

JAARVERSLAG 2001

BEDRIJFSFONDS
VOOR DE PERS

JAARVERSLAG 2001

**BEDRIJFSFONDS
VOOR DE PERS**

2 BEDRIJFSFONDS VOOR DE PERS

INHOUDSOPGAVE

Samenstelling bestuur in 2001	4
1. Verslag over 2001 en vooruitblik 2002	7
2. Ontwikkelingen in de pers	17
3. Subsidie- en kredietverlening	31
3.1. Aanvragen voor individuele steunverlening	34
3.2. Aanvragen voor financiële steun ten behoeve van onderzoeksprojecten of gezamenlijke projecten van persorganen	41
3.3. Bezwaar en beroep	51
4. Onderzoeksbeleid	55
4.1. Onderzoeksresultaten 2001	57
4.2. Mogelijke kostenbesparingen kleine bladen	59
4.3. Onderzoeksbeleid 2002	62
5. Financiële middelen	67
5.1. Inleiding	69
5.2. Jaarrekening	72
5.3. Toelichting bij de jaarrekening	74
5.4. Accountantsverklaring	82

SAMENSTELLING BESTUUR IN 2001

prof. dr. S.W. (Sytse) Douma (voorzitter)

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 11 december 1992; per 1 januari 1998 herbenoemd voor een tweede periode bij KB van 3 december 1997.

Voorzitter bij KB van 3 december 1997 per 1 januari 1998.

drs. J.B.H.M. (Jan) Beks

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 6 augustus 1991; per 1 september 1996 herbenoemd voor een tweede periode bij KB van 23 juli 1996.

Thesaurier sinds 1995 en vice-voorzitter sinds 1 januari 1998.

Afgetreden als bestuurslid per 1 september 2001 wegens het verstrijken van de wettelijke termijn van twee maal vijf jaar.

F.I.M. (Ferry) Houterman (vice-voorzitter)

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 24 januari 1997 ingaande 1 maart 1997; per 1 maart 2002 herbenoemd voor een tweede periode bij KB van 18 april 2002.

Vice-voorzitter sinds november 2001.

mevr. prof. mr. dr. E.M. (Liesbeth) Kneppers-Heijner

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 1 juli 1998 ingaande 1 juli 1998.

S.M. (Simon) Korteweg (thesaurier)

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 23 juli 1996 ingaande 1 augustus 1996; per 1 augustus 2001 herbenoemd voor een tweede periode bij KB van 21 januari 2002.

Thesaurier sinds november 2001.

mevr. drs. J. (Johanneke) Liemburg

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 1 juli 1998 ingaande 1 juli 1998.

mevr. mr. W.M.C. (Wil) de Vrey-Vringer

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 1 augustus 1995 per 1 september 1995 en herbenoemd per 1 september 2000 bij KB van 9 november 2000.

De leden van het bestuur worden voor een periode van vijf jaar benoemd bij Koninklijk Besluit (KB). Op grond van de Mediawet is voor bestuursleden herbenoeming voor één aansluitende periode van vijf jaar mogelijk.

In het verslagjaar belegden wij zestien bestuursvergaderingen waarin vele onderwerpen aan de orde kwamen. Ook in dit jaar waren er opnieuw veelvuldig contacten met het Ministerie van OCenW.

Het bestuur van het Bedrijfsfonds wordt ondersteund door een bureau. Dit bureau was in 2001 als volgt samengesteld:

drs. L.H.A. Lichtenberg, directeur

drs. A.R. van Dijk, adjunct-directeur

mevr. C.M.M. Wissink, parttime administratief medewerkster

mevr. J. Olree-Benzie, parttime administratief medewerkster

De vaste medewerkers van het bureau zijn op grond van de Mediawet in dienst van het Bedrijfsfonds voor de Pers. Zij worden benoemd door het bestuur.

HOOFDSTUK 1

VERSLAG OVER 2001 EN VOORUITBLIK 2002

8 BEDRIJFSFONDS VOOR DE PERS

Ook in het verslagjaar attendeerden wij als Bedrijfsfonds onverminderd op knelpunten in de informatievoorziening die het naar ons oordeel noodzakelijk maken het overheidsbeleid ten aanzien van de pers bij te stellen. En wel meer in de richting van het scheppen van voorwaarden om barrières in de toegang tot de maatschappelijke informatievoorziening weg te nemen, de journalistieke mededinging te bevorderen en daarbij ruimte te scheppen voor het nieuwe, het ongebruikelijke en weinig bekende in de maatschappelijke informatievoorziening. Een dergelijk beleid legt zich toe op stimuleren en vernieuwen, het bevorderen van ideeën gericht op strategische vernieuwing. Daarbij richten wij ons in eerste instantie op het verruimen van het instrumentarium van het Bedrijfsfonds in de richting van *bladen voor culturele minderheden* en in de richting van *journalistieke informatieproducten via het internet*. In de loop van het verslagjaar groeide het besef dat het de vraag was of die verruiming (en het huidige instrumentarium) voldoende toereikend zouden zijn om *verdergaande concentratie in de regionale pers* tegen te gaan.

Bladen voor culturele minderheden · Wat betreft culturele minderheden kunnen wij projecten ondersteunen van afzonderlijke persorganen die een redelijk uitzicht hebben op verbetering van hun financieel-economische positie. Een vangnetfunctie met tegelijkertijd een prikkel tot zelfhulp. Daarbij hebben we in de loop van de tijd ervaren dat de regels op het gebied van de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds met name voor bladen van minderheden beperkend kunnen werken en dat ook een meer tegemoetkomend beleid voor die bladen nodig kan zijn om ze in de toekomst werkelijk op eigen krachten goed te laten functioneren. Op twee punten zou voor persorganen gericht op culturele minderheden de huidige werkingssfeer van het Bedrijfsfonds dienen te worden verruimd om deze persorganen meer kansen te geven. We denken hierbij met name

aan de volgende mogelijkheden:

1. verruiming van de werkingssfeer tot nieuwe bladen met een lagere verschijningsfrequentie dan dagbladen (verruiming van art. 130, derde lid, Mediawet);
2. verruiming van de werkingssfeer tot bestaande bladen met een lagere verschijningsfrequentie dan eenmaal maandelijks (verruiming van art. 129, 2^e lid onder d, MW).

In juni 1999 kaartten we dit in een advies bij de staatssecretaris aan. Tijdens het algemeen overleg in de Tweede Kamer van 7 oktober 1999 (TK 1999-2000, 26 597 nr.3) over de notitie media- en minderhedenbeleid, liet deze weten ervoor te voelen dat de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds voor de Pers wordt verruimd ten behoeve van steun aan persorganen die een multicultureel karakter hebben dan wel gericht zijn op een specifieke migrantengroepering. Hij kondigde aan in dat jaar een aparte nota over de pers te zullen uitbrengen. In de Cultuurnota 2001-2004 van 19 september 2000 en in de brief aan de Tweede Kamer over de voortgang van het media- en minderhedenbeleid van 10 november 2000 deed hij deze toezegging nogmaals. Inmiddels is deze persnota eind 2001 aan de Tweede Kamer aangeboden. Daarin wordt voorgesteld de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds conform ons voorstel uit te breiden.

Internet-informatieproducten · Wij achten het ter wille van een waarlijk pluriforme maatschappelijke informatievoorziening wenselijk journalistieke informatieproducten via het internet te stimuleren. Via het internet worden namelijk in toenemende mate allerlei informatieproducten aangeboden, die onderling sterk variëren wat betreft hun journalistieke kwaliteit, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid. Daarnaast constateren we dat veel mogelijkheden die het internet biedt nog onbenut worden gelaten en dat sommige

persorganen moeite hebben om de overgang naar het internet te maken. Een stimuleringsregeling kan in deze een oplossing bieden. Journalistieke informatieproducten, die door persbedrijven maar ook door andere (niet-pers)bedrijven vervaardigd worden, beogen vooral nieuws, achtergrondinformatie, analyse en commentaar te brengen gericht op de maatschappelijke actualiteit in haar algemeenheid, mede in het belang van politieke meningsvorming. We achten het denkbaar dat er een tijdelijke, experimentele kaderregeling tot stand komt om dergelijke producten te stimuleren. We hebben een regeling voor ogen die aan journalistieke internet-informatieproducten in gelijke omstandigheden ten goede komt, maar die in haar uitwerking in het bijzonder gericht wordt op de producten die zo'n stimuleringssubsidie het meeste nodig hebben. Ze zullen ook een redactiestatuut dienen te hebben en wellicht zijn nog andere voorwaarden denkbaar om te bereiken dat ze van een zekere kwaliteit en onafhankelijkheid getuigen.

Verder zou die stimuleringssubsidie ten hoogste 40% van de projectkosten van dat informatieproduct dienen te bedragen, met een maximumbijdrage van € 180.000,- per project en van € 2.260.000,- per jaar voor de gehele regeling. Omdat het een experimentele regeling betreft, zou deze om te beginnen voor een beperkte periode van bijvoorbeeld drie jaar dienen te worden afgekondigd.

Met het oog op de brief aan de Tweede Kamer die de staatssecretaris van OCenw, Rick van der Ploeg, in 2001 in voorbereiding had inzake het toekomstig persbeleid, deden wij hem een voorstel toekomen voor een dergelijke regeling,

Eind 2001 deed de staatssecretaris de persnota aan de Tweede Kamer toekomen, waarin hij ons voortstel voor het stimuleren van journalistieke informatieproducten via het internet overnam.

Verdergaande concentratie in de regionale pers · In het kader van de PersMediaMonitor op het internet hebben wij van de Amsterdam School for Communications Research (ASCOR) verbonden aan de Universiteit van Amsterdam, een rapport, getiteld 'Twee decennia regionale en lokale printmedia in Nederland', ontvangen. Uit dit rapport, waarop in hoofdstuk 2 van dit verslag nader wordt ingegaan, blijkt dat sanering, concentratie en monopolievorming gedurende de laatste twintig jaar de regionale printmedia hebben beheerst. Er zijn minder uitgevers, minder dagbladtitels, lagere oplages, lagere dekkingspercentages, minder nieuwsbladen die ook minder frequent verschijnen en waarschijnlijk minder huis-aan-huisbladen. Slechts een minderheid van de Nederlanders kan nog maar kiezen uit verschillende regionale titels. De meeste provincies worden beheerst door slechts één uitgever die in die gevallen vrijwel de gehele dagbladmarkt en een groot deel van de huis-aan-huisbladen in handen heeft, in sommige gevallen in combinatie met enkele nieuwsbladen. Naar verwachting zullen deze concentratieontwikkelingen zich ook in de komende tijd nog verder voltrekken. Aangekondigd is dat de bestaande dagbladen in de provincies Groningen en Drenthe binnenkort in één titel opgaan. Twee zelfstandige dagbladtitels in Overijssel zullen in de loop van dit jaar opgaan in een samenwerkingsverband met een andere krant. Er bestaan plannen om de redacties van Noordhollandse dagbladen samen te voegen, terwijl ook in Limburg soortgelijke geluiden vallen te beluisteren. De redactionele zelfstandigheid en/of de zelfstandige exploitatie van regionale dagbladen in Limburg, Zeeland, Gelderland, Zuid-Holland en Utrecht staat c.q. staan op de tocht. Ook in de nieuwsbladpers staat de toekomst van verschillende abonnementskranten zwaar onder druk, zo meldde ons het bestuur van de organisatie van lokale nieuwsmedia NNP.

Mede door het feit dat steeds meer regionale en lokale kranten zich in concernverband zijn gaan bevinden, lopen we tegen het probleem aan dat ons instrumentarium in een groeiend aantal gevallen tekort schiet.

In art. 130, eerste lid, van de Mediawet is vastgelegd dat het Bedrijfsfonds financiële steun kan verlenen indien de noodzakelijke steun niet of niet afdoende op andere wijze kan worden verkregen. Volgens die bepaling kan het Bedrijfsfonds nauwelijks nog iets betekenen voor concernbladen. Wel heeft ons bestuur in de loop der tijd hieraan een zodanige interpretatie gegeven, dat ook concernbladen hier onder kunnen vallen indien ze aan twee voorwaarden voldoen:

1. het blad bevindt zich al jarenlang in de rode cijfers en het concern heeft er in die tijd al veel middelen in gepompt, en
2. het concern is bereid ook in de toekomst nog behoorlijk in het blad te investeren bij het uitvoeren van het project dat uitzicht op een sluitende exploitatie biedt.

