

Gewoon Dirk

Een vergelijkende analyse over de veranderende
beeldvorming van Dirk Scheringa in de media



Eindwerkstuk

Thema: Re/presentatie van het kwade

Begeleider: Rob Leurs

5 november 2010

Door: Harro Rotermundt

3115097

Inhoudsopgave

1. Inleiding	
1.1 Hoofdvraag	3
1.2 Veronderstelling	3
2. Casusmateriaal	4
3. Methode	5
4. Theoretisch kader	6
5. Analyse	
5.1 PROFIEL: 'Geldwolf in schaapskleren?'	7
5.2 NOVA: 'Held van Noord-Holland'	10
5.3 NETWERK: 'Portret oprichter Dirk Scheringa van de DSB Bank'	11
6. Conclusie	12
Literatuur en geraadpleegde bronnen	13

1. Inleiding

Op donderdag 1 oktober 2009 riep Pieter Lakeman in het televisieprogramma GOEDEMORGEN NEDERLAND de spaarders van de DSB Bank op hun spaargeld er weg te halen. Hij deed dit namens gedupeerde hypotheekklanten van hetzelfde bedrijf. Volgens Lakeman was DSB financieel ongezond. De oproep kreeg gevolg: vele spaarders plunderden inderdaad hun rekeningen. De website nrc.nl plaatste in 2009 een chronologisch overzicht van alle gebeurtenissen, daaruit blijkt dat het internetbankieren door DSB tijdelijk onmogelijk werd gemaakt, de overgebleven spaarders konden niet bij hun geld. Pas dagen later kregen de klanten beperkt toegang tot hun geld. Toen was het al te laat, het faillissement van de DSB Bank was onvermijdelijk. Ondanks enkele overnamepogingen werd de DSB Bank op maandag 19 oktober failliet verklaard. Zelf zal Dirk Scheringa de macht van de media nooit onderschatten. Volgens hem is zijn DSB Bank 'kapotgemaakt', door media, politiek en zakelijke tegenstanders (nrc.nl, 2010).

Dit faillissement kent louter verliezers: de spaarders zelf die hun spaargeld verloren, de schuldeisers, de officiële instanties zoals de Autoriteit Financiële Markten en De Nederlandsche Bank die blijkbaar hun werk als toezichthouder niet goed hebben uitgevoerd. De grootste verliezer van de gehele affaire is in mijn optiek toch wel Dirk Scheringa zelf. Behalve het verlies van zijn volledige bedrijf, is hij ook zijn Museum voor Realisme in Spanbroek en zijn functie als voorzitter en hoofdsponsor bij de Alkmaarse voetbalclub AZ kwijt. Vergeet echter ook de opgelopen imagoschade niet. Onlangs kwam in het nieuws dat Scheringa zich opnieuw in de financiële markt wil nestelen (nrc.nl, 2010). Het is nog maar de vraag of een dergelijk bedrijf nog klanten voor zich kan winnen, na alle misstanden die bekend zijn geworden rondom DSB. De betrouwbaarheid van Scheringa in de publieke opinie heeft een grote deuk opgelopen. In deze scriptie wil ik de rol die de media in de beeldvorming van Scheringa hebben (gehad) onderzoeken.

1.1 Hoofdvraag

Mijn hoofdvraag in deze scriptie luidt: Hoe verschilt de beeldvorming van Dirk Scheringa in de media voor en na het faillissement van de DSB Bank NV?

Wat betreft de media richt ik mij specifiek op actualiteiten- en achtergrondprogramma's van de Publieke Omroep. Dit heeft verschillende redenen. In de eerste plaats wordt er van de Publieke Omroep een zekere objectiviteit verwacht, de Publieke Omroep hoort alle meningen binnen de samenleving te laten horen (Coppens, 2005). Ook heeft mijn keuze een praktische reden. Alle programma's van de Publieke Omroep zijn gemakkelijk terug te vinden via de database van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum en via www.uitzendinggemist.nl op internet.

