

En w er moet HP/De Tijd bezuinigen. Het voormalige weekblad dat nu maandelijks verschijnt, houdt alleen een 'rompredactie' over. Is dat genoeg om de eigen identiteit te bewaren?

HP/De Tijd worstelt met zijn identiteit



1971



1973



1999

Kristel van Vreefelen

Het ging juist zo goed met HP/De Tijd. Dat wil zeggen: de oplagescijfers lieten voor het eerst in tijden weer een opwaartse trend zien. Met dik 26.000 lezers was het tijdschrift weer terug op het niveau van voor 2009, toen er een weinig succesvolle koers werd ingezet.

Toch kondigde uitgever Anax vorige week een reorganisatie aan. Drie redacteurs vertoelen hun baan. Er blijft alleen een 'rompredactie' van acht man over. Tegenwoordig is dat een populaire term in bladland om te zeggen dat alleen de noodzakelijke mensen als een hoofd- en eindredacteur en wat coördinatoren blijven, met daaronder een grote groep freelancers. Die vorm is goedkoop, maar doordt beelbepalende verhalen buiten de deur geschreven worden, bestaat ook het risico van verlies van identiteit.

Het grootste probleem van HP/De Tijd is dat de adverteerder wegblift. Het blad maakt ondanks de groeiende oplage nog altijd verlies, zegt Hans van Brussel van Anax. "De hele printmarkt heeft last van teruglopende advertentie-inkomsten. Maar HP/De Tijd is de afgelopen jaren in oplage sterk achteruit gegaan, dat zien adverteerders ook. De zwakste broeder krijgt in dit geval de zwaarste klappen."

De reorganisatie is reden genoeg voor hoofdredacteur Frank Poorthuis om te vertrekken. Niet dat hij de koers van de uitgever niet begrijpt, maar leiding geven aan zo'n kleine redactie ziet hij niet zitten. En zo staat HP/De Tijd voor de tweede keer in drie jaar tijd zonder hoofdredacteur. Hoe gaat het blad al deze veranderingen overleven?

HP/De Tijd is niet het enige journalistieke tijdschrift dat moeite heeft een plek te vinden in de wereld van internet, kranten die zich steeds meer op achtergronden gaan richten en een overvloed aan actualiteitsprogramma's op tv. HP/De Tijd beleeft echter wel een aantal heel moeilijke jaren. Poorthuis omschreef het eerder als 'plat, te veel schreeuwen en vooral snel willen scoren'.

De koers werd gewijzigd en sinds



1990



2007



2012

"Het draait om imago en herkenbaarheid. Je moet denken: h , dit blad is voor mij!"

afgelopen voorjaar is HP/De Tijd niet langer een opinieweekblad, maar verschijnt het eens per maand. Dat vroeg om een andere inhoud, die volgens de hoofdredacteur een combinatie is van een opinieblad en een glossy, politieke stukken en essays worden afgewisseld met verhalen over het moderne leven.

Daarnaast werd geïnvesteerd in de site, die met dik 125.000 unieke bezoekers per maand inmiddels beter wordt gelezen dan het papieren blad. HP/De Tijd doet het bovendien opvallend goed op sociale media. Regt Carollin Vader van adviesbureau Blendendokter. "Het heeft op Twitter bijna net zoveel volgers als de Lint, terwijl dat tijdschrift veel meer lezers heeft. Ze hebben bij HP/De Tijd goed door dat een blad zijn alleen niet meer genoeg is. Het draait om imago en herkenbaarheid. Iemand moet denken: h , dit blad is voor mij bedoeld."

Het online succes van HP/De Tijd roept de vraag op die zoveel titels zich momenteel stellen: wordt het niet tijd om in te zetten op internet in plaats van print? Zo kondigde het bekende Amerikaanse tijdschrift Newsweek vorige week aan voortaan alleen nog online te verschijnen. Van Brussel: "Zo ver zijn wij nog lang niet. De inkomsten online zijn ook nog lang niet op het niveau van de inkomsten van print. Zo leveren online advertenties nog steeds een stuk minder op."

Lezers zien bovendien nog altijd de meerwaarde van papier, drukt Carollin Vader. "Mensen gunnen zichzelf een tijdschrift, omdat het is een gewone past. Net zoals een krant bij het ochtendritueel hoort."

Wat volgens Vader nu belangrijk is, is dat HP/De Tijd de koers die online is ingezet, doorzet. "Het grootste risico van het regelmatig wisselen van hoofdredacteurs is dat er steeds een andere weg wordt ingeslagen. Zo bind je geen lezers aan je."

Het is nog niet bekend wie de opvolger van Poorthuis wordt. Maar volgens Van Brussel zit het merendeel continu it  wel goed. "Met de lezersaantallen gaat het goed. De nieuwe hoofdredacteur zal aan de inhoud niet veel hoeven te sleutelen."