Omdat er kranten zijn die niet volledig aan deze voorwaarden kunnen voldoen, zoals bijvoorbeeld concernbladen die in de afgelopen jaren niet verlieslijdend waren, biedt ook deze interpretatie niet altijd voldoende soelaas om hulp te bieden waar dat nodig wordt geacht.

De situatie doet zich steeds meer voor waarin het voor een concernleiding niet langer meer redelijk of zelfs verantwoord is een blad te handhaven, ook al is dat blad niet (over een reeks van jaren) verlieslijdend geweest. Aandeelhouders gaan ervan uit dat de concernleiding naar een maximaal economisch rendement streeft en het handhaven van een minder renderend blad kan dan daarmee op gespannen voet komen te staan. Met het oog daarop overwegen we in geval van concernbladen de clause van art. 130-1 MW, dat financiële steun uitsluitend kan worden verleend indien de noodzakelijke steun niet of niet afdoende op andere wijze kan worden verkregen, bij wijze van noodvoorziening als volgt te interpreteren:

Persorganen in concernverband kunnen ook op grond van artikel 130-1 MW in beginsel voor steun uit het Bedrijfsfonds in aanmerking komen, wanneer tevens aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:

1. het blad bevindt zich al jarenlang in de rode cijfers en het concern heeft er in die tijd al veel middelen in gestopt, of indien het niet een verlieslijdend blad betreft, moet worden aangetoond dat handhaving van het blad voor de concernleiding vanuit bedrijfseconomisch oogpunt niet langer meer redelijk of verantwoord is;
2. het concern is bereid ook in de toekomst nog behoorlijk (voor ten minste 60% van de projectkosten) in het blad te investeren bij het uitvoeren van het project dat uitzicht op een sluitende exploitatie biedt;
3. het concern is bereid in ieder geval gedurende de looptijd van het project het blad te continueren;
4. de omvang van het totale bedrag dat jaarlijks uit het Bedrijfsfonds aan regionale en lokale kranten kan worden verleend wordt gelimiteerd tot ten hoogste € 10 mln. voor twee jaar.

De noodzaak om ook voor die gevallen hulp aan te bieden wordt dan gemotiveerd vanuit het besef dat verdergaande concentratie de pluriforme nieuwsvoorziening op lokaal of regionaal niveau kan vershralen. Het verdwijnen van één lokale of regionale uitingsvorm behoeft niet per definitie tot vershraling van pluriformiteit te leiden, omdat andere media die ruimte kunnen opvullen. Echter, doordat elk medium zijn specifieke hoedanigheden heeft en zijn hiermee samenhangende sterke en zwakke punten, kunnen media vaak slechts in beperkte mate functies van elkaar overnemen. Wanneer in een regio een krant verdwijnt, bieden andere media door hun specifieke functies en verschijningsvormen (sterke gerichtheid op lokale gebieden buiten

het verspreidingsgebied van de verdwenen krant, landelijke gerichtheid, accent op commerciële informatie, wekelijkse verspreiding in plaats van dagelijkse) lang niet altijd adequate alternatieven voor het verdwenen medium. Met de verdwijning van zo'n krant wordt dan de kans op verschraling van de pluriformiteit in de lokale of regionale informatievoorziening groter. Ook wanneer kranten binnen een regio worden samengevoegd neemt die kans toe, al bestaat zeker de mogelijkheid dat de nieuwe krant die uit deze samenvoeging voortkomt, door ruimere budgetten een kwalitatief beter informatieproduct vormt. Niettemin verdwijnt er dan een uitingsmogelijkheid, waarbij niet op voorhand vaststaat dat hierin altijd door een ander of beter medium voorzien wordt. Dan kan het vanuit de doelstelling van het persbeleid: handhaving/bevordering van persverscheidenheid, nodig zijn de helpende hand te bieden. Maar dan wel onverkort onder de voorwaarde dat er een project op tafel wordt gelegd dat voorziet in herstel van rentabiliteit binnen een redelijke periode. Stimuleren van strategische vernieuwing in plaats van compenseren van verliezen blijft daarbij ook ons adagium.

Het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

HOOFDSTUK 2

ONTWIKKELINGEN IN DE PERS

Vanaf mei 2001 is via de website *www.bedrijfsfondspers.nl* de PersMediaMonitor beschikbaar met gegevens over de media in het algemeen en de persbedrijfstak in het bijzonder. Deze monitor geeft de verscheidenheid (pluriformiteit) in de nieuws- en informatievoorziening over meerdere jaren in Nederland weer. Het gaat daarbij ook om media die buiten de werkingssfeer van ons fonds vallen, zoals de gratis dag- en nieuwsbladen en de regionale omroep. De monitor geeft daarmee een breder beeld dan wat in dit verslag is opgenomen. De monitor wordt periodiek ververs en aangevuld en blijft de komende jaren in ontwikkeling.

De cijfers in dit hoofdstuk geven een overzicht over de afgelopen vijf jaren van aantallen en oplagen van dagbladen, van aantallen dagbladondernemingen, van marktaandelen van alle dagbladondernemingen, uitgedrukt als percentage van de totale oplage van alle dagbladen en tenslotte van de redactionele en aanbiedersconcentratie. In de toelichtingen van de tabellen worden enkele tendensen gesignaleerd om het lezen van de tabellen te vergemakkelijken.

Zoals is hoofdstuk 1 van dit verslag is opgemerkt, hebben wij in het kader van de PersMediaMonitor van de Amsterdam School for Communications Research (ASCoR) verbonden aan de Universiteit van Amsterdam, een rapport, getiteld *Twee decennia regionale en lokale printmedia in Nederland*, ontvangen. De belangrijkste tabellen uit dit rapport zijn in dit hoofdstuk te vinden.

Voor de berekening van de oplagecijfers is grotendeels gebruikgemaakt van gegevens van het Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit (Cebuco). Daarnaast is materiaal gebruikt van De Journalist en het Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit.

De cijfers betreffende het aantal bladen met een zelfstandige hoofdredactie hebben betrekking op het einde van het kalenderjaar. Het Cebuco-oplagecijfer tot en met 1997 (waarvan gebruik is gemaakt voor de oplagecijfers van alle dagbladen) is de som van het gemiddeld aantal abonnees van alle dagbladen in de maand september en de gemiddelde losse verkoop in de periode 1 juli tot en met 30 juni. Voor de cijfers vanaf 1998 heeft het Cebuco een andere meetmethode toegepast. Het grote verschil met de voorgaande methode is dat ook bij de abonnementen nu een jaargemiddelde wordt gemeten (over 1 juli t/m 30 juni).

Aantallen en oplagen dagbladen · In tabel 1 zijn het aantal dagbladen met een zelfstandige hoofdredactie en de oplagen van alle dagbladen weergegeven, waarbij een onderscheid is gemaakt naar de oriëntatie van de bladen, te weten: specialistisch, regionaal en landelijk.

TABEL 1 **DAGBLADEN: AANTALLEN EN OPLAGEN**

Aantal zelfstandige Hoofdredacties	2001	2000	1999	1998	1997
specialistisch	4	4	4	4	4
regionaal	26	26	26	26	27
landelijk	7	7	7	7	7
Totaal	37	37	37	38	38
Betaalde oplagen					
specialistisch	112.862	109.094	103.385	100.954	101.101
regionaal	2.330.622	2.362.727	2.404.681	2.432.213	2.664.919
landelijk	1.923.948	1.959.802	1.969.366	1.981.539	1.987.037
Totaal	4.367.432	4.431.623	4.477.432	4.514.706	4.753.057
index totaal	91,89	93,24	94,20	94,99	100,00

In 1998 vermindert het aantal zelfstandige regionale hoofdredacties met één. De Stem en het Brabants Nieuwsblad gaan samen verder. Dat brengt het aantal zelfstandige regionale dagbladen vanaf 1998 op 26. Begin 1998 wordt ook De Courant Nieuws van de Dag opgeheven. Dat heeft geen consequenties voor het aantal zelfstandige dagbladen, omdat gegeven de nauwe samenwerking met De Telegraaf de krant al niet als zelfstandig werd meegeteld. Vanaf 1999 is het aantal zelfstandige redacties niet veranderd. Wel zijn er in 2001 weer titels verdwenen. De Arnhemse Courant/Gelders Dagblad, waaronder de edities Betuwe & Liemers, Graafschap/Achterhoek en Valei/Veluwe, zijn opgegaan in De Gelderlander.

De oplagecijfers laten een daling zien vanaf 1997. De cijfers van 1998 zijn moeilijk vergelijkbaar met 1997. Om een vergelijking mogelijk te maken heeft het Cebuco ook voor 1997 volgens de nieuwe methode de oplagecijfers bepaald. Alle oplagecijfers vallen dan een stuk lager uit. In 1997 zou de totale oplage berekend volgens de nieuwe rekenmethode gelijk zijn aan 4.513.775. Dat is ruim 200.000 lager dan volgens de oude methode. Een vergelijking tussen 1997 en 1998 waarbij beide volgens de nieuwe methode worden berekend, laat dus weer een lichte stijging zien van de totale oplage in 1998. In 1999 blijkt er toch weer sprake te zijn van een echte daling, die zich heeft voortgezet in 2000 en 2001.

Aantal dagbladondernemingen · In tabel 2 is het aantal zelfstandige dagbladondernemingen over de laatste vijf jaar weergegeven. De cijfers geven de stand van zaken weer aan het einde van de desbetreffende jaren.

TABEL 2

DAGBLADONDERNEMINGEN: AANTALLEN

Aantal zelfstandige ondernemingen	2001	2000	1999	1998	1997
alleen	4	4	4	4	4
specialistisch					
alleen regionaal	4	4	5	5	5
alleen landelijk	2	2	2	2	2
overig	2	2	2	2	2
(combinaties)					
Totaal	12	12	13	13	13

In 1997 wordt één van de laatste zelfstandige regionale dagbladondernemingen De Gooi- en Eemlander formeel door De Telegraaf overgenomen. De overname was al in 1996 aangekondigd. Daarnaast is in 1997 de Provinciale Zeeuwse Courant NV door het mediaconcern Wegener Arcade overgenomen.

In 1998 is het aantal zelfstandige dagbladondernemingen gelijk gebleven. In 1999 is er weer veel beweging in de dagbladsector. In september wordt aangekondigd dat VNU haar dagbladen gaat verkopen. Vier van de vijf regionale dagbladen zouden aan Wegener verkocht gaan worden. De vijfde betrokken VNU-krant, Dagblad De Limburger, zou verkocht gaan worden aan het Telegraaf-concern. In 1999 is er uiteindelijk nog niets daadwerkelijk gebeurd omdat de verkoop onderzocht moet worden door de Nederlandse mededingingsautoriteit (NMa). In 2000 is de verkoop van de regionale dagbladen onder voorwaarden door de NMa goedgekeurd en kan geconcludeerd worden dat, de hele periode van vijf jaar overziende, er in die tijd één zelfstandige regionale onderneming is verdwenen.

TABEL 3

DAGBLADONDERNEMINGEN: MARKTAANDELEN
(rangorde gebaseerd op 2001)
uitgedrukt als percentage van de totale oplage van
alle dagbladen

	2001	2000	1999	1998	1997
PCM-Holding	29,96	30,36	30,32	30,55	30,46
Holdingmij De Telegraaf	29,91	29,76	25,78	25,53	24,85
Wegener	28,03	27,95	14,85	14,98	15,91
Noordelijke Dagbl. Combinatie	6,75	6,75	6,71	6,73	6,64
H. Sijthoff's Financieele Dagbl. BV	1,50	1,41	1,20	1,08	0,92
Reformatorisch Dagblad	1,33	1,31	1,30	1,28	1,21
Nederlandse Dagbl. Stichting	0,75	0,72	0,74	0,68	0,64
Prov. Persveren. voor Friesland	0,45	0,45	0,47	0,47	0,48
Uitg. Cobouw (Ten Hagen, Kluwer)	0,43	0,42	0,41	0,41	0,40
Uitg. Agrarisch Dagblad (Misset)	0,41	0,40	0,45	0,49	0,46
Barnev. Drukkerij en Uitg. (BDU)	0,25	0,25	0,26	0,26	0,23
Staatsdrukkerij en uitgeverij	0,24	0,24	0,25	0,26	0,29
VNU-Dagbladengroep	-	-	17,27	17,28	17,47

Marktaandelen dagbladondernemingen · In tabel 3 is de ontwikkeling van de marktaandelen van alle ondernemingen weergegeven over een periode van vijf jaar. De rangorde is gebaseerd op de grootte van het marktaandeel dat de ondernemingen in 2001 hadden. De gegevens hebben steeds betrekking op de situatie aan het eind van het desbetreffende kalenderjaar. Als percenteerbasis is de totale oplage binnen de dagbladsector genomen, dat wil zeggen: inclusief specialistische bladen en niet bij de NDP aangesloten dagbladen.