1.2 Veronderstelling

Naar mijn mening is het beeld wat de media van Dirk Scheringa schetst sinds het faillissement van de DSB Bank 180 graden gedraaid. Ik herinner mij reportages over Scheringa die vol respect reppen van een *selfmade man* die een eerlijk, succesvol bedrijf heeft opgebouwd. Sinds de misstanden bij DSB bekend zijn geworden is de focus verlegd op zijn klanten: de arme gezinnen die hypotheek afsloten tegen woekerrentes, die vervolgens na betalingsachterstanden op straat zijn gezet.

2. Casusmateriaal

In dit onderzoek analyseer ik verschillende televisie-uitzendingen gemaakt over Dirk Scheringa. Mijn intentie was om gebruik te maken van verschillende afleveringen van dezelfde televisieprogramma's of als dat niet mogelijk zou zijn, een vergelijking maken van verschillende programma's van dezelfde omroep. Hierdoor zou de vergelijking eerlijker zijn en een eventueel veranderend beeld nog opvallender. Helaas bleek mijn corpus dit niet toe te laten, en richt ik mijn onderzoek nu op drie verschillende programma's van drie verschillende omroepen.

Uitgangspunt is de aflevering over Scheringa van het programma PROFIEL. Deze uitzending vergelijk ik met reportages uit verschillende actualiteitenrubrieken. Deze reportages zijn afkomstig uit de periode dat het faillissement van DSB in aantocht was en de publieke opinie zich tegen Scheringa begon te keren. Omdat de uitzending van PROFIEL circa 45 minuten duurt, vind ik het fair om dit te vergelijken met meerdere reportages, zodat de totale lengte enigszins overeenkomt.

De fragmenten die ik met de uitzending van PROFIEL vergelijk zijn afkomstig van de programma's NETWERK en NOVA, beiden onderdeel van de Publieke Omroep. Het eerste fragment, de NOVA-reportage 'Held van Noord-Holland' is uitgezonden op 2 oktober 2009. Dat is een dag na de oproep van Pieter Lakeman, die spaarders vroeg hun spaargeld bij de bank weg te halen. Op dat moment waren de problemen van de bank dus al begonnen. De reportage van NETWERK is van 12 oktober 2009. Dat is de maandag dat het nieuws over een mogelijk faillissement uitlekte via *De Volkskrant*. Mensen probeerden nog snel hun geld bij DSB weg te halen, maar al gauw werden alle rekeningen geblokkeerd. Gedupeerden konden hun verhaal doen in de reportage.

3. Methode

Als methode in deze vergelijkende analyse doe ik een narratieve analyse van non-fictie, zoals geformuleerd in *Critical Approaches to Television* van Vande Berg et.al. Het belang van een narratieve analyse van non-fictie is dat verhalen geconstrueerd door de massamedia een “centrale rol spelen in hoe we onszelf, bekenden en zelfs personen of plaatsen die we helemaal niet kennen kunnen begrijpen.” Aan de basis van de narratieve analyse staan een aantal aannames:

- Mensen construeren hun begrip van de wereld en de mensen om hun heen middels verhalen.
- Mensen gebruiken verhalen om coherentie te construeren in hun leefwereld. Wanneer iemand vraagt hoe je dag is verlopen, antwoord je niet alleen via één woord, maar geef je uitleg over wat je die dag hebt gedaan.
- Verhalen zijn coherent in zowel horizontale als verticale zin. Alle getoonde acties zijn er in het belang van het verhaal, ook al worden de acties niet in de juiste chronologische volgorde van het verhaal verteld.

Om een narratieve analyse als methode te verduidelijken is er in *Critical Approaches* ook een voorbeeldessay opgenomen, geschreven door Bruce Gronbeck over narrativiteit rondom de aanslagen van 11 september 2001 (Vande Berg: 211-228). Gronbeck citeert Lacey die beweert dat een belangrijk onderscheid wat gemaakt moet worden bij narrativiteit het verschil is tussen iets expliciet *vertellen* en gebeurtenissen van het narratief *tonen* (via beelden) aan de kijker. Vertellingen zijn non-diegetische (dat wil zeggen: niet ter plekke opgenomen (Bordwell en Thompson)) producten van diegetische stemmen en beelden. Ook haalt Gronbeck Hartley aan, hij zegt dat geen foto of film alleen maar een plaatje is; ze vertellen ook altijd een verhaal. Er moet ook niet worden vergeten dat beelden *framed* zijn. Wij zien alleen het beeld, maar buiten het bereik van de camera is in de werkelijkheid ook van alles gaande, wat de kijker niet kan zien.

