

Leendert van der Valk

# De Correspondent in Amerika

de belofte van radicaal  
ander nieuws

UITGEVERIJ PLUIM  
AMSTERDAM/ANTWERPEN

Deze publicatie is tot stand gekomen met steun van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten, Fonds 1877 en het Lucas-Ooms Fonds.

**FONDS** Bijzondere  
**JOURNALISTIEKE PROJECTEN**

Eerste druk, februari 2020

© Leendert van der Valk

Omslagontwerp Pankra

Typografie binnenwerk Perfect Service

Auteursfoto Anneke Hymmen

Productiebegeleiding Tim Beijer

Drukkerij Wilco, Amersfoort

ISBN 978 94 929 2849 8

NUR 320

[www.uitgeverijpluim.nl](http://www.uitgeverijpluim.nl)

## Inhoudsopgave

1. Dit is prima uit te leggen 7
2. Start-up 15
3. Een miljoen euro voor een belofte 37
4. Naar de maan 62
5. Optimized for trust 84
6. En nou wegwezen, jullie 108
7. Het merk Rob Wijnberg laden 130
8. The Final Countdown 170
9. We gaan naar de reclame 194
10. Belofte maakt schuld 213
11. Lancering 239
  - Verantwoording 243
  - Dankwoord 261

## Dit is prima uit te leggen

Rob Wijnberg buigt zich over de schouder van zijn compagnon en vriend Ernst-Jan Pfauth en scant de tekst op het beeldscherm. Ernst-Jan heeft hem gevraagd om nog even mee te kijken of er geen gekke dingen in staan. Het is 25 maart 2019, straks zetten ze het artikel ‘An update from Amsterdam’ online. Daarin vertellen ze hoe ze hun internationale mediabedrijf *The Correspondent* aan het inrichten zijn. De toon is luchtig en feitelijk, precies wat het moet zijn. Niets schokkends, vindt Rob, vindt ook Ernst-Jan.

Ze zitten in Ernst-Jans werkkamer, op de eerste verdieping van het ruimtelijke en industriële pand aan het Amsterdamse Barentszplein. Beneden werken de journalisten, redacteuren en developers van *De Correspondent* aan achtergrondverhalen, onderzoeksjournalistiek, podcasts en essays. Boven hen zit ontwerpstudio Momkai waarvan de directeuren mede-eigenaar zijn van *De Correspondent*. Momkai werkt mee aan het design, aan de website en de zakelijke leiding van het journalistieke medium. Gevoelsmatig vormen ze één bedrijf.

Naast Rob en Ernst-Jan, naast het bureau, staat een banier, een manshoge herinnering aan de slopende en succesvolle crowdfundingcampagne die ze voerden vanuit New York. Het is nog maar drie maanden geleden dat ze geld ophaalden voor een ongekend ambitieuze onderneming. In rode en witte letters staat de belofte die ze deden op een zwarte achtergrond: *LET’S*

*BUILD A MOVEMENT FOR RADICALLY DIFFERENT NEWS,  
TOGETHER.*

Die beweging voor radicaal ander nieuws is nodig, vinden ze, omdat traditioneel nieuws ons verdeelt, cynisch maakt en slecht informeert. Omdat nieuws schadelijk is voor het individu en voor de samenleving, aldus Rob, de filosoof die eerst journalist werd en toen ondernemer. Hij had die boodschap eindeloos geoefend tijdens mediatrainingen en wel duizend keer uitgesproken in interviews, talkshows en tijdens snelle New Yorkse kopjes koffie met journalisten, hoofdredacteuren, activisten, wetenschappers en celebrity's die de beweging steunden.

Alles wat ze in die campagne beloofden had in het teken gestaan van vertrouwen. *Optimized for trust*, zo zegt hun belangrijkste Amerikaanse adviseur en steunpilaar dat graag, hooglebaar en prominent perscriticus Jay Rosen. Net als Rob ziet hij *The Correspondent* als een kans het vertrouwen van de nieuwsconsument, de basis onder de journalistiek, te herwinnen.