Over de gehele periode heeft PCM-Holding het grootste marktaandeel van dagbladen in Nederland. Daarna volgt De Telegraaf. De twee grootste ondernemingen hebben vanaf 1995 een marktaandeel van meer dan 50%. In 1997 vertalen zich de overnames van Dagblad De Gooi- en Eemlander en de Provinciale Zeeuwse Courant NV in stijging van de marktaandelen van respectievelijk Holdingmij De Telegraaf en

Wegener. De verandering in de andere aandelen is minimaal. In 1998 is de verandering in marktaandelen over de hele linie minimaal. Daaruit blijkt ook dat de nieuwe rekentechniek van het Cebuco alleen effect heeft op de absolute hoogte van oplage en niet op de onderlinge verhoudingen. Ook in 1999 is er weinig veranderd. Pas in 2000 treedt er een grote verschuiving op door de verkoop van de dagbladgroep door de VNU aan De Telegraaf (Dagblad De Limburger) en Wegener (vier regionale dagbladen). Het marktaandeel van het Telegraaf-concern nadert nu dat van PCM, en Wegener zit daar vlak onder. In 2001 kruipen de marktaandelen van de drie grootste ondernemingen nog wat dichterbij elkaar toe.

Concentratiemaatstaven dagbladen · In tabel 4 worden de aanbiddersconcentratie en de redactionele concentratie weergegeven. De cijfers geven de stand van zaken weer aan het einde van het kalenderjaar. De twee maatstaven van concentratie geven een algemene indicatie van de mate waarin er sprake is van persconcentratie. Met redactionele concentratie wordt concentratie op dagbladniveau bedoeld, met aanbiddersconcentratie concentratie op het niveau van de onderneming. De mate van concentratie wordt uitgedrukt in Number Equivalents (NE). De exacte betekenis hiervan is beschreven in *Persconcentratie in Nederland* (J.A. de Ridder; 1984; Amsterdam: VU-Uitgeverij; p. 47-48). Beide maatstaven worden uitgedrukt in aantallen, dat wil zeggen dat wanneer het cijfer daalt, er sprake is van een toename in concentratie en andersom. Om tot het 'aantal zelfstandige redacties' te komen wordt gewogen op basis van redactionele samenwerkingsverbanden. Voor de berekening van het 'aantal zelfstandige aanbidders' vindt weging plaats op grond van grootte van de ondernemingen.

TABEL 4

CONCENTRATIEMAATSTAVEN DAGBLADEN

Jaar	Redactionele concentratie		Aanbiedersconcentratie	
	in NE	index	in NE	index
1980	25,06	100,00	13,75	100,00
1981	24,34	97,13	13,55	98,49
1982	22,84	91,14	13,49	98,13
1983	24,12	96,25	13,40	97,46
1984	24,12	96,25	13,30	96,71
1985	24,12	96,25	13,90	101,06
1986	25,59	102,11	14,00	101,83
1987	24,89	99,32	14,02	101,96
1988	21,74	86,75	12,16	88,42
1989	23,39	93,34	12,11	88,08
1990	23,14	92,34	11,15	81,10
1991	23,80	94,97	11,21	81,52
1992	23,28	92,90	9,85	71,61
1993	23,00	91,78	8,61	62,58
1994	21,92	87,47	7,44	54,07
1995	21,62	86,27	6,07	44,13
1996	21,31	85,04	6,08	44,21
1997	21,31	85,04	5,58	40,55
1998	20,59	82,16	5,61	40,78
1999	20,59	82,16	5,63	40,95
2000	20,59	82,16	4,54	33,02
2001	20,59	82,16	4,56	33,16

Na een forse daling in 1994 en 1995 is het aantal aanbieders in 1996 bijna gelijk gebleven (in beide jaren is het aantal naar marktaandeel gewogen aanbieders afgerond gelijk aan 6,0). In 1997 heeft zich de dalende tendens van de afgelopen jaren weer doorgezet, waarna in 1998 en 1999 een stabilisatie is opgetreden. Het aantal naar zelfstandigheid en marktaandeel gewogen aanbieders is dan afgerond gelijk aan 5,63. De lichte stijging heeft te maken met het feit dat kennelijk de marktsituatie iets evenwichtiger geworden is. Door het verdwijnen van VNU in 2000 daalt het aantal naar marktaandelen gewogen aanbieders weer fors. In 2001 is de situatie iets evenwichtiger geworden omdat de marktaandelen van de top 3 naar elkaar toe kruipen.

Bij de redactionele concentratie zien we een andere ontwikkeling dan bij de aanbidersconcentratie. De redactionele concentratie laat een licht dalende tendens zien (indexcijfer gezakt naar 82,16 sinds 1980) en is de laatste jaren zelfs bijna constant, terwijl het aantal naar zelfstandigheid en marktaandeel gewogen aanbiders met bijna tweederde is teruggelopen (indexcijfer gezakt naar 40,95 sinds 1980).

Regionale dagbladen · In 2001 verschenen in Nederland 32 regionale dagbladen met een totale oplage van 2,3 miljoen. Deze titels worden door zes uitgevers uitgebracht; de helft van de titels en ruim 50% van de oplage komt voor rekening van Wegener. De grootste uitgever in 1980 (VNU) had 16% van de markt in handen. Zoals uit tabel 5 blijkt beheersen de vier grootste uitgevers in 2001 99% van de markt, in 1980 was dit 45%.

TABEL 5 CONCENTRATIE REGIONALE UITGEVERS

	Uitgevers	C1	C4	C8	HHI
1980	19	16	45	67	0.08
1985	20	16	44	67	0.08
1990	15	28	60	82	0.13
1995	9	31	83	100	0.21
2000	6	52	99		0.35
2001	6	53	99		0.34

Regionale kranten zijn vooral sterk buiten de Randstad. De Noordelijke Dagblad Combinatie (NDC) is vrijwel alleenheerser in de drie noordelijke provincies; Wegener beheerst Overijssel, Gelderland, Utrecht, Zeeland en Noord-Brabant; De Telegraaf is marktleider in Limburg en Noord-Holland. Het aantal uitgevers van regionale bladen daalde in de afgelopen twintig jaar van negentien naar zes.

TABEL 6 PERCENTAGE HUISHOUDENS IN MONOPOLIE- EN
CONCURRENTIEGEMEENTEN 2001

	Geen krant	Monopolie	Semi-monopolie	Concurrentie
Groningen	-	72	3	24
Friesland	-	-	34	66
Drente	-	26	5	69
Overijssel	-	82	9	8
Gelderland	-	72	14	14
Utrecht	1	77	10	12
Noord-Holland	2	95	3	-
Zuid-Holland	-	76	14	10
Zeeland	-	65	-	35
Noord-Brabant	-	92	3	5
Limburg	-	24	25	51
Flevoland	-	86	14	-
Limburg	-	24	25	51
Totaal	1	73	11	16

In 322 van de 504 gemeenten (64%) is geen keuze meer tussen regionale titels; in 1990 was dit nog 46%. Als gekeken wordt naar de huishoudens (tabel 6) dan blijkt dat bijna driekwart (73%) van de huishoudens te maken heeft met een regionaal monopolie; in 1990 was dit nog 42%. Alleen in Drente en Friesland wordt nog in de helft of meer van de gemeenten geconcurrerd; Drente is vanaf april 2002 ook een monopoliegebied.

Nieuwsbladen · In 2001 verschenen zo'n zestig nieuwsbladen met een totale oplage van ruim 300.000. De meeste titels verschijnen in Friesland en Limburg, de meeste exemplaren worden in Drente en Utrecht verspreid. De meeste bladen (80%) verschijnen eenmaal per week, terwijl er maar vijf titels zijn die een oplage van meer dan 10.000 hebben.

TABEL 7 NIEUWSBLADEN IN NEDERLAND 2001

	Oplage	Aantal	Frequentie			Weekoplage	
			1x	2x	3x	Totaal	Perc.
Groningen	6.950	1		1		13.900	3%
Friesland	56.943	12	10	2		71.557	16%
Drente	35.566	4	2	1	1	83.967	18%
Overijssel	14.328	4	3		1	30.514	7%
Gelderland	32.145	7	6	1		39.115	9%
Utrecht	56.145	7	5	1	1	74.870	16%
Noord-Holland	31.015	6	4	2		43.015	9%
Zuid-Holland	18.560	2	1	1		26.320	6%
Zeeland	6.390	1	1			6.390	1%
Noord Brabant	19.050	4	4			19.050	4%
Limburg	35.600	12	12			35.600	8%
Flevoland	5.175	1		1		10.350	2%
Totaal	317.867	61	48	10	3	454.648	

Concentratie is relatief laag, de grootste uitgever (Boom Pers) geeft vier titels uit en beheerst niet meer dan 20% van de markt. De afgelopen twintig jaar is het aantal titels meer dan gehalveerd (134 in 1981) terwijl de gezamenlijke oplage terugliep van 900.000 in 1982 naar ruim 300.000.

TABEL 8 UITGEVERS VAN NIEUWSBLADEN IN NEDERLAND 2001

Uitgever	Aantal titels	Weekoplage	Marktaandeel
Boom Pers	4	90.195	20%
Wegener	6	37.920	8%
BDU	4	28.640	6%
NDC (Hoekstra)	6	24.775	5%
C. Pet BV	1	22.130	5%
Bakker	1	21.375	5%
Banda	1	17.728	4%
Eilanden-Nieuws	1	15.520	3%
Harsveld	1	13.900	3%
Langeveld & de Rooy	1	13.600	3%
Weekoplage top 10		285.783	63%
Totale weekoplage		454.648	

Nieuwsbladen zijn desalniettemin prominent aanwezig, het merendeel bereikt 50% of meer van de gezinnen in de gemeente waar ze haar thuisbasis heeft.

Huis-aan-huisbladen · In 2000 verschenen in Nederland 550 huis-aan-huisbladtitels met een totale oplage van 20 miljoen. Een gezin kreeg gemiddeld drie verschillende titels in huis. Zo'n 60% van de totale oplage komt voor rekening van de vier grote dagbladuitgevers in Nederland, waarbij Wegener de grootste is met 30% van de oplage.

TABEL 9 **UITGEVERS VAN HUIS-AAN-HUISBLADEN IN
NEDERLAND (marktaandelen)**

Uitgever	Aantal titels	Totale oplage (x 1000)	Marktaandeel
Wegener	164	5.665	29%
De Telegraaf	78	3.503	18%
PCM	21	1.455	7%
Noordelijke Dagblad Combinatie	26	1.202	6%
Janssen/Pers	23	1.058	5%
Rodi Media BV	12	528	3%
Grafia Print & Media Groep	14	524	3%
Buijze Pers	14	473	2%
Uitgeverij Vorsselmans BV	13	306	2%
Overige	188	4.727	24%
Totaal	553	19.441	

In Limburg en Noord-Brabant worden relatief veel huis-aan-huisbladen verspreid; in Friesland, Utrecht en Zeeland relatief weinig.

Gegevens over huis-aan-huisbladen zijn de afgelopen jaren niet systematisch verzameld, maar uit de beschikbare data is af te leiden dat het aantal titels, de totale oplage en het gemiddeld aantal bladen per huishouden in het afgelopen decennium waarschijnlijk zijn gedaald.