4. Theoretisch kader

In mijn analyse van de verschillende fragmenten over Dirk Scheringa richt ik mij op welke personen de programmamakers hebben gevraagd om Scheringa te beschrijven. Een persoon uit de omgeving van Scheringa kan een beter beeld van hem geven dan iemand die zijn beeld baseert op informatie uit de media.

De ondervraagden in de verschillende reportages uit mijn casusmateriaal zijn een combinatie tussen *élite* en *vox-pop*, zoals geformuleerd door Peter Dahlgren in *Television in the Public Sphere*. Een elite gast is iemand “who is glib, colorful, whose thoughts can be condensed into a conversational style”. Oftewel, een persoon die welbespraakt en kleurrijk is en wiens gedachten kunnen worden veranderd in een verhalende stijl. Niet onbelangrijk is dat zo iemand ook daadwerkelijk verstand heeft van het betreffende onderwerp.

In een vox-pop wordt de mening van de gewone man in de straat gevraagd. Het woord vox-pop is afkomstig van het Latijnse woord *vox populi*, wat ‘stem van het volk’ betekent. Over vox-pop zegt Dahlgren dat “gewone mensen deelnemen aan de discussie”. Eén van de belangrijke eigenschappen van deze programma’s (deels gebaseerd op Livingstone en Lunt, 1994:39) is dat zowel experts als leken meewerken, het programma focust op de afwisseling tussen beiden.

In mijn onderzoek is de scheiding tussen elite en vox-pop van belang, wanneer geïnterviewden een beschrijving geven van Scheringa. Zijn zij gevraagd omdat ze veel in zijn aanwezigheid hebben vertoefd, of zijn het willekeurige voorbijgangers op straat? En zit er verschil in bronnen tussen een portret wat is gemaakt in een voor Scheringa rustige periode en reportages gemaakt in de tijd dat zijn bank in de problemen kwam?

5. Analyse

5.1 PROFIEL: 'Geldwolf in schaapskleren?'

PROFIEL is een programma waarin bekende Nederlanders worden geportretteerd. Het is een samenwerkingsverband tussen KRO, IKON en HUMAN. In het programma worden de levens van bekende Nederlanders beschreven door documentairemakers. Deze aflevering is gemaakt door Doesjka van Hoogdalem. De insteek van het programma is niet vast; in juni 2008 ontstond commotie omdat Patty Brard in de uitzending over haar leven geen eigen inbreng mocht geven (nu.nl). In de uitzending over Dirk Scheringa valt mij juist op dat Scheringa zelf heel veel vertelt over zijn privé- en zakenleven. Hoewel het soms gebruikelijk is een profiel te schetsen aan de hand van anderen die de hoofdpersoon beschrijven, daar voert in deze aflevering Scheringa zelf de boventoon.

Titel

Bij het analyseren van deze aflevering viel de titel mij direct op. Deze luidt: 'Dirk Scheringa: Geldwolf in schaapskleren?' Deze titel verwijst naar meerdere eigenschappen. Allereerst naar het spreekwoord *wolf in schaapskleren*, wat volgens het woordenboek betekent: "schadelijk, slecht mens die zich onschadelijk, goed voordoet". Met de kennis van nu (najaar 2010) is bekend dat deze zegswijze inderdaad op Scheringa van toepassing blijkt te zijn. Daarnaast verwijst de titel via het woord *geldwolf* naar het beroep van Scheringa: bankier. Hij verdiende veel geld aan het uitlenen van geld aan consumenten, via leningen en hypotheek. Het derde aspect waarmee naar Scheringa wordt verwezen is het woord *schaapskleren*. In de media wordt de bankier neergezet als een *selfmade man* uit de provincie, die altijd geitenwollensokken is blijven dragen, omdat die zo lekker zitten. Overigens wordt dit beeld tijdens deze uitzending nogmaals bevestigd, zowel door Scheringa zelf als door zijn persvoorlichter Klaas Wilting: "Hij blijft gewoon Dirk, met zijn geitenwollensokken." Het geschetste beeld komt Scheringa en zijn pr-afdeling dus ook goed uit, en ziet dit graag bevestigd worden. Een verandering die Wilting bij zijn aanstelling doorvoerde is het mediabeleid van Scheringa en zijn bank. De voorlichter besloot "de tent open te gooien". De DSB Bank was heel open ten opzichte van de media. De volle medewerking van Scheringa aan dit portret is daar een exponent van.

