR-autofocus objectieven en is speciaal ontwikkeld met sport-, nieuws- en natuurfotografen in gedachten. Naast zijn superieure optische prestaties is het objectief ook bestand tegen stof en waterdruppels.

Tijdens het Open Golf Championship op de Royal Lytham & St. Annes Golf Club in Lancashire (Engeland), dat plaatsvindt van 19 tot en met 22 juli 2012 en waarvan Nikon al sinds 1993 officieel sponsor is, werd een prototype van het nieuwe objectief voor de eerste keer getoond aan beroepsfotografen. Het grote publiek kan het objectief bewonderen tijdens de Photokina 2012, de grootste fotografie- en filmbeurs ter wereld die van 18 tot en met 23 september in het Duitse Keulen wordt gehouden.

## Mededeling vanwege VJV-lid Filip Devos, hoofdredacteur 'Over Taal' (filip.devos@overtaal.be )

Het artikel 'Tussentaal en de vrije markt' van Koen Plevoets plaatst het verschijnsel 'tussentaal' in Vlaanderen in een nieuw daglicht. Tussentaal, of 'Verkavelingsvlaams', is de mengvorm van standaardtaal en dialectelementen, die vooral de laatste decennia een sterke opmars gekend heeft. Op basis van empirisch doctoraatsonderzoek wordt die nu verklaard vanuit de naoorlogse welvaart, die in haar geheel tot informalisering geleid heeft. Het blijkt meer bepaald dat het standaardtaalgebruik toeneemt met de socio-economische klasse, maar dat de mate van die toename zelf vermindert per klasse. De hogere klasse spreekt met andere woorden gradueel wel meer standaardtaal, maar vertoont tegelijk ook meer versoepeling. Daarmee is tussentaal een symptoom van 'opzichtige ontspanning', die de huidige welvaartstaten in het algemeen kenmerkt: de strikte navolging van normen neemt af, omdat men van welstand en comfort verzekerd is en daardoor wat autonomer is. Tussentaal is dan ook de taal van de 'nieuwe rijken' in Vlaanderen, voor wie de standaardtaal niet meer de symbolische lading (als emancipatiemiddel) heeft, die ze vroeger had. Tussentaal wijst daarom bovendien op de afname van taalonzekerheid.

De volledige bijdrage kunt u lezen in het nieuwe nummer van Over taal en ook op [www.overtaal.be](http://www.overtaal.be)



Zaterdag 1 december 2012

**Jaarlijkse STATUTAIRE LEDENVERGADERING van de Vlaamse Journalisten Vereniging in het 'Eurocam Media Center' in Lint.**

Op het programma:

- Ledenvergadering en partnerprogramma
- Diner
- Eerste Vlaams Journalisten Event

Noteer 1 december nu reeds in uw agenda.

Meer details en het inschrijvingsformulier volgen in het oktobernummer van De Nieuwe Tydinghe.

## 20 X OOSTENDE

**Lannoo lanceert in overleg met Toerisme Oostende vzw een City Guide 20 x Oostende. De gids brengt een interessante mix van logeertips, restauranttips en geniettips. Een selectie van goed gekozen plekjes. Deze reisgids past perfect in de marketingstrategie van Toerisme Oostende vzw om Oostende als een stedentrip met een breed aanbod te profileren.**

De stad werd de voorbije jaren grondig vernieuwd en er werd flink wat geïnvesteerd in het culturele aanbod. Zo werd de binnenstad verfraaid, diverse attracties en musea kregen een nieuwe museale invulling en Toerisme Oostende vzw ontwikkelde diverse producten, zoals de Oostende City Pass, de wandeling Erfgoed met Smaak en de digitale wandelingen Marvin Gaye en Erfgoed met Smaak. Kortom, Oostende is klaar voor een internationale reisgids.

Oostende is een unieke Stad aan Zee en daar speelt de reisgids 20 x Oostende handig op in. In Oostende kun je eindeloos ontdekken: shoppen, cultuur opsnuiven, strandporten, heerlijk tafelen, het Koninklijk erfgoed, het bruisend nachtleven en quality time met de kids.

Een boeiende mix van zee, beachlife, maritiem erfgoed, cultuur, gastronomie, wellness en shopping.

De City Guide 20 x Oostende is speels opgebouwd uit 10 rubrieken: Ensor, Koninklijk verleden, Erfgoed, Maritiem, Soul l'ostendaise, Beachlife, Wellness, Shoppen, Kids en Verborgen parels.

Sophie Allegaert is de auteur van 20 x Oostende. Ze heeft een passie voor reizen en schrijven.

De Nederlandse versie van de City Guide 20x Oostende wordt gedrukt op 2.500 ex., de Franse versie op 1.500 ex.. De gids wordt verkocht in alle boekhandels, buitenboekhandels in België en Nederland en bij Toerisme Oostende vzw aan 15,99 EUR.



Met steun van de  
Vlaamse overheid