TABEL 10

HUIS-AAN-HUISBLADEN OVERZICHT NEDERLAND

	Oplage x 1.000	Huishoudens x 1.000	Titels	Exemplaren per huishouden
Groningen	771	253	24	3,1
Friesland	422	256	13	1,6
Drente	585	190	13	3,1
Overijssel	1.427	428	53	3,3
Gelderland	2.015	766	71	2,6
Utrecht	963	460	21	2,1
Noord-Holland	3.755	1.136	97	3,3
Zuid-Holland	3.463	1.465	95	2,4
Zeeland	336	159	9	2,1
Noord-Brabant	3.366	933	112	3,6
Limburg	2.003	472	49	4,2
Flevoland	337	122	9	2,8
Nederland	19.443	6.639	566	2,9

Uit bovenstaande gegevens blijkt dat sanering, concentratie en monopolievorming de laatste twintig jaar de regionale printmedia hebben beheerst. Er zijn minder uitgevers, minder dagbladtitels, lagere oplages, lagere dekkingspercentages, minder nieuwsbladen die ook minder frequent verschijnen en waarschijnlijk minder huis-aan-huisbladen. De meeste provincies worden beheerst door slechts één uitgever die in die gevallen vrijwel de gehele dagbladmarkt en een groot deel van de huis-aan-huisbladen in handen heeft, in sommige gevallen in combinatie met enkele nieuwsbladen.

HOOFDSTUK 3

SUBSIDIE- EN KREDIETVERLENING

Vanaf 1 januari 1988, toen de Mediawet in werking trad, kan het Bedrijfsfonds voor de Pers individuele financiële steun verlenen aan zowel dag-, week- als maandbladen. Niet al deze bladen kunnen echter een beroep doen op deze ondersteuning. De wet geeft namelijk, naast enkele meer formele eisen, een begrenzing aan de werkingssfeer naar soorten bladen. Het Bedrijfsfonds kan uitsluitend financiële steun verlenen ten behoeve van persorganen die in belangrijke mate nieuws, analyse, commentaar en achtergrondinformatie bevatten over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit, mede gericht op politieke meningsvorming. Een andere belangrijke eis is dat de aanvraag vergezeld dient te gaan van een project dat uitzicht biedt op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode.

Naast individuele steun kan het Bedrijfsfonds voor de Pers op grond van het Mediabesluit financiële steun in de vorm van een uitkering verstrekken voor onderzoek dat in opdracht van derden wordt uitgevoerd. Twee vormen van onderzoek kunnen voor een dergelijke bijdrage in aanmerking komen:

- organisatieonderzoek, gericht op structurele verbetering van de exploitatie van een persorgaan (zie de artikelen 54, onderdeel c en 57 van het Mediabesluit); en
- onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel, voorzover dat onderzoek past in de doelstellingen van het Bedrijfsfonds (zie de artikelen 54, onderdeel d en 58 van het Mediabesluit).

Tenslotte biedt het Mediabesluit in de artikelen 54, onderdeel b en 56 het Bedrijfsfonds de mogelijkheid om uitkeringen te verstrekken ten behoeve van gezamenlijke projecten van persorganen.

3.1. AANVRAGEN VOOR INDIVIDUELE STEUNVERLENING

In het verslagjaar hadden wij vijftien aanvragen voor individuele financiële steun in behandeling, waarvan er vijf zijn toegewezen. Twee aanvragen zijn afgewezen, namelijk van Casas Media en van Pleasure Promotion. Vier aanvragen zijn ingetrokken nadat wij hadden laten weten het voornemen te hebben de aanvraag af te wijzen, en over twee aanvragen is nog geen besluit genomen.

Drie aanvragen zijn in 2001 gehonoreerd, namelijk van Boom Courantenuitgeverij, Ode Uitgeverij en de stichting Nieuw Israëlietisch Weekblad, en twee in 2002, te weten van de stichting Bijeen en van Uitgeverij de Roskam. Op deze aanvragen komen we in ons verslag over 2002 terug. De andere aanvragen komen hierna aan de orde.

Casas Media · In oktober 1999 legde Casas Media BV het Bedrijfsfonds een aanvraag voor, gericht op steunverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers aan de door Casas Media uitgegeven Landelijke Allochtonenkrant. De Landelijke Allochtonenkrant verscheen tot 1998 ook als een bijlage bij de Weekkrant Suriname. Het door Casas Media bij het Bedrijfsfonds ingediende reorganisatieplan had tot doel de levensvatbaarheid en het zelfstandig laten voortbestaan van de Landelijke Allochtonenkrant te garanderen en de krant aantrekkelijker te maken voor lezers en adverteerders. Het ingediende project bevatte een aantal maatregelen om tot een rendabele exploitatie te geraken. Naar het oordeel van ons fonds heeft Casas Media alleen voor de promotiecampagne duidelijk kunnen maken dat deze maatregel zou kunnen bijdragen aan een rendabele exploitatie. De andere onderdelen - het inzetten van een advertentiemedewerker, het aanschaffen van een nieuw computer- en opmaakstelsel en het uitbreiden van de redactie - zouden door Casas Media zelf moeten worden gefinancierd.

Wij besloten derhalve een bedrag van ten hoogste € 70.268,- voor de

promotiecampagne in de jaren 1999 en 2000 in de vorm van een uitkering te verstrekken.

Eind 2000 wendde de uitgever Casas Media zich tot ons met het verzoek om het door ons gehonoreerde project voor de Landelijke Allochtonenkrant te mogen herzien en zij verzochten om de financiering van een aantal aanvullende maatregelen. Uit dit verzoek en het gesprek dat wij met de uitgever naar aanleiding daarvan hadden in december 2000, bleek ons dat de gestegen productie- en salariskosten de uitvoering van het lopende project bedreigden. De door Casas Media gepresenteerde aanvullende maatregelen voor promotionele activiteiten zouden naar onze mening wat dat betreft weinig tot geen soelaas bieden. Daarentegen stond het voor ons niet vast dat een rendabele exploitatie van de Landelijke Allochtonenkrant in de toekomst tot de onmogelijkheden zou behoren. Verder werd ons duidelijk dat door de bedrijfseconomische verwevenheid van de Landelijke Allochtonenkrant met de Weekkrant Suriname, de continuïteit van beide bladen gevaar zou lopen. Het leek ons derhalve gewenst Casas Media, in het kader van het lopende project, een zekere ademruimte te geven om een herzien project te kunnen presenteren dat uitzicht zou bieden op een rendabele exploitatie van beide bladen. Begin 2001 besloten wij Casas Media een overbruggingskrediet ter hoogte van € 113.445,- te verstrekken. Aan deze kredietverlening werd onder meer de voorwaarde verbonden dat een nieuw project ingediend moest worden dat uitzicht zou bieden op een rendabele exploitatie van zowel de Landelijke Allochtonenkrant als de Weekkrant Suriname. Casas Media heeft vervolgens een nieuwe aanvraag, met daarin opgenomen een businessplan, opgesteld en eind april 2000 ingediend bij het Bedrijfsfonds. Dit plan bestond uit twee onderdelen:

- 1) versterking van de balans (een financiële reorganisatie); en
- 2) een bedrijfsplan, bestaande uit een marktonderzoek voor de herpositionering van de Weekkrant Suriname en de Landelijke

Allochtonenkrant, een verbreding van het productenpakket door het uitbreiden van het aantal specials gericht op specifieke doelgroepen, het ontwikkelen van uitgeversactiviteiten voor derden, het opzetten van een informatiepunt via internet en telefoon over ontwikkelingen in de multi-etnische samenleving en een reorganisatie en versterking van de organisatie door een duidelijker taakverdeling, opleidingen en nieuwe apparatuur, betere financiële planning, coaching door een adviseur en de instelling van een Raad van Commissarissen.

Omdat de aanvraag niet voldoende duidelijkheid over de exploitatie van de bladen verschaftte, werd besloten een accountant in te schakelen. De resultaten van het onderzoek bevestigden het vermoeden dat voor de door Casas Media geëxploiteerde bladen geen uitzicht werd geboden op een rendabele exploitatie. Voor zowel de Landelijke Allochtonenkrant als de Weekkrant Suriname gold dat de opbrengsten in 2000 en het eerste kwartaal van 2001 aanzienlijk lager waren dan in de jaren daarvoor. Van de door de uitgever voorgestelde maatregelen achtte het Bedrijfsfonds het niet waarschijnlijk dat deze voldoende opbrengsten zouden kunnen genereren om de lagere opbrengsten te compenseren. Het Bedrijfsfonds heeft derhalve moeten concluderen dat het ingediende plan geen uitzicht bood op een rendabele exploitatie en heeft derhalve de aanvraag afgewezen. Casas Media tekende vervolgens bezwaar aan tegen deze beslissing (zie paragraaf 3.3).

Nieuw Israëlietisch Weekblad · In februari 2001 legde de stichting Nieuw Israëlietisch Weekblad ons een aanvraag voor gericht op steunverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers aan een project voor de herlancering van het gelijknamige blad. Vanuit het fonds was aan het Nieuw Israëlietisch Weekblad tweemaal eerder, te weten in 1976 en 1998, steun verleend. De eerst maal werd een krediet van € 45.378,-

verstrekt. Dat krediet was geheel overeenkomstig de voorwaarden afgelost. In 1998 werd het Nieuw Israëlitisch Weekblad een bijdrage van € 53.546,- ten behoeve van de uitvoering van een voorgenomen organisatieonderzoek verstrekt. Bij de behandeling van de aanvraag van het Nieuw Israëlitisch Weekblad trok het bestuur de conclusie dat het blad erin was geslaagd aannemelijk te maken dat het eigen voortbestaan op termijn gevaar zou kunnen gaan lopen. Zij realiseerde zich daarbij dat uitvoering van het onderzoek zou kunnen resulteren in een mogelijke reorganisatie van de exploitatie van het Nieuw Israëlitisch Weekblad, waarvoor men opnieuw om een bijdrage zou kunnen verzoeken.

Het NIW is het oudste opinieweekblad van ons land en heeft zich volgens de uitgever in de thans 136 jaar van zijn bestaan ontwikkeld tot een weekblad dat een centrale positie inneemt in de joodse gemeenschap in ons land en een cruciale rol vervult in de nieuwsvoorziening over joodse aangelegenheden.

De laatste jaren is het NIW ingehaald door een aantal maatschappelijke ontwikkelingen: de traditionele doelgroep is sterk vergrijsd, terwijl er te weinig aanwas van nieuwe leden was. Bovendien keerden steeds meer Joden zich af van traditionele instanties, aldus het NIW. Om dit tij te keren is het NIW in november 2001 opnieuw gelanceerd. Het NIW moest aantrekkelijker worden gemaakt voor de volgende generatie joodse Nederlanders en voor diegenen die buiten de gemeenschap zijn opgegroeid. De inhoud is daartoe aan de ene kant 'lichter' van toon geworden en aan de andere kant werd er meer aandacht aan cultuur en aan alternatieve vormen van het jodendom geschonken. Naast deze inhoudelijk wijzigingen is het blad ook gerestyled. Door middel van een marketingcampagne zouden de wijzigingen aan (potentiële) lezers worden duidelijk gemaakt. Om ook op het internet zichtbaar te

worden en de jongere doelgroep te bereiken, streefde het NIW een intensieve samenwerking met joods.nl na. Via joods.nl wilde het NIW de *content* aan een breder publiek aanbieden. De website zou bovendien functioneren als servicepunt voor de abonnementenadministratie en zou gebruikt worden voor dossiervorming. Met deze maatregelen heeft de uitgever aannemelijk kunnen maken dat de exploitatie van het blad een positief resultaat kan laten zien vanaf 2003. Wij hebben besloten de aanvraag te honoreren en hebben een bedrag van ten hoogste € 74.764,- voor het project in de komende jaren in de vorm van een subsidie beschikbaar gesteld.

Propria Cures · *Propria Cures* is ontstaan vanuit de Amsterdamse studentenwereld en bestaat inmiddels 110 jaar. Het blad verschijnt dertig keer per jaar en heeft de beschikking over een eigen website. In het blad wordt de nadruk gelegd op korte, columnachtige stukken waarin actuele zaken worden besproken. Het blad heeft een jonge redactie en richt zich op een jong publiek. PC heeft van de 'ettelijke duizenden' abonnees die het blad van oudsher had momenteel ongeveer 1.150 abonnees over. Tweederde van de abonnees is niet-student.