Gewoon?

Het portret wordt zowel geschetst door zowel Scheringa zelf, als door mensen uit zijn naaste omgeving. Binnen die laatste groep is vervolgens nog een scheiding te maken tussen mensen uit zijn privéleven en zijn zakelijke contacten. De eerste spreker is Gerrit Zalm, voormalig minister van Financiën en ex-CFO (financieel directeur) bij de DSB Bank. Volgens Zalm heeft Scheringa een hele normale uitstraling: "Het is niet dat je denkt, nou daar loopt een multimiljonair rond."

Dirk Scheringa kan zelf niet genoeg benadrukken hoe gewoon hij is: ook hij staat elke ochtend vroeg op, om "de schapen te voeren". Scheringa vertelt over zijn schoolcarrière waarin hij goed was in rekenen en niet in talen. Op zijn vijftiende had hij al zijn eerste baantje als handelaar in tijdschriften, met de hoogste omzet in West-Friesland. Het voordeel van geitenwollensokken is volgens Scheringa dat ze erg lekker dragen. Ook krijgt hij sokken toegestuurd van fans van voetbalclub AZ.

Toch is Scheringa niet in alles gewoon gebleven, zo geeft hij zelf ook toe: eenmaal per maand gaat hij zijn afspraken af via een helikopter, omdat hem dat een hoop tijdswinst oplevert. Bij zijn hoofdkantoor in Wognum is daarvoor een helikopterlandingsplaats aangelegd.

Zakelijk

De tweede ondervraagde is Emily Ansenk, ex-directrice van het Scheringa Museum voor Realisme. Zij beschrijft hoe Scheringa ontroerd kan raken van de kunst in zijn museum. Aan de andere kant beschrijft zij ook de zakenman in Scheringa. Volgens hem onderhandelt hij hard, en zet hij graag laag in. Dat bevestigt Scheringa zelf ook als hij vertelt over de aankoop van voetbalclub AZ uit Alkmaar. Hij werd gevraagd als hoofdsponsor, bood de helft van de vraagprijs en kreeg het. Vervolgens bleek de club schulden te hebben. Scheringa was bereid om de schulden over te nemen, in ruil voor zeggenschap in het bestuur. Uiteindelijk werd Scheringa voorzitter en eigenaar van AZ.

Als derde komt Co Adriaanse aan het woord, voormalig trainer van voetbalclub AZ uit Alkmaar, waar Scheringa eigenaar en voorzitter van was. Volgens hem is Scheringa “toegankelijk en zelfs een beetje naïef”. Verder beschrijft Adriaanse de bankier als “gedisciplineerd” en “iemand die efficiënt met zijn tijd weet om te gaan”. Tevens is Adriaanse een goede graatmeter als het gaat om de beeldvorming van Scheringa, omdat hij niet actief is in de financiële sector maar in de voetbalwereld. Adriaanse noemt de aanstelling van Gerrit Zalm een voorbeeld van de moed en het doorzettingsvermogen van Scheringa. Adriaanse zou zelf Zalm niet eens gevraagd hebben, omdat hij er vanuit zou gaan dat Zalm toch niet toe zou happen. De kracht van Scheringa zit er volgens Adriaanse in dat hij een zware boodschap vrolijk weet te verpakken.

Een volgende spreker is ex-werknemer Robert Pasman, die benadrukt dat de onderneming DSB leningen verkocht binnen de grenzen van het toelaatbare. Pasman zegt dat Scheringa zelf erg streng was op de regels, en dat werknemers die zich daar niet aan hielden werden ontslagen. Overigens wordt in het programma niet bekend waarom Pasman inmiddels is vertrokken bij de DSB Bank. Inmiddels is bekend dat DSB het toch niet zo nauw nam met de regels, en kunnen de beweringen van Pasman met een korreltje zout genomen worden.

