

### 6.11 Bitterbal of krant?

De Posthoorn: 'het gevoel dat je heel Den Haag kent'. De column van Henk Bres, Mart of Julius Pasgeld. Het wijknieuws, de wijkféésten. De lezersacties in de vorm van kortingen. Vraag de Hagenaar wat hij van de Posthoorn vindt, en er komt altijd iets uit. En soms is dat verrassend anders: 'lekkere bitterballen.' Of: 'mooi terras.' Want er is ook die ándere Posthoorn aan het Lange Voorhout. Dick Ponsen, al 20 jaar buffetchef van Bodéga De Posthoorn: "Het gebeurt ons regelmatig dat we telefoon krijgen van mensen die denken dat wij het huis-aan-huis blad zijn. Tegenwoordig houden we het nummer van de krant maar vast bij de hand." Die krant is er dan één van de 260.000 die elke week in het Haagse Forepark van de hypermoderne Commander-pers rollen. En ook één van de negen wijkedities die De Posthoorn kent. Een manier van werken die misschien veel tijd kost, maar evenredig gewaardeerd wordt. Lezer Jan Schild: "Wat ik leuk vind om te lezen is nieuws over mijn eigen wijk." Schrijver, cabaretier, TV-presentator en bekende Hagenaar Sjaak Bral: "De Posthoorn is zo al de meest gelezenkrant van Den Haag. Dat mogen we wel concluderen. Een echte stadskrant vind ik. Een krant die makkelijk leest. Niet te ingewikkeld, hij legt verbanden tussen de wijken. Als je 'm uit hebt, heb je het gevoel dat je heel Den Haag weer kent." Artiest, zakenman en bekende Hagenaar Gary de Gier: "De Posthoorn is de meest populaire krant van Den Haag en omstreken. Spelen goed in op het echte Haagse gevoel. Het is een instituut geworden en nog gratis ook. Op advertenties krijg je veel respons." Belangrijk, want de louter Haagse redactie mag officieel onafhankelijk en neutraal zijn, de huis-aan-huiskrant drijft op ondernemers die respons krijgen op hun advertenties. Ben Ludovici van Mammoet rijwielen aan de Stationsweg adverteert al 25 jaar in De Posthoorn: "Zonder kan ik niet! Dat adverteren is nu wel anders dan vroeger. Toen ging je gewoon naar de Groenmarkt. Deed er een bakje en betaalde contant. Daar denk ik met



plezier aan terug. Respons krijgt ook het Haags Dierencentrum, dat wekelijks, overigens gratis, drie sloebers van katten of honden aanprijst. Vrijwilligster Irene Pakvis: "Zo raken wij regelmatig onze asieltakken kwijt. Van de zomer werden er bijvoorbeeld veel kittens op straat gevonden.

Na vermelding hiervan in De Posthoorn zijn veel mensen er op af gekomen." De respons kan reusachtig zijn. Duizenden lezers pakten het gratis kermis-halfuur mee dat De Posthoorn in 2004 op het Malieveld geregeld had. "Ik denk dat daardoor het bezoekersaantal zo hoog was", zegt marktvrouw en lezeres Nel Kames. Meer respons. Hagenaars gingen massaal met Posthoorn-lezersvoordeel dineren bij een rijke variatie aan restaurants, van Van der Valk op de Pier (3000 lezersbonnen!) tot en met het vijfsterren Sofitel in 2005. Hightea in Des Indes of driegangen bij de Carlton Beach Club, Hagenaars knippen de Posthoorn-voordeelbonnen uit. "Mijn complimenten voor jullie acties", zegt Nel Kames. Lezer Roy Verhagen: "Acties in de vorm van kortingen. Die bonnen knip ik regelmatig uit, ja." Niet alleen zijn lezers uit op persoonlijk voordeel. Marjolein Lispet: "Ik ben naar de inloopavonden over de Tramtunnel geweest. Het is heel handig dat in De Posthoorn staat wat er in de stad gaat gebeuren." Kijk maar vooruit" tipt hoofdredacteur Mart







Jochemsen nieuwkomers op de redactie: "Dat is leuker dan lezers vertellen wat ze gemist hebben. Foto van de kermis met verhaal 'hier had u bij moeten zijn', niet doen." Maar wel aankondigen. Dus kijkt De Posthoorn vooruit. En al vanaf dag

1, inmiddels 51 jaar geleden: "Wij hopen en verwachten", schreef onze collega in 1954, "dat het blad in ieder milieu spoedig als een gaarne geziene wekelijkse gast zal worden ontvangen." Die voorspelling is uitgekomen. Anno 2005 heeft

de Posthoorn een bereik en een respons waar de oprichter alleen van kon dromen. En, dat volgens verwachting, bereik in élk Haags milieu. De Posthoorn, oplage 260.000 in geheel Den Haag en Scheveningen.