De laatste jaren is *Propria Cures* in een verliesgevende situatie terechtgekomen. Oorzaken zijn onder meer het vertrek van een advertentieacquisiteur en het niet meer gebruik kunnen maken van de promotionele activiteiten van de Universiteit van Amsterdam. Om in deze situatie verandering te brengen heeft *Propria Cures* een aantal maatregelen genomen - er is onder andere een Melkertbaan voor niet-redactionele werkzaamheden gecreëerd - en heeft zij eind november 2000 ons in het kader van een reorganisatie gevraagd een aantal aanvullende maatregelen te financieren, te weten: het inrichten van

twintig distributiepunten voor de losse verkoop in de universitaire en HBO-omgeving in en buiten Amsterdam, het opwaarderen van de internetsite en promotionele activiteiten. Wij hebben besloten de aanvraag van de stichting Propria Cures onder voorwaarden in zijn geheel te honoreren met een bedrag van ten hoogste € 17.697,-. Het besluit de aanvraag toe te wijzen is gebaseerd op de overweging dat de verantwoordelijke uitgever een project heeft ingediend dat uitzicht biedt op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode. De aanvraag voldeed daarmee aan artikel 130 van de Mediawet. Verder wordt het blad uitgegeven in Nederland en is het bestemd voor het publiek in Nederland, het wordt ten minste maandelijks uitgegeven, het heeft een zelfstandige redactie en een redactiestatuut en is tegen betaling voor iedereen verkrijgbaar. Verder is geconstateerd dat het blad slechts in geringe mate nieuws bevat, maar wel in belangrijke mate nieuwsbespiegelingen over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit. Het blad voldoet daarmee aan de in artikel 129, lid 2 van de Mediawet genoemde algemene voorwaarden voor steunverlening.

Boom Courantenuitgeverij - PrimaPlaza · PrimaPlaza is een portaal op het internet dat onder andere bestaat uit winkels, een discussieforum en een op maat gesneden individuele krant (Mijn Courant). De module Mijn Courant bestaat uit redactionele bijdragen uit de nieuwsbladen de Meppeler Courant, Steenwijker Courant, de Dedemsvaartse courant, de Beiler/Westerborker Courant en de Stellingwerf, alsmede uit ANP-nieuwsberichten en is alleen toegankelijk voor abonnees van de nieuwsbladen. De toepassing Mijn Courant is niet bedoeld als louter een elektronische versie van het gedrukte medium. Daarentegen beoogt de uitgever hiermee de papieren media te versterken, zoals ook de internetversie door de papieren media wordt versterkt. Het internetportaal ziet hij

als een middel om de krant als papieren informatiedrager sterker te laten profileren en onderscheiden, door middel waarvan ook de band kan worden verstevigd met bestaande en potentiële (jonge) lezers. De totale investering om het portaal te realiseren werd geraamd op € 530.923,- en Boom heeft ons in mei 2001 gevraagd 50% daarvan mee te financieren. Bij ongewijzigd beleid verwachtte de uitgever voor de vijf genoemde nieuwsbladen binnen een periode van vijf jaar een halvering van het rendement. Een éénmalige reorganisatie werd noodzakelijk geacht om deze wending ten kwade tijdig te keren.

Wij besloten de aanvraag van Boom Courantenuitgeverij onder voorwaarden gedeeltelijk te honoreren. De uitgever heeft namelijk in zijn aanvraag aannemelijk kunnen maken dat zowel het project PrimaPlaza als de totale exploitatie van de nieuwsbladen een positief resultaat kunnen laten zien in 2004. Verder was het internetproject aan te merken als een reorganisatie, daar het project te beschouwen was als een herschikking van taken en activiteiten tussen de gedrukte producten en de te implementeren internetsite. Daar de internetsite PrimaPlaza slechts gedeeltelijk nieuws en nieuwsbespiegeling bevat, besloten wij maximaal de helft van het gevraagde bedrag toe te kennen, te weten € 132.731,-. Aan de toekenning zijn onder meer de voorwaarden verbonden dat Boom Courantenuitgeverij bereid moet zijn de ervaringen van het internetproject met andere uitgevers te delen en dat hij de exploitatie van de bij het project betrokken nieuwsbladen tot en met eind 2005 voort dient te zetten en de redactionele zelfstandigheid te handhaven.

3.2. AANVRAGEN VOOR FINANCIËLE STEUN TEN BEHOEVE VAN ONDERZOEKSPROJECTEN OF GEZAMENLIJKE PROJECTEN VAN PERSORGANEN

In het verslagjaar hadden wij in totaal tien aanvragen voor financiële steun ten behoeve van onderzoeksprojecten in behandeling. Zes aanvragen werden toegewezen in 2001. Verder werd één aanvraag ingetrokken, omdat de aanvrager niet kon voldoen aan de voorwaarden die in het voorgenomen besluit werden gesteld en één aanvraag werd ingetrokken, nadat wij hadden medegedeeld dat wij voornemens waren de aanvraag af te wijzen.

Twee aanvragen die in 2001 in behandeling zijn genomen, hebben in 2002 tot besluitvorming geleid. Een aanvraag van de stichting Media-educatie voor onderzoek naar ethiek in en rond de media werd afgewezen en een aanvraag van de NDP, een onderzoek naar de bezorgproblematiek, werd toegewezen. Op beide aanvragen komen we in ons verslag over dat jaar terug. De aanvragen die in 2001 zijn afgerond, worden hieronder behandeld. De besluitvorming rond alle hieronder behandelde aanvragen is gebaseerd op de artikelen 54d en 58 van het Mediabesluit (onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel, voorzover dat onderzoek past in de doelstellingen van het Bedrijfsfonds).

Stichting Mixed Media - Onderzoek allochtone journalisten · De stichting Mixed Media is een samenwerkingsorgaan van werkgevers en werknemers in de media. De stichting stelt zichzelf ten doel de instroom van allochtone journalisten te bevorderen en er actief aan bij te dragen dat de Nederlandse media een betere afspiegeling vormen van de Nederlandse samenleving. Verder wil de stichting de discussie stimuleren over zorgvuldige berichtgeving en de daaruit voortvloeiende beeldvorming rond minderheden. Om deze doelstellingen te bereiken worden projecten ontwikkeld en fondsen

geworven. Voor de instroomprojecten is in 2000 een projectbureau opgezet, dat elke journalist individueel begeleidt.

Voordat de instroomtrajecten konden beginnen, diende allereerst een inventarisatie te worden gemaakt van knelpunten die de instroom van allochtone journalisten in de Nederlandse media bemoeilijkten. In maart 2000 legde de stichting Mixed Media ons een aanvraag voor gericht op steunverlening aan dit onderzoek. Wij besloten een uitkering van maximaal € 57.247,- hiervoor beschikbaar te stellen. Het onderzoek is in de zomer van 2001 afgerond en de rapportage is in het najaar van 2001 beschikbaar gekomen. De informatie die is voortgekomen uit het onderzoek is voor de aanvrager aanleiding geweest om op verschillende terreinen nader doelgericht onderzoek te willen doen. Het bleek dat allochtone journalisten moeilijk aan het werk kwamen en Mixed Media wilde op zoek naar de mechanismen waardoor deze situatie ontstond. Inzicht in deze mechanismen werd van belang geacht om de instroom van allochtone journalisten te verbeteren. Wij besloten ook deze aanvraag te honoreren, ditmaal met een uitkering van maximaal € 70.579,-. In dit onderzoek stond de vraag centraal hoe de allochtone journalist in een Nederlandse redactie functioneert en socialiseert. Ook de resultaten van dit onderzoek zouden door de stichting Mixed Media gebruikt worden om de instroom van allochtone journalisten op redacties te bevorderen.

Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag werd gebaseerd op de overweging dat, zo merkten wij reeds in het beleidsessay *Vernieuwend persbeleid* uit 1997 op, bepaalde groepen in onze samenleving aan het proces van meer informatie en meer gelijkwaardige informatie vaak niet vanuit gelijkwaardige posities kunnen deelnemen. Die informatieachterstand is ontstaan door het ontbreken van voldoende informatiebronnen in de eigen taal - vooral lokale en regionale

informatiebronnen - en doordat Nederlandse kranten vaak minder toegankelijk voor hen zijn. Deze achterstand is een probleem dat ook in het persbeleid van de overheid extra aandacht verdient. Onder andere door steunverlening aan onderzoek en projecten van bestaande en nieuwe journalistieke informatieproducten, kan het Bedrijfsfonds in die aandacht trachten te voorzien en meehelpen aan het verkleinen van de informatieachterstand.

Cebuco · Het Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit van de Nederlandse Dagbladpers, heeft eind 1999 twee aanvragen ingediend. De eerste aanvraag was gericht op onderzoek ten behoeve van de verbetering van het instrument co-adverteren; de tweede op onderzoek naar een nieuw tariefmodel voor dagbladen.

Co-adverteren is het gezamenlijk adverteren van detaillisten in regionale dag- en/of weekbladen. Het Cebuco heeft deze activiteit begin jaren tachtig opgezet als instrument om de lokale detailhandelsmarkt te bewerken en de detaillist voor het dagblad te behouden. Het Cebuco vervulde daarbij een bemiddelende rol: het bureau zorgde ervoor dat uitgevers van regionale kranten kant-en-klaar advertentiemateriaal en een dealerslijst ontvingen en ondersteuning verkregen bij het benaderen - door de uitgevers - van de lokale en regionale detaillisten om hen te laten participeren in een advertentiecampagne.

Co-adverteren is een belangrijk instrument gebleken in het kader van de positie van regionale kranten in de reclamemarkt. De laatste jaren was er echter sprake van een neerwaartse trend bij het co-adverteren. Het Cebuco wilde derhalve een onderzoek laten verrichten om dieper inzicht te verkrijgen in de problemen die zich daarbij voordeden, om vervolgens via dat onderzoek ook inzicht te

verkrijgen in het marktpotentieel van co-adverteren en op basis daarvan oplossingen beschikbaar te krijgen voor de gesignaleerde problemen.

Wij hebben besloten een uitkering van maximaal € 36.221,- beschikbaar te stellen voor dit onderzoek. Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag is gebaseerd op de overweging dat het instrument van co-adverteren bijdraagt aan de gezonde exploitatie en daarmee het voortbestaan van regionale kranten. Een onderzoek dat tot doel heeft het instrument van co-adverteren te verbeteren, levert daarmee een bijdrage aan de instandhouding van de pluriformiteit.

In 1998 en 1999 honoreerde het Bedrijfsfonds een tweetal onderzoeksprojecten van het Cebuco, die erop gericht waren een onderzoeksmethode te ontwikkelen voor een katernenbereik die betrouwbaar, valide en financieel haalbaar zou zijn en op alle dagbladen kon worden toegepast. Het onderzoek uit 1998, een pre-pilot gericht op het vaststellen van de haalbaarheid en validiteit van een schriftelijke of telefonische methode voor het meten van de pagina confrontatiekans van dagbladen (waarvoor € 29.496 werd gevraagd en waarvoor het fonds besloten heeft de helft toe te zeggen), werd in 1999 met succes afgerond.

Uit de resultaten van deze pilot bleek dat een schriftelijke methode om het bereik vast te leggen technisch en praktisch goed haalbaar is en te prefereren boven de telefonische methode. In 1999 gaf het Cebuco aan dat er aansluitend aan de pilot een breed proefonderzoek nodig was, alvorens de dagbladen een definitief besluit zouden kunnen nemen om tot uitvoering van het definitieve onderzoek over te gaan. Dit proefonderzoek gaf inzicht in de stabiliteit van de uitkomsten en leverde betrouwbare data op als input voor het formuleren van het

prijnsbeleid van de dagbladen op langere termijn.

Volgens het Cebuco was daarmee de doelstelling van het ontwikkelen van een onderzoeksmethode voor het katernenbereik die betrouwbaar, valide en financieel haalbaar is en op alle dagbladen kan worden toegepast, bereikt. Niet alleen de dagbladen, maar ook de mediabureaus en de adverteerders, raakten ervan overtuigd dat er een goede methode ontwikkeld was. Daar het katernenonderzoek nooit een doel op zich was geweest, maar een middel om tot tariefdifferentiatie te komen, ontwikkelde het Cebuco vervolgens een model waarin het tarief werd gerelateerd aan de prestaties van dagbladen. Ook op dit model hebben de dagbladen, adverteerders en mediabureaus positief gereageerd.