De afgelopen decennia hebben journalisten wantrouwen gekweekt, betoogt Rob, door in het nieuws te focussen op 'sensationele, uitzonderlijke, negatieve, recente gebeurtenissen'. Niet voor niets heeft *The Correspondent* de internationale crowdfundingcampagne juist vanuit Amerika gevoerd, het land waar een gepolariseerde mediaoorlog woedt, het land waar de president stemmen wint door journalisten 'vijanden van het volk' te noemen en leugens te verspreiden via social media. Daar kun je zien hoe wantrouwen de democratie ondermijnt.

Bijna vijftigduizend leden hebben *The Correspondent* hun vertrouwen geschonken om het anders te doen, in de vorm van in totaal 2,6 miljoen dollar. Een wereldrecord. Daarmee moeten Rob en Ernst-Jan hun belofte nu gaan waarmaken.

Als de twee vrienden even opkeken van het beeldscherm, zouden ze rechts voor zich een glazen wand zien die uitkijkt op de grote keuken waar de ruim vijftig vaste medewerkers dage-

lijks lunchen met vers brood, fruit en salades met kiemgroenten. Toen Rob zes jaar geleden *De Correspondent* opzette vanuit een soort studentenhuis had hij meteen ook de domeinnaam thecorrespondent.com geclaimd. En kijk nu eens. Over een paar maanden spreekt iedereen Engels aan de lunchtafel.

Achter hen is een blinde muur. Eigenlijk gaat de update die Rob nu vluchtig doorleest over die muur. Medeoprichter Harald Dunnink schreef daarop in zijn sierlijke handschrift de namen van honderden donateurs rond het logo van *The Correspondent*. Er staan klinkende namen uit Hollywood, Silicon Valley en Washington, de slimste denkers, de moedigste activisten, de succesvolste ondernemers. In New York is een identieke muur, op de achtste verdieping van een kantoorgebouw op 20th Street, met dezelfde namen in hetzelfde handschrift. Maar die New Yorkse muur zal snel overgeschilderd worden, door een nieuwe huurder. De nieuwe collega's van het bedrijf waarvoor Rob en Ernst-Jan in Amerika campagne voerden, waarvoor ze een jaar lang in New York woonden, waarvoor ze in Amerikaanse media met verve pleitten, zullen in de nu nog lege kamers achter deze Amsterdamse muur komen te zitten.

Voor behoorlijk wat mensen wier naam op de muur staat, is de keuze om *The Correspondent* in Amsterdam te vestigen een verrassing. Zelfs de eigen medewerkers zijn tot voor kort uitgegaan van een hoofdkwartier in New York, of in elk geval Amerika. Maar Rob, Ernst-Jan, Harald en de vierde *founder* Sebastian besloten onderling al een tijd geleden dat het Amsterdam werd.

In de tekst op het scherm ziet Rob zo snel geen gekke dingen. Het stuk opent vrolijk met de publicitaire zegetocht van hun medewerker Rutger Bregman, de jonge historicus die internationaal viral ging met twee video's, het opnam tegen miljardairs en Trump-spreekbuis *Fox News* en mocht aanschuiven bij *The Daily Show*, de populaire Amerikaanse talkshow. Daar-

na volgt een Engelstalige vacature, de eerste van vele. En dan pas het nieuws over het hoofdkwartier.

Bij elke strategische keuze die ze maakten voor het bedrijf hebben ze zich de afgelopen maanden afgevraagd: kunnen we dit uitleggen aan onze leden? En dit is prima uit te leggen, vindt Rob, vinden de andere founders. In Amsterdam hebben ze al een goed functionerend bedrijf met zes jaar ervaring, en het is een prachtige plek om te wonen en te werken. Het scheelt ook geld.

Publiceren maar.

