

buitenlandse dagbladen werden de titelpagina's bekeken. Uiteindelijk werd het *Algemeen Dagblad* als beste gekozen, met de foto van de pas geboren prins Willem Alexander over de gehele voorpagina van de krant. Ons redactielid John Frost mocht daartoe in de fameuze *Press Club* in Londen namens ons blad een oorkonde in ontvangst nemen ten overstaan van de talrijk aanwezige uitgevers van Engelse kranten!

### **Vier maal per jaar en tot slot een jubileumnummer**

Wegens het vele werk dat de samenstelling van ons blad met zich meebracht, werd besloten om de uitgave nog slechts vier maal per jaar te laten verschijnen. Niettemin bleven het lijvige nummers. Toch werd het uiteindelijk teveel en we besloten begin 1969 een einde te maken aan het uitgeven van dit tijdschrift.

Desondanks wilden we het 10-jarig bestaan met een jubileumnummer vieren. Die uitgave van niet minder dan 120 bladzijden verscheen in de herfst van 1969 en werd aan de honderden abonnees toegestuurd. In die jubileumuitgave hebben 44 dagbladen geadverteerd!

Nadat we zolang zovele krantenverzamelaars en persenthousiasten hadden geholpen bij de opbouw van hun collecties, kwam dan uiteindelijk het laatste nummer (jaargang 10, nummer 4) van de stencilmachine. Een abonnee uit Schotland heeft nog getracht *Oprechte Tydinghe / Sincere Times* voort te zetten, maar is daar na een tweetal nummers ook mee gestopt.

Wij hopen nu dat onze VKTV in deze moeilijke tijd nog heel lang de krantenverzamelaars zal blijven verbazen met de mooie *Au Courant!*

Louis Nierijnck

---

### **Boekrecensie Moscow Times**

Gerard Raven

Dido Michielsen, *Moscow Times. Het Russische avontuur van Derk Sauer en Ellen Verbeek* (Amsterdam: Nieuw Amsterdam Uitgevers [2013]), isbn 978-90-468-1472-7, 399 pp, € 19,95.

Een dagblad beginnen in een wereldstad grenst aan het onmogelijke. Als je dat doet in een land dat uit elkaar valt, ben je niet goed bij je hoofd òf je ziet mogelijkheden waar niemand anders die ziet. Dit is het ongelooflijke succesverhaal van een echtpaar van journalisten dat alle schijn tegen had en alle ongemakken van het wonen in Moskou voor lief nam. De cultureel attaché van Nederland: "Doe het niet. Er is geen beginnen aan". Ze deden het toch.

Het is verbazend hoe de Sauers samen met goed gekozen medewerkers wisten te improviseren in een snel veranderend land, dat ook nu nog heel veel trekjes van de totalitaire staat heeft. Daarbij kwam het aan op creativiteit om aan de meest simpele dingen te

komen; zo werden computers en voeding gewoon uit Nederland gereden en telefoonlijnen geregeld door omkoping. Een behoorlijke handicap was het voorschrift van een *joint venture* met een Russische partner; de daarvoor gekozen Unie van Journalisten was sterk verweven met het regeringsapparaat en stond alleen maar in de weg. Sauers oplossing was de Russen grotendeels te negeren, tot zij inzagen dat hij het prima deed en hun verzet opgaven.

Het begon allemaal in 1992 met uitzending door uitgeverij VNU. Sauer en Verbeek begonnen *Moscow Magazine*, een maandblad voor westerse *expats*, volgeschreven door westerse en vooruitstrevende Russische journalisten. Het blad stond vol analyses van ontwikkelingen in het land en gaf praktische informatie voor de westerlingen. Een samenvatting in het Russisch werd eerst als apart katern uitgebracht, maar verscheen later zelfstandig. Eerst drukte men in Nederland, omdat er in Rusland nog geen persen waren die een glossy konden maken. Alles was nieuw aan *Moscow Magazine*: vormgeving met DTP (zelfs voor Nederland), inhoud, verkoop,

abonnementen, betalingen en distributie (op de post kon je niet rekenen). Er was overigens al een *Moscow News*, dat wel progressief was, maar net als andere Russische media niet onafhankelijk.



### Eigen bedrijf

Al snel wilde Sauer inspelen op de actualiteit met het weekblad *The Moscow Guardian*, dat als stadsblad ook een nieuw concept was, dat in weinig wereldsteden bestond. De val van Gorbatsjov in 1991 en de komst van Jeltsin met zijn democratischer koers openden ongekenne mogelijkheden voor de pers. Terwijl de *Guardian* winst maakte, leed het *Magazine* nog steeds verlies; het was eigenlijk te Russisch voor de westerlingen en andersom. Wel werd inmiddels in Estland gedrukt. Sauer begon nu het kwaliteitsdagblad [The Moscow Times](#). VNU geloofde er niet in, bedrijfsmatig noch politiek. Intussen was ook de joint venture niet meer voorgeschreven. Daarom begon Derk voor zichzelf, met financiële deelnemers uit zijn vriendenkring in Nederland. Zij richtten de Independent Press

op (vanaf 1994 Independent Media, IM). Ze drukten in Moskou zelf, eerst tweemaal per week, maar al snel dagelijks. De eerste nummers waren zelfs gratis, drie jaar vóór *Metro*. Omdat zich nu meer westerse bedrijven in Moskou gingen vestigen, sprong het aantal *expats* omhoog. Maar ook jonge Russen gingen de *Times* lezen. Het blad was gevestigd voordat de autoriteiten beseften wat ze er aan hadden. Tijdens de belegering van het parlement in '93 floten de kogels Derk om de oren en Westerse kwaliteitskranten haalden hun informatie uit zijn krant. Een jaar later kreeg hij de Oost-Europaprijs voor onafhankelijke pers van het Nederlandse ministerie van VROM.