De beslissing om dit model te implementeren hing vervolgens af van de vraag of het model toepasbaar zou zijn binnen de bedrijfsvoering van dagbladen en of model in de commerciële praktijk haalbaar zou zijn. Om de laatste vraag te beantwoorden wilde het Cebuco samen met een onderzoeksbureau en de dagbladbedrijven een groot aantal pilots op dagbladtitelniveau uitvoeren.

Wij hebben besloten een uitkering van maximaal € 149.759,- beschikbaar te stellen voor dit onderzoek. Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag was gebaseerd op de overweging dat het nieuwe tariefmodel een strategische functie zou kunnen vervullen ten behoeve van de positie van dagbladen als mediumtype op de advertentiemarkt. Tevens zou het een strategische functie kunnen vervullen ter ondersteuning van het redactionele beleid van de individuele dagbladen. Een onderzoek dat tot doel had de haalbaarheid van het nieuwe tariefmodel te beoordelen, leverde derhalve een bijdrage aan de concurrentiepositie van de bedrijfstak en daarmee aan de instandhouding van de pluriformiteit.

Voor beide onderzoeken gold dat alle bij de Groep Nederlandse Dagbladpers aangesloten leden gebruik konden gaan maken van de onderzoeksresultaten. De onderzoeken kwamen derhalve de bedrijfstak ten goede en pasten tevens binnen de doelstellingen van het Bedrijfsfonds voor de Pers. Met het oog op het belang dat de bedrijfstak zelf bij beide onderzoeken had, hebben wij besloten dat de bedrijfstak zelf via het Cebuco tevens in substantiële zin aan het onderzoek diende bij te dragen. Dientengevolge is besloten aan de onderzoeken een uitkering te leveren ter grootte van maximaal 50% van de begrote externe onderzoekskosten.

NVJ - Onderzoek journalistiek en internet · Villamedia, een door de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) gefinancierde website, is een dagelijks geactualiseerde journalistieke nieuws- en servicesite die veel wordt geraadpleegd en erg nuttig is, overigens niet alleen voor journalisten maar voor allen die zich met media bezighouden. In mei 2001 legde de NVJ ons een aanvraag voor gericht op steunverlening aan een onderzoek via een internetexperiment naar de relatie tussen internet en journalistieke onafhankelijkheid. Het project voorzag erin dat de servicefunctie verder zou worden uitgebouwd. Daarbij zou Villamedia als experimenteerbank dienen.

In dit onderzoek waren deelonderzoeken voorzien naar de gevolgen van digitalisering voor journalistieke praktijk, ethiek en onafhankelijkheid. Met name werden in dit verband drie deels overlappende onderzoeksvelden genoemd, namelijk de effecten op de gebruikelijke grensafbakening tussen redacties en advertentieacquisitie, de gevolgen van nieuwe technische *formats* voor inhoudelijke internetjournalistiek en de gevolgen voor opleidingen van journalisten. Het project zou een duur hebben van

drie jaar. De lopende exploitatiekosten van Villamedia zouden door de NVJ worden gedragen en zouden ook de volgende jaren voor rekening van de NVJ blijven komen. Aan het fonds is gevraagd om subsidie voor de kosten van dit project. Deze werden geraamd op € 88.033,- per jaar (voor drie jaar totaal € 264.100,-). Het Bedrijfsfonds heeft besloten de gevraagde subsidie beschikbaar te stellen voor dit onderzoek.

Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag werd gebaseerd op de overweging dat in de maatschappelijke informatievoorziening journalisten een belangrijke intermediaire rol vervullen in het verspreiden en bewerken van publieke informatie gericht op een pluriforme samenleving. Er waren nog maar weinig gegevens bekend over de journalistiek in relatie tot het internet in Nederland. Door dit onderzoek zou een bijdrage worden geleverd aan het inzicht in de ontwikkeling en het functioneren van de (internet)journalistiek. Verder zou dit onderzoek bijdragen aan innovatie in de bedrijfstak en het sloot daarmee aan bij de opmerking die in meerdere geschriften door ons zijn gemaakt dat de persbedrijfstak zich actiever zou moeten opstellen om offensiever de mogelijkheden van de elektronische snelweg te benutten. Daarnaast zouden dit onderzoek en de website een belangrijke stimulans kunnen zijn voor praktijk, opleiding en verder onderzoek in de journalistiek.

Naar onze mening kwam het onderzoek waarvoor de steun werd gevraagd de bedrijfstak als geheel ten goede en paste dit ook binnen de doelstellingen van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

Stichting Omroep en Alloctonen (Stoa) · In december 2000 legde Stoa, mede namens het Bureau 'Meer van Anders' en uitgever Information Retrieval Programs, ons een aanvraag voor gericht op steunverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers aan een door Stoa uit

te voeren onderzoek ten behoeve van Perslink, een elektronisch adressenbestand voor journalisten en programmamakers. Met zo'n adressenbestand werd beoogd data van eerder verschenen deskundigengidsen en een veel gebruikte telefoongids voor journalisten en programmamakers samen te voegen en digitaal toegankelijk te maken.

Verder had het tot doel langs deze weg ook deskundigen met een niet-Nederlandse culturele achtergrond en deskundige vrouwen breder onder de aandacht van de media te brengen. Bovendien zou via de website getracht worden actuele agenda's en nieuwsberichten betreffende de doelstelling van Stoa en Bureau 'Meer van Anders' van de NOS aan te bieden.

Er werd om een subsidie gevraagd om de financiële en technische haalbaarheid van Perslink te laten verkennen door Stoa. Verder werd in het kader van dit project voorzien in het verwerven van *commitments* van de mediasector, het opzetten van een *scoutings*- en wervingssysteem van deskundigen, het schrijven van een bedrijfsplan, het verwerven van subsidies, de productie van een folder en de start van een informatiecampagne.

De totale kosten hiervan werden geraamd op € 50.370,-. Ons werd een subsidie van € 36.756,- gevraagd. Met het oog op het feit dat niet alleen de persbedrijfstak, maar ook de omroep belang had bij dit onderzoek, hebben wij besloten maximaal de helft van de begrote externe onderzoekskosten, zijnde een krediet van maximaal € 10.437,- te verschaffen ter medefinanciering van het onderzoek. Over de terugbetaling van het krediet zouden na afloop van het onderzoeksproject nadere afspraken worden gemaakt. Daarbij zou rekening worden gehouden met de vraag of en in welke mate Perslink rendabel te exploiteren zou zijn.

Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag werd gebaseerd op de volgende overwegingen. Achtergrond van het onderzoek was om meer deskundigen uit culturele minderheidsgroepen en deskundige vrouwen in het aandachtsveld van journalisten en programmamakers te brengen. Hierdoor zou de zichtbaarheid en betrokkenheid van allochtonen en vrouwen in de media toenemen. Dit zou niet alleen het media-aanbod pluriformer maken, het zou in potentie ook meer mediaconsumenten aanspreken. Naar onze mening zou het onderzoek waarvoor de steun wordt gevraagd daarmee de bedrijfstak als geheel ten goede komen en paste dit ook binnen de doelstellingen van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

In januari 2001 legde Stoa het Bedrijfsfonds opnieuw een aanvraag voor gericht op steunverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers, ditmaal aan een door Stoa uit te voeren haalbaarheidsonderzoek ten behoeve van de Dag van de Media. Door deze Dag te organiseren hoopte de aanvrager autochtone en allochtone jongeren media-ervaring te laten opdoen en redacties direct met deze jongeren in contact te brengen. Verder werd met deze Dag beoogd ook concrete invulling te geven aan een integraal plan dat Stoa in voorbereiding had op het gebied van interculturele media-educatie. Langs deze weg zouden allochtone en autochtone leerlingen in het voortgezet onderwijs ertoe gebracht worden zelf actief te worden. Hun keuzes en onderwerpen zouden daarmee voor het voetlicht komen, waarvan ook redacties kunnen leren. Maar ook zouden jongeren door actief samen te werken met professionals *on the job* kunnen leren hoe media functioneren en hoe onderwerpen worden geselecteerd.

Er werd om een subsidie gevraagd om de haalbaarheid van de Dag van de Media te laten verkennen door Stoa. Dit onderzoek, de eerste fase van dit project, zou meer duidelijkheid moeten geven over de opzet

van de Dag. Daarnaast zou het inzicht moeten geven in de medewerking en feitelijke steun van de drie hierbij betrokken partijen (media, onderwijs en jongeren). Voorts zou het onderzoek een projectplan moeten opleveren met een begroting en dekking voor de uitvoering van de Dag, alsmede een communicatieplan (inclusief organisatiemodel en PR-activiteiten), een selectieplan om de deelnemende jongeren te selecteren, een lesplan en samenwerkingsovereenkomsten met media en onderwijsorganisaties. In fase 2 (tot oktober 2001) was de verdere voorbereiding en de uitvoering gepland en in fase 3 (november-december 2001) de afronding en evaluatie.

De totale kosten van de eerste fase werden geraamd op € 44.473,-; het Bedrijfsfonds werd een subsidie van € 34.034,- gevraagd. Met het oog op het feit dat niet alleen de persbedrijfstaking, maar ook de omroep belang had bij dit onderzoek, heeft het Bedrijfsfonds besloten maximaal de helft van de begrote externe onderzoekskosten, zijnde een subsidie van maximaal € 10.210,- te verschaffen ter medefinanciering van het onderzoek.

Het besluit tot het inwilligen van uw aanvraag werd gebaseerd op de volgende overwegingen. In de eerste plaats kon deze Dag meer gegevens aan het licht brengen over wat allochtone jongeren bewoog op het gebied van de informatievoorziening. Bovendien kon deze Dag ertoe bijdragen dat allochtone jongeren meer informatie opdoen over (het functioneren van) media, waardoor ze wellicht wat meer belangstelling zouden krijgen om door te stromen naar opleidingen op het gebied van journalistiek en communicatie.

In die zin kon deze Dag aansluiten bij wat eerder onderzoek mede in opdracht van het Bedrijfsfonds op het gebied van media en allochtonen op gang beoogde te brengen, namelijk dat meer informatie beschikbaar zou komen over mogelijke knelpunten in de

informatievoorziening van en voor etnische minderheden in ons land en dat daardoor ook meer zicht zou komen op mogelijke wegen om die knelpunten althans enigermate te verlichten.

Naar de mening van het Bedrijfsfonds zou het onderzoek waarvoor de steun wordt gevraagd daarmee de bedrijfstak als geheel ten goede komen en paste dit ook binnen de doelstellingen van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

3.3. BEZWAAR EN BEROEP

Sedert het moment dat de Mediawet op 1 januari 1988 in werking trad, functioneert ons fonds als een zelfstandig bestuursorgaan. De hieruit voortvloeiende zelfstandige beslissingsbevoegdheid brengt met zich mee dat voor aanvragers de mogelijkheid open moet staan om tegen beslissingen van het Bedrijfsfonds in het geweer te komen. Die mogelijkheid bestaat op grond van de Algemene wet bestuursrecht (AWB), die overigens van toepassing is op vrijwel alle overheidsbeslissingen en dus ook op beschikkingen van het Bedrijfsfonds. De AWB bepaalt de rechtsgang die aanvragers kunnen volgen indien zij een beschikking van het fonds willen aanvechten. In 2001 hebben zich twee beroepszaken voorgedaan.

Casas Media · Zoals in paragraaf 3.1 is beschreven, wezen wij een aanvraag van Casas Media af omdat geen uitzicht werd geboden op een rendabele exploitatie. Voor zowel de Landelijke Alloctonenkrant als de Weekkrant Suriname gold dat de opbrengsten in 2000 en het eerste kwartaal van 2001 aanzienlijk lager waren dan in de jaren daarvoor. Van de door de uitgever voorgestelde maatregelen achtten wij het niet waarschijnlijk dat deze voldoende opbrengsten zouden kunnen genereren om deze lagere opbrengsten te compenseren. Casas Media tekende bezwaar aan tegen deze beslissing en werd in de gelegenheid gesteld dat bezwaar in een hoorzitting toe te lichten.

