

# D R I D F T

---

ANNEMARIE ESTOR

## ESCAPISME

Ik verbaasde me al jaren over die glossy magazines die tegenwoordig deel uitmaken van wat we ooit 'krant' noemden. Maar op zaterdag 11 oktober 2014, in het jaar waarin de totale betalingsachterstand van de Belgische burgers voor het eerst boven de drie miljard euro kwam, was daar opeens de apotheose: *De Standaard* zond *De Standaard Magazine Luxe XL* de wereld in; een dubbeldik magazine over het thema 'luxe', zomaar gratis bij het abonnement. Saillant detail: de Belgische overheid subsidieert via Bpost de distributie van de papieren kranten met 120 miljoen euro per jaar.

Het begon al goed op de cover. Daar moesten we aankijken tegen de nurkse, ontevreden kop van een model dat in een nonchalante pose was bevroren op de lederen bekleding van een Mercedes S-Klasse Coupé. Op zoek naar het redactioneel, dat pas op bladzijde 16 verscheen, moesten we de advertenties van respectievelijk Chanel, Louis Vuitton, Jaeger-Lecoutre, Panerai, Estée Lauder en Longchamp doorbladeren. In dat redactioneel suggereert een anekdote over een meisje dat in een frietkot een patatje met mammoetsaus bestelt met aan en in haar hand een Chanel-tas en een Louis Vuitton-portemonnee (is de herhaling van de zojuist voorbijgevoegen merken toeval?), dat weelde iets heel gewoons is. Wij gewone, werkende mensen kunnen, zo blijkt uit het redactioneel, ook luxeparfums op de markt brengen, luxemerken in de garderobe hebben, onze handen ondertussen in onschuld wassend door de woorden 'uitverkoop', 'stockverkoop' en 'betaald door de werkgever' te laten vallen.