Privé

Scheringa kaart al dertig jaar met een vaste groep vrienden. In Profiel vertellen zij dat ze onlangs hun dertigjarig bestaan vierden met koffie en gebak en een uitje naar Amsterdam. Helaas bleek er een rij te staan voor het Anne Frankhuis en was Madame Tussauds gesloten wegens verbouwing, dus verplaatste het gezelschap zich naar de Zaanse Schans.

De documentairemakers volgen Scheringa naar het pand waar de DSB Bank op 1 november 1977 begon: een klein rijtjeshuis wat dienst deed als kantoor voor vijftien werknemers. De secretaresse had de telex in de voormalige badkamer staan.

Scheringa vertelt vervolgens hoe hij als agent bij de Rijkspolitie besloot zich te richten op de financiële dienstverlening. Hij vulde al belastingaangiftes in voor collega's en bekenden. Na een zware dag op zijn werk, waarin hij werd geconfronteerd met twee ernstige ongevallen, vroeg hij zich af of het werk nog wel bij hem paste. Dezelfde avond besloot hij “van zijn hobby zijn werk te maken”. Scheringa vertelt zelf ook veel onnodige informatie over zijn privéleven, zoals over hoe de kleding thuis bij de familie Scheringa is geordend. Dit alles om maar te benadrukken wat voor een normaal leven hij leidt. Ook bewaart hij veel relikwieën, die historische waarde hebben voor het bedrijf. Zo toont Scheringa twee typemachines; één waarop hij leerde typen, en de andere waar hij zijn eerste facturen op uitdraaide toen zijn bedrijf was opgericht. Uit dezelfde tijd stamt zijn eerste kasboek, waar hij duidelijk erg trots op is.

In PROFIEL komt ook een onafhankelijk spreker aan het woord: Peter Middelkoop. Hij is financieel expert en wordt door de media veel gevraagd zijn mening te geven ten tijde van de financiële crisis en het faillissement van de DSB Bank. Volgens hem omringt Scheringa zich met mensen die op hem lijken. Als voorbeeld noemt Middelkoop de aanstelling van Zalm bij de DSB Bank. Ook die doet veel naar zijn eigen zin: “als hij zin heeft om te gaan flipperen, gaat hij flipperen”. Het belang van de komst van Zalm naar de DSB Bank is volgens Middelkoop vooral publicitair. Ook al heeft Zalm maar een kleine functie, bij het grote publiek werkt de aanstelling van een dergelijk betrouwbaar persoon vertrouwwekkend: “Desnoods komt hij eens per week een uurtje, het gaat om het beeld naar buiten.” Dat weet Zalm zelf ook heel goed: “Voor het imago van de bank is het niet slecht dat ik hier zit.”

Het portret sluit af met de vraag of de kredietcrisis een gevaar is voor de DSB Bank. Volgens financieel expert Peter Middelkoop staat DSB er goed voor, ze zouden geen grote beleggingsrisico's hebben genomen. Zelf zegt Scheringa juist profijt te hebben van de crisis, omdat er ruimte vrij komt op de Nederlandse financiële markt. Vervolgens benadrukt Scheringa met een betrouwbaar, serieus gezicht hoe zorgvuldig hij met het geld van zijn klanten omgaat.

Het beeld wat de documentaire 'Geldwolf in schaapskleren' mij heeft geschetst is Dirk Scheringa als een typische Bekende Nederlander: hij is zo gewoon gebleven. Dat komt onder meer door zijn eigen rol in het portret: hij bekommert zich om zijn geiten, hij eet elke avond warm thuis en hij kaart nog met dezelfde vrienden als dertig jaar geleden. Zakelijk gezien wordt hij door (ex-)werknemers wel beschreven als hard, maar ook als betrokken bij zijn medewerkers. Wat heel erg opvalt, is dat documentairemaakster Doesjka van Hoogdalem ook niet is geïnteresseerd in de handelswijze van de DSB Bank. Gerrit Zalm zegt halverwege dat hij reacties kreeg op zijn aanstelling bij de DSB Bank in de trant van: “Ga jij bij die bank werken?” Hier wordt niet op doorgevraagd. Negatieve berichten rondom DSB worden in het portret dus genegeerd.

