



Goed bestuur is het minimum

Terwijl we het dossier rond direct mail (zie blz. 12) voor dit nummer redactioneel afronden, barstte de bom bij bpost. Het beursgenoteerde overheidsbedrijf zit al een tijd in zwaar weer. Het begon met een mea culpa van het postbedrijf over mogelijke onregelmatigheden bij de toekenning van de concessie voor het bezorgen van kranten en tijdschriften. Ook bij drie andere contracten met de overheid is er sprake van mogelijke mistoestanden. De uitgevers, krantenwinkels, aandeelhouders, de belastingbetaler, politici van meerderheid en oppositie, kortom vele stakeholders kijken met grote ogen naar dit schabouwelijke schouwspel. Parlementsleden en journalisten schetsten de laatste weken een vernietigend beeld van het reilen en zeilen van een van de grootste werkgevers van het land. Het gaat blijkbaar om een toxische cocktail van mismanagement, politieke inmenging, hoogmoed, schandalen en andere wanpraktijken. Bpost is een belangrijke partner voor onze sector. Het is de hoogste tijd dat de politiek zich terugtrekt uit dit complexe dossier en het bedrijf laat runnen door een professioneel, doelgericht management. De roep naar privatisering klinkt luid. Bedrijven, en al zeker beursgenoteerde ondernemingen, moeten inzetten op *good governance*, goed bestuur. Dat is de basis. Het is blijkbaar nog even wachten op de benoeming van een nieuwe CEO om schoon schip te maken en het vertrouwen in het gehavende postbedrijf terug te herstellen. Ondertussen kunnen de huidige bestuurders al werk maken van een transparant en geloofwaardig, klantgericht beleid. Benieuwd of ze daar in slagen.

Verder in dit nummer brengen we een uitgebreid portret van de grafische sector in het Groothertogdom Luxemburg (zie blz. 24). We zijn vorig jaar gestart met een redactionele ronde langs onze buurlanden. In mei 2022 trokken we naar Frankrijk, in oktober naar Nederland. We kunnen veel bijleren door even over het muurtje te kijken. We werken niet op een eiland. Een brede, internationale blik zorgt voor perspectief, inzicht en hopelijk inspiratie. Beter een goede buur dan een verre vriend, luidt het spreekwoord. Deze maand zijn we in Luxemburg geland. Een dynamisch buurland met een dertigtal grafische productiebedrijven, goed voor ongeveer 900 arbeidsplaatsen. Uiteraard spelen de internationale markttendensen – met dalende volumes, de concurrentie van online spelers, stijgende kosten en een krappe arbeidsmarkt – ook in het compacte Luxemburg. Eerder typisch voor het land, sinds jaar en dag een financieel centrum, lijkt me de groeiende invloed van puur financiële aandeelhouders en investeringsfondsen op de grafische bedrijven. De toenemende consolidatie en concentratie van de sector creëert een speelveld voor financiële spelers die alleen naar de cijfers kijken en weinig of geen voeling hebben met de toegevoegde waarde van de productieactiviteiten. Een andere vaststelling is de protectionistische reflex die speelt bij de Luxemburgse grafische bedrijven en bij de opdrachtgevers. De lokale sectorfederatie AMIL speelt daarop in met het label 'Printed in Luxembourg'. Anderzijds kijken de Luxemburgse drukkers graag naar grensarbeiders uit Frankrijk, België en Duitsland om de vacatures in te vullen. Het zijn boeiende tijden, veel leesplezier.

Kurt De Cat, hoofdredacteur