Die maandagochtend zet Ernst-Jan het online. Het is zijn laatste klusje voordat hij met verlof gaat. Hij kan elk moment gebeld worden om naar het ziekenhuis te gaan. Hij krijgt een dochter.

Tijdens de campagne was hij, de slimme netwerker, vooral verantwoordelijk voor de pr en het imago. Nu, in de kalmte na de campagne, kan hij best een paar weken weg. Sinds de terugkeer uit New York heerst er gedecideerde orde aan het Barentszplein. En tot de lancering in september zullen ze in relatieve rust de nieuwe organisatie kunnen bouwen. De toekomst voor het bedrijf is precies zoals Rob en Ernst-Jan hem graag zien: onzeker, maar vol belofte.

Als Ernst-Jan drie dagen later een klein meisje in zijn armen houdt, staat het er allemaal anders voor. Er lopen plotseling diepe barsten door het eerder kreukvrije imago van hun bedrijf.

Hij heeft geprobeerd de kraamkamer nieuwsvrij te houden, maar dat is niet helemaal gelukt. Iemand stuurt hem een link naar nieuwssite nu.nl waar zijn foto boven een artikel staat dat verontwaardigde Amerikaanse journalisten en leden van *The Correspondent* citeert. Op Twitter zeggen leden en mediawatchers dat er 'geld is opgehaald onder een zeer misleidende belofte in de v's' en dat *The Correspondent* opeens geen Amerikaanse

redactie krijgt ‘nadat er miljoenen aan donaties zijn opgehaald met zeer hooghartige praatjes over het repareren van de Amerikaanse nieuwsindustrie’.

Met hun argeloze update hebben ze het zo zorgvuldig opgebouwde vertrouwen op het spel gezet. Tot nu toe was de Engelstalige pers welwillend. In het land van Trump waar het debat fel is en de waarheid fluïde, leken de Nederlanders van *The Correspondent* veelbelovende, frisse ondernemers. Zuchtend onder filterbubbels, nepnieuws en polarisatie kon de journalistiek wel wat idealisme gebruiken. Maar nu wordt opeens de vraag gesteld of die *Dutchies* niet hun eigen jongensdroom hebben gefinancierd met pr-praatjes en valse beloftes.

Want een jongensdroom was het, toen ze eind 2017 waren verhuisd. Rob had zich meteen thuis gevoeld in het land waar zijn vader geboren is, in een hyperactieve stad vol mensen en kansen. Hij dronk er koffie met interessante gesprekspartners, filosoferend over de verderfelijke invloed van nieuws. Dan schetste hij de contouren van zijn onderneming, waarbij alles draait om lidmaatschap, om vertrouwen, om het delen van kennis. Idealistisch, ja, maar met een slim verdienmodel. En, zei hij erbij, in Nederland doen we het al vijf jaar zo. Met succes.

Ernst-Jan had zichzelf als tiener al beloofd dat hij ooit zou wonen en werken in New York. En zo had hij jaren later opeens een appartement in Brooklyn, waar hij woonde met zijn vrouw en hun zoontje.

Een *moonshot* noemden ze hun poging om de wereld te veroveren, ze hadden er zo’n rood-wit geblokte raket als die van Kuifje bij getekend. Ook Harald was naar New York gekomen. Met zijn drieën hadden ze weken achter elkaar krankzinnige werkdagen gemaakt van soms achttien of negentien uur. Vanaf hun werkplek op Manhattan trachtten ze het vertrouwen te winnen van zo veel mogelijk Engelstalige leden.



Ze hadden beloofd een transparant bedrijf te bouwen, advertentievrij, gefinancierd door leden en niet door investeerders. *The Correspondent* moet inclusief zijn, strijdend tegen stereotypen en vooroordelen, en samen met leden zullen ze oplossingsgerichte journalistiek bedrijven als een medicijn tegen de waan van de dag.