Scheringa krijgt aan het eind de mogelijkheid om in te gaan op de financiële crisis en de gevolgen voor zijn bank. In zijn redenering is de crisis alleen maar goed voor DSB, omdat veel buitenlandse financiële bedrijven zich van de Nederlandse markt terugtrekken. Dit biedt nieuwe kansen voor DSB. Helaas bleek de werkelijkheid anders uit te pakken.

5.2 NOVA: 'Held van Noord-Holland'

In de uitzending van actualiteitenprogramma NOVA wordt een reportage getoond getiteld 'Dirk Scheringa: Held van Noord-Holland'. De reportage bestaat uit nieuwe interviews door verslaggever Jan Eikelboom, maar ook uit fragmenten uit de uitzending van PROFIEL van 4 februari 2009. Bij het stadion van AZ treft Eikelboom enkele supporters die er van overtuigd zijn dat de negatieve berichtgeving rondom DSB is "gevoed door Ajax-aanhangers". Een typisch geval van vox-pop journalistiek. Als de reportage is afgelopen vraagt presentator Twan Huys nog cynisch aan zijn gasten welke voetbalclub hun voorkeur heeft.

Een objectievere spreker is Theo van Eijk, burgemeester van Monnickendam/Wognum, waar de bank van Scheringa gevestigd is. Hij kan worden gerekend onder wat Dahlgren zou noemen de élite-ondervraagden. Van Eijk beschrijft Scheringa als "een rustige, aimabele man, die heel betrokken is bij zijn omgeving".

De voice-over somt alle activiteiten van Scheringa op en benadrukt zijn imago: hij is zo gewoon gebleven. In deze reportage klinkt het echter een stuk minder serieus. Scheringa was ook enige tijd raadslid voor het CDA. Collega daar was Gré Ooijevaar, en ook zij bevestigt het beeld van "gewoon Dirk, een joviale, spontane man". De verslaggever confronteert Ooijevaar met de activiteiten van Scheringa op zakelijk vlak: "Hoe rijmt uw beeld met de man die onnodige koopsompolissen aansmeert aan mensen die dat niet nodig hebben?" Ooijevaar moet daar het antwoord op schuldig blijven, zij begrijpt het ook niet maar het stelt haar wel teleur. Ook burgemeester Van Eijk geeft toe dat Scheringa misschien wel fouten heeft gemaakt, maar houdt vol dat de bankier hard werkt om deze fouten te herstellen.

Openheid

Waar Scheringa nog zijn volle medewerking gaf aan de programmamakers van Profiel, daar is hij sinds de afbrokkeling van zijn imperium niet meer zo open voor de media. Op de dag van deze uitzending gaven Scheringa en voorlichter Wilting een persconferentie over de presentatie van de DSB-schaatsploeg, maar over de bank werd niet gerept. Nog voor het einde van de persconferentie verliet Scheringa de zaal, zodat de aanwezige pers alleen vragen aan Wilting kon stellen.

Wat mij bij de analyse van deze reportage van NOVA opviel is hoe sturend de media werkt. De reportage maakt gebruik van fragmenten uit het programma Profiel, maar weet toch een ander verhaal aan de kijker te vertellen. Waar Profiel de kijker een beeld schetst van Dirk Scheringa als personificatie van de *American Dream*, die tegelijkertijd heel gewoon is gebleven, daar is NOVA kritischer op de bankier. Mensen uit de omgeving van Scheringa worden geconfronteerd met zijn verkooptrucs. Het beeld van de 'gewone Dirk Scheringa' wordt enigszins cynisch weggezet.

5.3 NETWERK: 'Portret oprichter Dirk Scheringa van de DSB Bank'

Op de maandag dat het omvallen van de DSB Bank bekend wordt, komt actualiteitenrubriek Netwerk met een uitzending die geheel in het teken staat van de penibele situatie van de bank. Onderdeel van de uitzending is een portret van Dirk Scheringa. In deze biografie worden opnieuw beelden uit de uitzending van PROFIEL gebruikt, net zoals NOVA dat deed.