Volgens Casas Media was het mogelijk door een forse bezuiniging en een hogere advertentieopbrengst een rendabele exploitatie te halen. De bezuiniging bleek vrijwel geheel gerealiseerd te worden door een reductie in de redactionele kosten. Wij meenden dat een dergelijke ingreep ten koste zou gaan van de redactionele inhoud, waardoor het zeer moeilijk zou zijn lezers en adverteerders te behouden c.q. nieuwe aan te trekken. Ook de door Casas Media geraamde mate van stijging van de advertentieopbrengsten achtten wij, gelet op de behaalde omzet in de afgelopen jaren, niet waarschijnlijk. Wij hebben derhalve gemeend het eerdere besluit te moeten handhaven.

Caribbean en Latin Magazine Pleasure · In februari 2000 legde Pleasure Promotions ons een aanvraag voor, gericht op steunverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers aan het door hen uitgegeven magazine Pleasure. Pleasure werd in 1984 opgericht als gratis uitgaanskrant voor met name Surinamers, Antillianen en Arubanen en verscheen ten tijde van de aanvraag in een oplage van 40.000 exemplaren. Professionalisering van de krant was volgens de uitgever noodzakelijk om de groeiende doelgroep te kunnen blijven bedienen en om zich te kunnen (blijven) onderscheiden van bestaande en tot de markt toetredende partijen. Onderdeel van de professionalisering was het tegen betaling gaan verstrekken van Pleasure en een meer gevarieerde en verdiepende inhoud van het blad. Aan ons werd om deze maatregelen te realiseren een bedrag over drie jaar van in totaal € 279.461,- gevraagd.

Wij besloten deze aanvraag af te wijzen. Aan dit besluit lagen de volgende overwegingen ten grondslag. Artikel 129, 2^e lid onderdeel f, van de Mediawet stelt dat financiële steun uit het Bedrijfsfonds kan worden verleend ten behoeve van persorganen die tegen betaling verkrijgbaar worden gesteld; onderdeel b stelt dat slechts steun

verleend kan worden aan persorganen die in belangrijke mate nieuws, analyse, commentaar en achtergrondinformatie bevatten over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van de politieke meningsvorming. In zijn aanvraag gaf het blad Pleasure te kennen dat indien subsidie zou worden verkregen, tot een betaalde uitgave zou worden overgegaan en dat het aandeel nieuws en nieuwsvoorziening uitgebreid zou worden. Pleasure was echter op dat moment gratis verkrijgbaar en bevatte in overwegende mate amusementsinformatie en voldeed diensgevolge niet aan de voorwaarden van genoemde wettelijke bepaling. Indien ervan was uitgegaan dat Pleasure een beginnend maandblad vormde, zou financiële steunverlening uit het Bedrijfsfonds aan het blad ook niet mogelijk zijn, omdat in artikel 130, 3e lid, van de Mediawet is bepaald dat financiële steun voor de start van de exploitatie van een persorgaan uitsluitend kan worden verleend aan persorganen die ten minste zes keer per week verschijnen.

Pleasure Promotion tekende bezwaar aan tegen deze beslissing van het Bedrijfsfonds en werd in de gelegenheid gesteld dat bezwaar in een hoorzitting toe te lichten. De uitgever heeft geen feiten of argumenten kunnen aandragen die ons tot de conclusie konden brengen dat het blad wel onder de werkingssfeer van het fonds viel. Na heroverweging hebben wij derhalve gemeend ons eerdere besluit te moeten handhaven.

HOOFDSTUK 4

ONDERZOEKSBELEID

In het verslagjaar werden de resultaten van een aantal door het Bedrijfsfonds gefinancierde onderzoeken bekend. Deze resultaten worden in paragraaf 4.1 behandeld.

In 2000 verscheen het rapport *Checklist voor de workflow van kleine krantachtige uitgaven*. Naar aanleiding van dit rapport heeft het Bedrijfsfonds in 2001 een workshop georganiseerd over kostenbesparingen voor kleine bladen. Tijdens deze bijeenkomst zijn de resultaten van het onderzoek gepresenteerd en bediscussieerd (paragraaf 4.2).

In de laatste paragraaf zal vervolgens nader worden ingegaan op het onderzoeksbeleid voor het jaar 2002.

4.1. ONDERZOEKSRESULTATEN 2001

Allereerst betreft het de resultaten van een onderzoek dat door de Katholieke Universiteit Nijmegen is uitgevoerd naar *De verschillen in nieuwsaanbod en nieuwsconsumptie bij een gedrukte en een on-line versie van de Gelderlander en De Telegraaf*. Vervolgens komt een onderzoek naar de *Journalistiek in Nederland: een analyse van de mensen, de belangrijkste thema's en de (inter)nationale context* door The Amsterdam School of Communications Research (ASCoR) aan de orde.

Vershillen gedrukte en online-versie kranten · Uit dit onderzoek blijkt dat op internetsites van dagbladen minder artikelen worden gelezen dan in de gedrukte versies als er aan de online-versie geen toegevoegde waarde wordt verleend. Online-kranten dienen meer complementair te zijn, in plaats van een substituut. Dit resultaat dient onder meer geïnterpreteerd te worden in het licht van twee andere opmerkelijke onderzoeksresultaten. In het eerste, Nederlandse

onderzoek stellen Jankowski & Van Selm (2000)¹ vast dat Nederlandse online-kranten allerm minst optimaal gebruik maken van de potentiële meerwaarden die ze bieden. In het tweede, Amerikaanse onderzoek over het informatieverwerkingsproces via het internet ontkrachten Eveland & Dunwoody (2000)² de veronderstelling dat het informatievergaringsproces efficiënter en effectiever zou verlopen via het internet en dus zou leiden tot verhoogde kennisvermeerdering en tot leren. De uitgebleven informatiewinst via online-blootstelling zou mede kunnen worden verklaard door de cognitieve inspanningen die nodig zijn voor het zich oriënteren en het zich een weg kunnen banen in de structuur van een online-krant.

Journalistiek in Nederland · In het onderzoek naar de journalisten in Nederland stonden drie thema's centraal: infotainment, internet en de multiculturele samenleving. Met betrekking tot infotainment is de conclusie dat redacteuren voor deze niet-traditionele vorm van journalistiek niet 'minder' of 'anders' zijn en dat zij werk verrichten volgens de gangbare normen en waarden. Niet de journalisten, maar de commercieel georiënteerde organisaties oefenen invloed uit op de kwaliteit van het uiteindelijke product.

Hoewel Nederlandse media pas enkele jaren actief zijn op het internet, is er al wel degelijk sprake van een specifieke beroepsgroep van ca. 150 internetjournalisten, die echter vooralsnog de formele erkenning en status ontberen die de collega's bij de traditionele media genieten. De helft van de online-journalisten werkt voor de website van een

¹ Jankowski N.W. & Van Selm (2000). Traditional news media online: An examination of added values, *Communications. The European Journal of Communications Research*, 25 (1): 85-101.

² Eveland, W.P. Jr. & Dunwoody, S. (2000). Examining information processing on the World Wide Web using think aloud protocols, *Media Psychology* 2 (3): 219-44.

dagblad, 20% werkt online bij de omroep, 6% verzorgt de site van een tijdschrift en ruim een kwart werkt voor uitsluitend via het internet verschijnende nieuwsmedia. Zaken als het beïnvloeden van het publiek en het zo kritisch mogelijk volgen van politiek en bedrijfsleven staan niet zo hoog op de agenda als bij de traditionele journalist. Als hoogste goed wordt het snel brengen van nieuws en het bereiken van een zo breed mogelijk publiek gezien.

Bij het derde thema, de multiculturele samenleving, blijkt dat slechts 2% van de onderzochte journalisten een niet-Nederlandse achtergrond opgaf. Ruim de helft daarvan werkt bij de omroep. Verder is gebleken dat het op redacties relatief vaak voorkomt dat allochtone redacteuren berichten over allochtone onderwerpen. Het feit dat er zo weinig allochtone journalisten op redacties rondlopen zou volgens een Amerikaans onderzoek te maken hebben met het gegeven dat zij geen deel uitmaken van het (autochtone) netwerk. De meeste vacatures worden gevuld met mensen van binnen het bedrijf of binnen de kennissenkring van bestaand personeel, zo suggereren de Amerikaanse onderzoekers. Hetzelfde zou het geval in Nederland kunnen zijn, gelet op de vrijwel uitsluitend autochtone samenstelling van het Nederlandse mediabedrijf.

4.2. MOGELIJKE KOSTENBESPARINGEN KLEINE BLADEN

Het Bedrijfsfonds boog zich in 2000 over de vraag of het voor bladen met een marginale positie wellicht mogelijk is kostenbesparingen in de productiewijze door te voeren, zonder de kwaliteit al te zeer geweld aan te doen. Het Grafisch Economisch Adviescentrum werd gevraagd dit onderzoek ter hand te nemen. Dit leidde medio 2000 tot het GEA-rapport *Checklist voor de workflow voor kleine krantachtige uitgaven*. Hieronder volgen de conclusies uit dit rapport.

Algemene conclusies • Er kunnen alternatieve manieren worden genoemd om tot kostenbesparingen te komen in het productieproces van kleine (krantachtige) uitgaven. Deze mogelijkheden worden echter niet direct veroorzaakt door nieuwe technologie, maar door detailkennis van reeds bestaande mogelijkheden. Nieuwe technologie als *Computer-to-Plate/Computer-to-Press*, het internet en PDF, als nieuwe standaard voor de *workflow* staan in Nederland nog in de kinderschoenen. Deze technologie zal in eerste instantie door grote uitgevers en grafmediabedrijven geadopteerd en ingevoerd moeten worden, voordat het kostenvoordelen op zal leveren voor kleine(re) uitgeverijen. In die zin zijn de uitgevers van kleine (krantachtige) uitgaven 'volgers' en geen *early adopters*.

Daarnaast is gebleken dat echte detailkennis van verschillende kostenintensieve processtappen in de productie van een uitgave niet voldoende aanwezig is bij de uitgeverijen van kleine (krantachtige) uitgaven. Deze diepgaande detailkennis is nodig om tot verdergaande kostenbesparingen te kunnen komen.

Belang van uitgeefformule • De visie op de toekomst, het uitgeefbeleid, het inzicht in de markt, de mogelijkheden van de interne organisatie en de daarvan afgeleide keuzen voor het uiterlijk van de uitgave en de productie van de titel zijn belangrijke grenzen voor de uitgever van kleine (krantachtige) uitgaven. Kostenbesparende alternatieven die inbreken op deze uitgangspunten stuiten op weerstand. Een voorbeeld hiervan is: een andere productiedag (daluren) kan leiden tot kostenbesparing, maar betekent ook een andere bezorgdag voor de titel bij de abonnee en de losse verkoop.

Marketing, communicatie en promotie • Een kwalitatief goede titel maken is één. Marketing, communicatie en promotie van de titel bij abonnees, adverteerders, maar ook bij andere relevante intermediairs

is daarbij van wezenlijk belang. Als de potentiële lezer of adverteerder niet op regelmatige basis, via andere media, kan zien of horen dat er een voor hem of haar interessante uitgave op de markt is, dan is het moeilijk om nieuwe abonnees te krijgen of adverteerders te werven. Veel van de ondersteuning op dit gebied wordt lowbudget of op basis van een 'vriendendienst' uitgevoerd. In een samenleving waarin het informatieaanbod toeneemt is marketing en promotie een steeds belangrijker onderdeel van de verkoopstrategie. De uitgevers van kleine (krantachtige) uitgaven hebben hiervoor een klein, of helemaal geen budget. Internet is een medium waarmee redelijk laagdrempelig een grote doelgroep bereikt kan worden. Maar ook een interessante site bouwen en onderhouden die voldoende *traffic* genereert vergt een flink budget.

