

Bert Bakker

OUT OF PRINT


De geldpers

Ja, mogelijk zijn de problemen waarmee het accountantsberoep de laatste twintig jaar kampte een gevolg van te veel oriëntatie op geld verdienen. En, wellicht daardoor, een afnemend besef van de maatschappelijk opdracht. Maar functioneert een sector beter als een maatschappelijk belang nadrukkelijk bóven winst maken wordt gesteld? Dat is zeker niet bewezen.

Sterker: wat oud-Volkskrantjournalist Joost Ramaer schreef in zijn eind 2009 bij Prometheus verschenen boek *De geldpers - De teloorgang van het mediaconcern PCM*, suggereert het tegendeel.

Perscombinatie-Meulenhof was begin deze eeuw de grote uitgeverij waarin, na de fusie tussen PCM en de Nederlandse Dagblad Unie in 1995, alle belangrijke landelijke kranten van Nederland (met uitzondering van De Telegraaf) waren ondergebracht. Grootaandeelhouder in PCM was de Stichting Democratie en Media, die als doelstelling had in Nederland pluriformiteit van de pers te bevorderen. Prachtig dus. Maar een acuut bewustzijn dat elk onderdeel van zo'n conglomeraat winst moet maken om te kunnen overleven ontbrak. Jarenlang was de Volkskrant de enige titel die winst maakte. Die hield het financieel wankel Parool en Trouw op de been. De enige commerciële strategie was: basisverbreding, oftewel risicospreiding.

Ramaers relaas leest als één aaneenschakeling van geklungel, misverstanden en bestuurlijke incompetentie. Op elk van de dik vierhonderd pagina's van het boek vind je zinnen als: *... een goed idee, dat meteen verzuurde in de uitvoering, of: ...integere figuren, maar niet behept met enig verstand van management of het uitgeven van kranten.* Oké, beschrijvingen van wat er in en rond bestuurskamers gebeurt, zijn altijd onthutsend. Grootheidswaan en kortzichtigheid, achterbaksheid en lafheid, gekonkel en zelf-

ingenomenheid: het lijkt onvermijdelijk. Je leest het in *De Prooi* van Jeroen Smit, maar net zo goed in Walter Isaacsons biografie van Steve Jobs. Maar het beeld dat zich bovenal opdringt in Ramaers beschrijving van de PCM-geschiedenis is dat van hardnekkig amateurisme, dat wel gelegitimeerd leek door dat hogere doel. En daarmee samenhangend het ontbreken van financieel benul en focus.

Ramaer schetst hoe het bestuur van de stichting, hoewel grootaandeelhouder, amper tegenwicht bood aan de managementhobbies en machtsspelletjes van directeuren en hoofdredacteuren. Maar toen in 1995 NDU, uitgever van het AD en NRC, te koop kwam, liet men het gebeuren dat het concern zich onverantwoord diep in de schulden stak voor de annexatie. En toen die schuldenlast te zwaar ging wegen nam men zomaar ineens een durfkapitalist, het Britse Apax, aan boord. Die deed financieringstechnische ingrepen die het stichtingsbestuur, naïef als het was, had nagelaten. Apax werd later uitgekocht, maar de uitgeverij was financieel intussen volledig uitgekleed.

Het schrijvende van het PCM-verhaal is dat niet hebzucht de drijfveer was, maar ideologie, een nobel maatschappelijk doel. Daarin zit uit oogpunt van *corporate governance* een les die Ramaer helaas niet helder formuleert. Maar misschien voelt een toezichthouder zich geroepen?