In NETWERK wordt direct een andere weg ingeslagen, ten opzichte van PROFIEL. Op een cynische toon wordt over Scheringa gezegd dat hij in de hoogste kringen opereert ("Jan-Peter kwam even langs."), maar dat hij tegelijkertijd "de gewone jongen uithangt". De voice-over maakt melding van een gerechtelijke vervolging van DSB door Justitie. Dit vanwege misleidende advertenties voor zijn bedrijf Frisia, onderdeel van DSB. Willem Middelkoop, die in PROFIEL ook al een beschrijving van Scheringa gaf, komt in NETWERK ook aan het woord. Middelkoop heeft plotseling een heel ander verhaal over Scheringa en zijn bank. Waar hij het in PROFIEL nog had over een man die zich omringt met mensen die op hem lijken, daar is hij in NETWERK een stuk negatiever. Middelkoop beschrijft de agressieve verkoopmethoden van de beruchte woekerhypotheek. Later in de reportage beschrijft Middelkoop het bedrijfsmodel van de DSB Bank als de firma List en Bedrog.

Op de dag dat deze reportage is gemaakt en uitgezonden waren de filialen van de DSB Bank al gesloten, en de rekeningen van spaarders geblokkeerd. De NETWERK-verslaggever spreekt een cliënte van de bank, die inmiddels niet meer bij haar geld kan. Als haar de vraag wordt gesteld waarom zij haar geld aan de DSB Bank heeft toevertrouwd, vertelt ze dat onder meer de aanstelling van Gerrit Zalm een rol heeft gespeeld. Volgens haar droeg de betrouwbaarheid van Zalm bij aan het imago van DSB. Dit bevestigt dus de uitspraken uit PROFIEL, van onder andere Zalm, Adriaanse en Middelkoop.

Terugkerend fragment in het NETWERK-portret is de val van schaatsster Marianne Timmer, lid van de DSB-schaatsploeg. Het staat symbool voor de val die het gehele imperium van Dirk Scheringa heeft getroffen. Niet alleen de bank is omgevallen, gevolg ervan was dat ook de voetbalclub AZ, de schaatsploeg en het museum in gevaar kwamen en zelfs bezittingen moesten verkopen.

In het begin van 2009 kwam DSB al in opspraak door het aanbieden van woekerhypotheek en koppelverkoop. De Autoriteit Financiële Markten tikte Scheringa op de vingers maar een oplossing kwam er niet.

6. Conclusie

In dit onderzoek heb ik de rol van de media in de beeldvorming rondom Dirk Scheringa willen beschrijven. Verschilt de beeldvorming van Dirk Scheringa voor en na het faillissement van de DSB Bank? Uit mijn analyse is gebleken dat deze vraag positief te beantwoorden is. Het verschil in narratief tussen de uitzending van PROFIEL en de fragmenten uit oktober 2009 is groot. Opvallend daarbij is dat de reportages uit oktober 2009 deels dezelfde beelden bevatten, maar dat er een heel ander verhaal aan de kijker is verteld *en* getoond.

Dat is deels te verklaren door de openheid vanuit DSB. Persvoorlichter Wilting zegt dat hij bij zijn aanstelling “de tent open wilde gooien”. De uitzending van PROFIEL is in dat licht goed te verklaren. Medewerkers en oud-medewerkers van DSB, voetbalclub AZ en het Museum voor Realisme vertellen over hun grote leider Scheringa. Ook Scheringa zelf heeft zijn volledige medewerking aan de programmamakers gegeven.

Een half jaar later is van de belofte van Wilting weinig meer te merken. Scheringa geeft een persconferentie over zijn sportploeg en verlaat vroegtijdig de zaal. Van enige openheid is geen sprake meer. Dit heeft ook gevolgen voor de samenstelling van de groep personen die zijn geïnterviewd. In Profiel zijn er alleen elite-sprekers, er is geen vox-pop. Door het ontbreken van reacties uit het kamp van DSB hebben de verslaggevers in oktober 2009 wel hun toevlucht genomen tot vox-pop. Sommige mensen staan nog steeds achter Scheringa, en vertrouwen erop dat het allemaal goed komt, gesterkt door hun aanname dat alle onrust is veroorzaakt door een groep “Ajax-aanhangers”. Anderen voelen zich opgelicht en willen graag hun geld terug.