### *Cosmopolitan* en maffia

Omdat de *Times* met een oplage van 80.000 nog steeds met verlies draaide, moest een nieuwe doelgroep worden aangeboord: vrouwen. Zo ontstond in 1994 de Russische editie van [Cosmopolitan](#), heel gedurfd met een titel in westers schrift, een maandblad met 50% belang van de Amerikaanse eigenaar Hearst Magazines. Dit was een volledig nieuw concept voor Rusland, ook qua thema's, maar het blad was vanaf het begin uitverkocht en dus winstgevend. Het was een statussymbool voor jonge geslaagde Russinnen en werd onderling doorgegeven. Ellen was als hoofdredacteur op slag een VIP. Daarna volgden in drie jaar tijd nog achttien kranten en tijdschriften en ITC, een cursusbureau waar onafhankelijke journalistiek werd onderwezen en IM nieuw talent haalde. In 1997 had het IM-hoofdkantoor in Moskou al 600 medewerkers.

Toen in 1998 de beurs klapte, verloor IM plots veel adverteerders en leed verliezen. Sauer moest de helft van zijn mensen ontslaan. Ook de oplagen daalden drastisch: *Cosmo* zelfs naar 10%. IM leerde zo de essentie zien, wat een basis werd voor het latere succes. Sauer pakte het nu veel zakelijker aan. Hij begon in '99 zelfs een nieuw blad [Vedomosti](#), een soort Financieel Dagblad.

Dit gebeurde allemaal in een land, dat onder Jeltsin gebukt ging onder verbazende

maffiapraktijken; de westerlingen hadden daar meestal weinig last van, maar moesten wel op hun hoede zijn. Een meesterzet van Sauer was 10% van de aandelen IM te verkopen aan de machtige industrieel Michail Chodorkowski (de baas van oliegi-gant Joekos). Zo kon hij chantage van 'beschermers' vermijden. Daarna doorstond hij nog de terreur van een zakenman en de moordaanslag op van zijn hoofdredacteuren.

### Censuur en overname

Toen Poetin in 2000 president werd, begon de persvrijheid langzaam te minderen. Sauer kreeg kritiek van het Kremlin op zijn verslaggeving van de Tweede Tsjetsjeense Oorlog en er dreigde een verbod, maar Sauer reageerde dat dat juist slechte pers zou brengen en ging door. Zijn kranten hadden genoeg gezag, maar zijn onthullingen landden niet in de Russische media (wel in het buitenland). IM is ook tegenwoordig nog marktleider van de Russische tijdschriften, tweede uitgever van het land en dankzij veel adverteerders bij uitzondering winstgevend. Het heeft 1000 werknemers en is nog steeds een lichtend eiland in gecensureerd Rusland: politici en zakenlieden lezen [The Moscow Times](#), [The St Petersburg Times](#) en [Vedomosti](#) en de regering laat ze misschien wel met rust om een weerwoord te hebben tegen de eeuwige kritiek dat hier zoveel censuur is. Het Kremlin hield in 2004 wel een fusie tegen met de grote concurrent ProfMedia (van *Komsomolskaja Pravda* en *Izvestia*); een persgigant met een Nederlandse directeur was een brug te ver. Toch bracht het fusieplan nog een positief effect: de eigen aandelen waren teruggekocht en daar zaten ook die van Chodorkowski bij, die wegens kritiek op de regering alles kwijtraakte. IM kwam met de schrik vrij.

In 2004 kocht de Finse uitgeverij Sanoma (ook in Nederland bekend op de bladenmarkt) IM voor €142 mln. Derk was enkele jaren later af van dagelijkse dingen en Ellen werd *creative director*. Intussen zat Derk niet stil; hij investeerde in [City AM](#), een Londense gratis financiële krant. In 2012 werd hij nog directeur van het Russische webmediabedrijf RBK.

### Onopgepoetst

Auteur Dido Michielsens is als vijftiger van dezelfde generatie als de Sauers en ook journalist. Haar verhaal leest als een trein, maar is geen oppervlakkige lofzang. Zij heeft langdurig met alle betrokkenen gesproken en kreeg onbeperkt toegang tot de archieven van de Sauers en van IM. Natuurlijk heeft zij een andere aanpak dan het proefschrift over *NRC Handelsblad* van historica [Pien van der Hoeven](#); in die zin is het beter vergelijkbaar met het boek over *de Volkskrant* van de sociale wetenschapper [Annet Mooij](#), die ook een meer journalistieke invalshoek koos. In tegenstelling tot Van der Hoeven en Mooij beperkt Michielsens zich meestal tot het verhaal van de Sauers in de Russische wereld; het is dus minder analyserend en vergelijkend van aard. De titel *avontuur* is daarom goed gekozen.

Michielsens geeft een goed en onopgepoetst beeld van de karakters van het echtpaar Sauer: Ellen visueel, sociaal en gauw bezorgd, Derk een nuchtere, onkreukbare gezinsman, die weet te geven en nemen. Missers in bedrijf en privéleven worden eerlijk genoemd. Het boek staat vol boeiende details over het gezinsleven van de Sauers in Rusland, zoals de kinderen op de plaatselijke school of het omgaan met de jetset, die van gekkigheid niet wist hoe hij zijn geld moest uitgeven.

Derk en Ellen hadden het geluk dat zij in een lege markt kwamen, maar dankzij hen werd IM ook een succes. Zij hadden een neus voor wat verkoopt en wisten steeds succesformules van elders na te doen. Ook voelden ze zich niet te goed om interessante artikelen uit andere bladen over te nemen. Dat is een houding die je in de Russische media weinig vindt.