Nooit eerder heeft een Nederlands journalistiek medium zich met zoveel toewijding en ambitie op de internationale markt gestort. In een intern document hebben de founders het helder opgeschreven: over vijf jaar moet *The Correspondent* 'hét wereldwijde journalistieke platform voor het delen van kennis' zijn. 'We willen het beste van de journalistiek combineren met het beste van social media.' *The Correspondent* vergelijkt zich niet met *The New York Times*, *The Guardian* of *de Volkskrant*, maar eerder met start-ups uit Silicon Valley. Ze mikken op een plekje tussen Facebook, Wikipedia, Twitter en LinkedIn.

Maar over al die ambities en vergezichten gaat het na de vrolijke update niet meer. Met stijgende ongerustheid hoort Ernst-Jan in het ziekenhuis door de telefoon Robs verslag van wat er de afgelopen drie dagen is gebeurd. Er is een debat ontstaan over wat *The Correspondent* nou wel en niet beloofd heeft en er zijn genoeg aanwijzingen te vinden dat het geld dat ze ophaalden oorspronkelijk bedoeld was voor een Amerikaans hoofdkwartier. Er wordt al gesproken over een *scam*, oplichterij.

Rob is een man van veel talenten, maar talent voor somberen heeft hij niet. De zoon van twee psychologen is niet al te snel geraakt door kritiek als hij die niet terecht acht. Hij beziet de online ophef en de gretigheid waarmee Nederlandse media die overnemen als het zoveelste voorbeeld van hoe de journalistiek werkt. Het wordt opgeblazen, over twee dagen is iedereen het weer vergeten.

Volgens hem doet het er weinig toe waar 'het koffiezetappa-

raat' van het bedrijf staat. *The Correspondent* wil over en voor de hele wereld schrijven. Dat kan net zo goed vanuit Amsterdam als New York.

Maar de verontwaardiging gaat om veel meer dan die plek. Dit is de allereerste beslissing van de beloftevolle journalisten nadat ze vol bravoure geld hadden opgehaald op basis van vertrouwen. Wat blijft er dan over van dat *optimized for trust*?

In Nederland bevestigt de misstap bovendien het verwijt dat *De Correspondent* al vaker op zich heeft geladen: meer dan een journalistiek platform vormen die slimme jongens en meisjes van *De Corrie* een marketingmachine. Ze weten hun prikkelende ideeën argwaanwekkend goed te verkopen. Had Rob in de campagne niet vaak precies gedaan waar hij zich tegen afkeerde? Aanschuiven bij shows die de waan van de dag presenteerden, provoceren voor de aandacht?

Ook op de eigen redactie is de sfeer omgeslagen. Van meet af aan is er onder medewerkers scepsis geweest over het Amerikaanse avontuur, juist omdat journalistiek en campagne voeren elkaar zouden bijten. En nu gebeurt precies waar een belangrijke groep journalisten al die tijd bang voor is geweest, waarom ze de campagne ook nauwelijks steunden. In naam van de Engelstalige *The Correspondent* zijn er visies verkocht en beloften gedaan die afstralen op *De Correspondent*. Medewerkers die zich liever profileren met bedachtzame antihypejournalistiek krijgen nu nare vragen van de buitenwereld.

In het beste geval luidt die vraag of *De Correspondent* misschien een club is van naïeve idealisten, Kuifjes, die zichzelf hebben overschreeuwd met hun megalomane ambities. In het slechtste geval of ze de boel misschien willens en wetens hebben bedonderd.

Rob en Ernst-Jan weten dan nog niet dat het nog erger wordt. Ze zullen, tot hun verbijstering, nog woorden als 'verraad' en

'bedrog' op hun beeldschermen voorbij zien komen.

Je zou kunnen zeggen dat alles wat ze in zes jaar al jongensdromend hebben opgebouwd op het spel komt te staan – hun bedrijven, de investeringen, de banen van medewerkers. Het vertrouwen. Maar dat is alleen als je talent hebt voor somberen.