De titel van de aflevering van PROFIEL luidt: ‘Dirk Scheringa: Wolf in schaapskleren?’. Dit doet enige kritiek aan het adres van Scheringa vermoeden, alsof hij iemand is die zich beter voordoet dan hij daadwerkelijk is. Gedurende het hele portret wordt Scheringa helaas alleen maar positief gerepresenteerd. De nadruk ligt vooral op het gewone van Scheringa. Iedereen mag hem bij zijn voornaam noemen. Enige objectiviteit en een kritische blik, die toch bij de Publieke Omroep verwacht mag worden, ontbreekt. Er zijn enkele momenten waar documentairemaakster Doesjka Van Hoogdalem kritische vragen kan stellen, maar ze laat dat na.

Ook de rol van financieel expert Willem Middelkoop is opvallend. In april 2009 roemt hij Scheringa en de filosofie van zijn bedrijf. De aanstelling van oud-minister Gerrit Zalm is volgens Middelkoop een voorbeeld dat Scheringa zich in zijn bedrijf omringt met mensen die op hem lijken. Een half jaar later is hij een stuk negatiever over het bedrijfsmodel van de DSB Bank. Doordat de bank zich schuldig maakt aan koppelverkoop en het aansmeren van woekerpolissen beschrijft Middelkoop de DSB Bank als de firma List en Bedrog.

Het verschil in beeldvorming rondom Scheringa is dus groot, en dit kan worden verklaard door geïnterviewde personen in de verschillende reportages. Doordat Scheringa zelf medewerking gaf aan PROFIEL is hij daarin positief benaderd. Op de uitzendingen van NOVA en NETWERK had hij geen invloed, hoewel beide verslaggevers graag zijn reactie hadden willen hebben. Het narratief tussen PROFIEL en de andere twee uitzendingen is tegenovergesteld aan elkaar.

Overigens dient wel te worden opgemerkt dat ik mijn conclusies over de beeldvorming van voor het faillissement van DSB baseer op één bron: de uitzending van PROFIEL. Deze staat natuurlijk niet gelijk aan alle overige narratieven over Scheringa, maar is naar mijn mening wel exemplarisch.

Literatuur en geraadpleegde bronnen

Bordwell, David, en Kristin Thompson. *Film Art. An Introduction*. 7^e ed. New York: McGraw-Hill, 2004.

Coppens, T. *Opdracht volbracht? Een studie naar de taken van de VRT*. Gent: Universiteit Gent in opdracht van de Vlaamse Mediaraad, 2005.

http://www.cjsm.vlaanderen.be/media/downloads/vrt_studie.pdf

Dahlgren, P. *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: SAGE Publications Ltd, 1995.

“Dirk Scheringa wil terug in bankwereld” [2010] *nrc.nl* – 10 oktober 2010

http://www.nrc.nl/economie/DSB/article2615309.ece/Dirk_Scheringa_wil_terug_in_bankwereld

“DSB: Een chronologie van ‘De Snelle Belofte Bank’” [2009] *nrc.nl* - 4 november 2010

http://www.nrc.nl/economie/DSB/article2382380.ece/DSB_Een_chronologie_van_De_Snelle_Belofte_Bank

Goedemorgen Nederland. Nederland 1. KRO. 1 oktober 2009.

Koenen Woordenboek Nederlands, Dertigste druk. Utrecht: Koenen Woordenboeken, 1999.

Netwerk. Nederland 2. EO. 12 oktober 2009.

NOVA. Jan Eikelboom. Nederland 2. NPS, NOS, VARA. 2 oktober 2009.

“Patty Brard boos op KRO” [2008] *nu.nl* – 6 oktober 2010

<http://www.nu.nl/achterklap/1627688/patty-brard-boos-op-kro.html>

Profiel. Doesjka van Hoogdalem. Nederland 2. KRO, HUMAN, IKON. 4 februari 2009.

Vande Berg, L. e.a. *Critical approaches to television*. Second edition. Boston: Houghton Mifflin Company, 2004.