

K04-07-09 katern 1 pagina 08

Alleen papier is een probleem

Criterium voor de inzet van publieke middelen moet niet de krant zijn, maar de markt voor goede journalistiek, aldus **Rob van der Noll** en **Joost Poort**.

De commissie-Brinkman schetst een somber beeld voor de papieren nieuwsmedia en doet enkele aanbevelingen om de papieren bedrijfstak te helpen overleven. Belemmeringen voor samenwerking bij druk en distributie moeten worden weggenomen. Daarnaast doet de commissie aanbevelingen om innovatieve journalistiek en elektronische nieuwsmedia te stimuleren.

Dat er een rol is weggelegd voor de overheid in de markt voor mediaproducten is goed te onderbouwen. De overheidsdoelstellingen pluriformiteit, onafhankelijkheid, kwaliteit en toegankelijkheid kunnen namelijk niet altijd door vrije markten bewerkstelligd worden. Terecht is echter in geen van de mediadoelstellingen van de overheid een voorkeur voor distributie via papier vastgelegd.

‘De inhoud voorop, in plaats van de distributietechniek’, schrijft het ministerie van OCW. Toch heeft datzelfde ministerie de commissie met een te smalle opdracht op pad gestuurd. Dat begint al met de naam van de commissie: Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers. Het was beter geweest dat woordje ‘pers’ te vervangen door ‘nieuwsmedia’. Het uitgangspunt voor de inzet van publieke middelen via innovatiesubsidies of fiscale tegemoetkomingen zou niet de levensvatbaarheid van de krant moeten zijn, maar het functioneren van de markt voor kwalitatief goede journalistiek.

Het rapport geeft aanwijzingen dat het met de markt voor journalistieke inhoud niet zo somber is gesteld. ‘Vooral jongeren stellen hun informatiemenu steeds vaker samen uit het uitgebreide aanbod van televisie, mobiele diensten en internet’, stelt het rapport. Veel alternatieven zijn gratis. De vraag naar nieuws en opinie is groot. Door ict-ontwikkelingen zijn er

veel mogelijkheden voor nieuwe aanbieders om innovatieve journalistieke concepten te ontwikkelen. Het lezerspubliek is op platforms als netwerksites, blogs en twitter, meer dan ooit betrokken bij de productie en verspreiding van nieuws. Ook geeft het rapport aan dat er een bereidheid is bij consumenten om te betalen voor online nieuws. Niets wijst erop dat de informatievoorziening in zijn totaliteit onvoldoende innovatief is.

Aan de aanbodzijde tekent de commissie donkere wolken boven de banenontwikkeling in de perssector, maar de dalers zijn enkel de uitgeverijen en drukkerijen. Persen nieuwsbureaus en het aantal journalisten groeiden de laatste jaren harder dan de Nederlandse economie. De problemen zitten vooral bij de distributie op papier.

Wanneer de goed verdienende online-nieuwsdiensten gratis kunnen meeliften op nieuwsproductie kunnen de nieuwsproducenten in de problemen komen. Maar zelfs wanneer er wordt meegelif en subsidiëring nodig is om de nieuwsgaring te waarborgen, dan nog biedt een internetheffing niet de oplossing. Zo’n heffing heeft ongewenste effecten, omdat zij niet is afgestemd op de individuele nieuwsconsumptie van internetgebruikers en de ontwikkeling van nieuwe media dreigt te temperen om oude media te steunen.

De grootste puzzel zit niet bij het verzamelen van geld, maar bij de zinvolle besteding ervan. Het stimuleren van innovatie klinkt leuk, maar over de kernvraag wat de criteria daarvoor zouden moeten zijn, laat de commissie zich nou net niet uit.

Wanneer het geld niet uitsluitend bedoeld is om de printsector te helpen innoveren, en ook beschikbaar is voor andere innovatieve partijen, is het twijfelachtig of de gedrukte pers ermee geholpen is. Het gevaar is dat juist hun digitale concurrenten ermee aan de haal gaan. Blijkt het geld echter toch vooral bedoeld om de printmedia te helpen overleven, dan is het twijfelachtig of de maatschappij ermee geholpen is.

Rob van der Noll en **Joost Poort** zijn senior onderzoeker en hoofd Mededinging en Regulering bij SEO Economisch Onderzoek.



Foto Gabriel Eisenmeier