



Geert Sels en Wim Cooremans / Michael De Lausnay

wilde De Standaard absoluut Die Anarchistische Abendunterhaltung sponsoren, terwijl iedereen in het milieu die groep bij De Morgen verwachtte. Dat heeft allicht iets te maken met de concurrentie tussen die twee kwaliteitskranten, die een welbepaald, jong publiek willen bereiken en daarom focussen op bepaalde jonge groepen als De Roovers, de Anarchisten, enz.

Broucke: Een groot verschil tussen beide kranten is dat wij opteren voor sponsoring van instellingen op structurele basis, terwijl De Standaard meer gezelschappen sponsort.

*Etcetera: Waarom kiest De Morgen voor instellingen?*

Broucke: Zo kunnen we een ruime waaier aan interessante dingen aanbieden. Wij hoeven dan bijvoorbeeld De Tijd niet te sponsoren, omdat dat gezelschap in de Vooruit speelt en in andere instellingen die wij sponsoren. Wij kiezen ook voor instellingen vanuit een poging tot organisatie van die sponsoring, om het gemak. De verschillende sponsorpolitiek van De Standaard en De Morgen is trouwens organisch zo gegroeid.

Wim Cooremans: Inderdaad. Wij sponsoren ook een aantal huizen – deSingel bijvoorbeeld. De reden waarom wij in het theater echter vooral gezelschappen sponsoren is gewoon dat de meeste huizen bij De Morgen zitten. Je moet ergens beginnen. Ik zou daar geen grote strategische politiek achter zoeken.

*Etcetera: Wint de krant lezers dankzij sponsoring van theater?*

Cooremans: Nee. Ik heb vorig jaar een onderzoek gedaan: sponsoring brengt geen meerverkoop op. Wij hebben bijvoorbeeld bij *Ten Oorlog* een grote wedstrijd georganiseerd voor de laatste 50 tickets en dat soort dingen. Dat heeft zeer weinig meerverkoop opgeleverd.

Schyvens: Soms levert het wel meer krantenverkoop op. Kijk maar naar de fel omstreden mediadeal tussen De Standaard en de Blauwe Maandag Cie ten tijde van *Ten Oorlog*: het exclusieve recht voor de Standaardredacteur om eens in de interne keuken te komen kijken, waaruit een De Standaard Magazine is gegroeid. Zij hadden iets exclusiefs, en hebben die dag veel meer kranten verkocht dan normaal.

### Redactionele autonomie?

Jonckheere: Daar krijg je dan Pol Arias die op de Thersytsedag furieus uithaalt en zich afvraagt: 'Waar is het recht op vrije nieuwsgaring?' Dat was ook een beetje de aanleiding voor deze bijeenkomst. Misschien heeft hij daar wel een punt. Kan het wel dat een huis of een gezelschap zijn mediasponsor privilegieert in het vergaren van nieuws?

Marc Holthof: Mediasponsoring is inderdaad een aantasting van de persvrijheid. Mijn keuze om al dan niet een repetitieproces te volgen, mag niet beperkt worden door een commercieel contract dat veel vroeger afgesloten is, en dat geen enkele garantie biedt

dat die productie goed of belangrijk zal zijn.

Schyvens: Er staat niet in het contract dat journalisten van die of die krant omwille van de mediadeal eerste inzage krijgen in repetitieprocessen. Zoiets groeit organisch. Trouwens, in dezelfde periode van *Ten Oorlog* heeft Steven Heene voor De Morgen een nogal exclusief interview gehad met Perceval. Het is niet omdat de Blauwe Maandag Cie een mediadeal had met De Standaard dat zij niet aan bepaalde plannen of activiteiten van De Morgen heeft meegewerkt.

Steven Heene: Ik heb Perceval in juni geïnterviewd. Maar – en dat is waar het misverstand om draait – ik hou geen rekening met sponsordeals. Dat was puur redactioneel interessant.

*Etcetera: Jij voelt geen hinder van afspraken die met De Standaard zijn gemaakt?*

Heene: Nee. Ik was wel verbaasd toen ik hoorde dat ik niet naar de repetities mocht gaan kijken. Wij hadden toen ook al de idee om rond *Ten Oorlog* iets extra's te doen, want het was in alle opzichten een uitzonderlijke productie. We wilden al sinds de zomer een katern over Shakespeare maken. Dat heeft toen tot die katernoorlog geleid. Omdat ik de repetities niet mocht bijwonen, hebben we van de nood een deugd gemaakt en een gesprek gehad met Wim Opbrouck en Tom Lanoye. Maar dat was de enige keer dat de deur echt gesloten bleef. Je ziet wel dat een andere krant soms een