Inkoop · De grootste kostenposten van de kleine (krantachtige) uitgaven moeten worden ingekocht: drukken, binden, distributie en papier vormen ca. 30% van de kosten. *Freelancers* (die ook worden 'ingekocht') vormen ongeveer 15% van de kosten en de eigen redactie zo'n 30 a 35%. Dat betekent dat 20% van de kosten te maken heeft met de organisatie van de uitgeverij van de kleine titel. Hierboven is al aangegeven dat detaillennis van de verschillende processtappen, in relatie tot de randvoorwaarden die de uitgeefformule met zich meebrengt, nodig is om verdergaande kostenbesparingen te realiseren op dit bedrag dat wordt ingekocht.

Daarnaast speelt volume een belangrijke rol bij inkoop. Naarmate een klant meer volume, in aantallen titels of geld, inbrengt is het makkelijker om kosten te besparen op inkoop. Zowel de detaillennis van de verschillende processtappen als het volume ontbreken bij de uitgever van kleine (krantachtige) uitgaven.

Kennis • Detailkennis over de verschillende processtappen van het productieproces van de kleine (krantachtige) uitgave ontbreekt bij de uitgever/directeur van deze uitgeverijen. Deze kennis ontbreekt of de eindverantwoordelijke voor de kleine uitgave heeft, gezien alle andere verantwoordelijkheden en taken, onvoldoende tijd om alle details uit te zoeken en daarmee een inkoop- of onderhandelingsproces in te gaan.

Distributie • Een belangrijk zorgpunt voor de toekomst van kleine (krantachtige) uitgaven is distributie. Nederland is een abonnementenland en het wordt steeds complexer en daarmee duurder om Nederlanders in alle uithoeken van het land hun wekelijkse of maandelijkse lijfblad toe te sturen. Uit gesprekken met experts op dit gebied is ook gebleken dat één punt met betrekking tot distributie als een paal boven water staat: het wordt alleen maar duurder.

Genereren van inkomsten • Hoewel dit geen expliciet onderdeel was van het onderzoek, is toch duidelijk geworden dat het genereren van inkomsten, vooral uit advertenties, maar ook uit bijvoorbeeld merchandising het grootste probleem is van de kleine (krantachtige) uitgave.

4.3. ONDERZOEKSBELEID 2002

Voor het jaar 2002 staan een aantal onderzoeksactiviteiten gepland. Deze worden in het navolgende nader toegelicht.

Nieuwe elektronische ontwikkelingen en de pers • In 1991 bracht een delegatie van het bestuur het beleidsessay *Tussen krantebedrijf en mediaconcern* uit, dat was voortgevloeid uit een oriëntatiereis in de Verenigde Staten en Japan die door die delegatie was gemaakt om

nieuwe ontwikkelingen in de persbedrijfstak te signaleren. In het kader van een actualisering van dat essay organiseerde het bestuur in maart 1995 een symposium over de toekomst van de krant in Nederland. Ter gelegenheid van dat symposium werd een publicatie vervaardigd over pers, journalistiek en democratie (*Het bedreigde debat?!).* Het beleidsessay *Vernieuwend persbeleid* van september 1997 was een verdere stap op deze weg. Mede gelet op de stormachtige ontwikkelingen op het gebied van nieuwe media en nieuwe technologie, staat voor 2002 opnieuw een actualisering op de agenda. Doelstelling van de studie is een overzicht van relevante ontwikkelingen en knelpunten en daarvoor mogelijke oplossingen c.q. scenario's aan te reiken aan de perswereld. In het onderzoek staat de volgende probleemstelling centraal:

Welke trends doen zich voor in de markt van de maatschappelijke informatievoorziening (onder invloed van de explosieve informatisering van de samenleving alsmede technologische ontwikkelingen op het terrein van communicatie en informatie), welke veranderende technieken en behoeften zijn daarin te onderkennen en hoe zouden aanbieders van informatie - met name uitgevers en journalisten - daarop moeten/kunnen reageren?

Deze probleemstelling kan worden onderverdeeld in de volgende vragen:

1. Hoe ontwikkelt de maatschappelijke informatievoorziening via de media en in het bijzonder via de pers zich op middellange termijn, mede tegen de achtergrond van andere relevante maatschappelijke trends?
2. Welke technologische ontwikkelingen, relevant voor de markt van de maatschappelijke informatievoorziening via de media en in het bijzonder via de pers, doen zich thans c.q. in de

nabije toekomst voor?

3. Welke strategische implicaties hebben (1) en (2) voor de exploitatie van persorganen - onderscheiden naar kranten en tijdschriften - ? Welke scenario's zijn denkbaar voor uitgevers en journalisten in hun pogingen op (1) en (2) in te spelen?
4. Welke strategische implicaties hebben (1) en (2) voor vormgeving, productie en distributie van persorganen?
5. Welke strategische implicaties hebben (1) en (2) voor media-crossownership/multi-media-publishing?
6. Welke implicaties hebben (1) en (2) voor het handhaven en bevorderen van pluriformiteit in de maatschappelijke informatievoorziening via de media en in het bijzonder via de pers?
7. Welk beleid lijkt, gegeven het voorgaande, voor de overheid op middellange termijn het meest aangewezen?

Door middel van een literatuurstudie en gesprekken met experts in binnen- en buitenland zal getracht worden een antwoord op deze vragen te vinden.

Media en allochtonen · Voortbordurend op de activiteiten die het Bedrijfsfonds eerder op dit gebied heeft ondernomen en aansluitend bij de beoogde uitbreiding van de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds richting allochtonenbladen, wil het Bedrijfsfonds in 2002 nader onderzoek op dit gebied doen. In samenspraak met universitaire en andere instellingen, waaronder onderzoekers van de Nijmeegse Universiteit, de Stichting Mixed Media en de NVJ-werkgroep Media en Migranten, zullen de volgende onderwerpen nader worden onderzocht:

- functie van lokale/gratis bladen voor etnische/culturele minderheden; en

- actualisering van eerder onderzoek inventarisatie allochtonenbladen.

Toekomst lokale en regionale media · Het Bedrijfsfonds is voornemens op het gebied van pluriforme nieuwsvoorziening op lokaal of regionaal niveau onderzoek op gang te brengen. Dat geschiedt al enigermate via de in het tweede hoofdstuk besproken weg van de PersMediaMonitor. Uit die gegevens bleek dat sanering, concentratie en monopolievorming de laatste twintig jaar de regionale printmedia hebben beheerst. Concentratie, monopolievorming en vershraling van het aanbod zeggen echter niets over de pluriformiteit en de kwaliteit van de berichtgeving. Het zegt uitsluitend iets over het aanbod en de keuzemogelijkheden bij regionale printmedia. Andere audiovisuele media zijn niet onderzocht terwijl ook de berichtgeving zelf geen onderwerp van studie is geweest. De bedoeling is dat in 2002 op dat terrein nader onderzoek wordt verricht. We zijn voorts met de nieuwsbladers in overleg over mogelijkheden van nader onderzoek op het gebied van knelpunten in deze sector.

HOOFDSTUK 5

FINANCIËLE MIDDELEN

5.1. INLEIDING

Voordat in dit hoofdstuk de jaarrekening van ons fonds over 2001 wordt gepresenteerd, geven wij eerst een overzicht van de bronnen van de financiële middelen van ons fonds en de wijze waarop wij over deze middelen beschikken.

Herkomst financiële middelen · De financiële middelen van het Bedrijfsfonds voor de Pers zijn oorspronkelijk afkomstig uit de opbrengsten van de etherreclame. De eerste middelen verkregen wij in de vorm van dotaties in het kader van de etherreclame compensatie-uitkeringen die de pers ter beschikking werden gesteld in de periode 1967 tot en met 1973. Daarnaast ontvingen wij middelen uit de opbrengsten van een tijdelijke opslag van 5% op de tarieven van de etherreclame gedurende de jaren 1973 tot en met 1976.

In verband met de Compensatieregeling voor Dagbladen werden in de jaren 1983, 1985 en 1987 dotaties gedaan. In 1988 ontvingen wij eveneens een dotatie ten behoeve van de uitvoering van de in de vorige zin genoemde regeling, maar nu op grond van de op 1 januari van dat jaar in werking getreden Mediawet. Deze voor de Compensatieregeling ter beschikking gestelde middelen waren evenals voorheen afkomstig uit de opbrengsten van de etherreclame.

Naast deze dotaties uit het verleden hebben wij ook inkomsten uit rentebaten. Deze rentebaten worden voornamelijk ontvangen uit beleggingen en voor een klein deel uit kredieten, die wij in het kader van onze taken op het gebied van de individuele steunverlening verstrekken.

Financiële voeding sedert wijziging Mediawet in 1991 · Sedert een wetswijziging in 1991 bepaalt de Mediawet dat de voor cultuur verantwoordelijke bewindspersoon - dit is thans de staatssecretaris van OCenw - jaarlijks zal vaststellen welk percentage van de

inkomsten uit reclameboodschappen van zowel de Stichting Etherreclame als van de commerciële omroepinstellingen die op grond van de wet toestemming hebben verkregen, jaarlijks wordt uitgekeerd ten behoeve van ons fonds. Dit percentage zal niet hoger dan 4% zijn. Op grond van de overweging dat ons fonds vooralsnog over voldoende financiële middelen beschikte om zijn taak naar behoren uit te voeren, is in de periode 1989 tot en met 2001 het hiervoor genoemde percentage door de verantwoordelijke bewindspersoon steeds op nul gesteld en zijn dus geen additionele financiële middelen ter beschikking gekomen. Ook voor 2002 verwachten wij hetzelfde.

Financieel beheer · Als zelfstandig bestuursorgaan voert het Bedrijfsfonds zelfstandig het beheer over de financiële middelen. Over de wijze waarop wij ons gedurende het verslagjaar van deze taak hebben gekweten, geven wij nadere gegevens in de hiernavolgende balans, de staat van baten en lasten en de toelichting op beide. Ter vergelijking zijn de cijfers over 2000 bijgevoegd.

Op grond van artikel 126 van de Mediawet behoeven onze jaarlijkse begroting en onze jaarrekening goedkeuring van de staatssecretaris van OCenW. Onze jaarrekening over 2000 verkreeg in de loop van het verslagjaar deze goedkeuring. Datzelfde gold voor de begroting van ons fonds voor 2002.

Gezien onze wettelijke taak op het gebied van financiële steunverlening aan individuele persorganen en gelet op de omvang op de inherente risico's die bij het verstrekken van financiële steun in de vorm van een krediet voor ons fonds uit die wettelijke taak voortvloeien, achten wij het opnemen op de balans van het Bedrijfsfonds van een Voorziening risico's kredietverlening noodzakelijk. Jaarlijks bij de voorbereiding van onze jaarrekening bekijken wij per afzonderlijk verstrekt krediet of er aanleiding is de

voorziening aan te passen.

Nationale Investeringsbank (NIB) · De NIB fungeert reeds lang als intermediair bij de financiële steunverlening uit het fonds bij kredietverstrekking aan afzonderlijke persorganen. De bank stelt in overleg met ons kredietoffertes op, waarin de vorm en de voorwaarden van de financiële steunverlening zijn vastgelegd. De hieruit voortvloeiende kredietovereenkomst wordt dan ook tussen het desbetreffende persorgaan en de NIB namens ons afgesloten. De bank beheert voor ons de verstrekte kredieten, administreert de ontvangsten van aflossingen en rentebedragen, controleert als eerste of kredietvoorwaarden worden nageleefd en signaleert een eventueel in gebreke blijven van kredietnemers in dit opzicht. Met betrekking tot deze zaken voeren wij indien nodig overleg met de NIB.

Tevens stelt de bank in bepaalde gevallen en op ons verzoek een financieel-economisch onderzoek in bij persorganen die bij ons een aanvraag om financiële steun hebben ingediend. Voor een dergelijk onderzoek kunnen wij ons echter ook tot andere deskundigen wenden.

Euro-gelden · Het ministerie van Oenw heeft aan het Bedrijfsfonds voor de Pers gelden ter hoogte van € 2.723,- beschikbaar gesteld om de overgang naar de euro te bewerkstelligen. Deze overgang heeft in 2001 geen noemenswaardige kosten voor het Bedrijfsfonds opgeleverd. De enige aanwijsbare meerkosten zaten in de aanpassing van de website. De resterende middelen zijn toegevoegd aan het vermogen van het Bedrijfsfonds voor het uitvoeren van de reguliere taken.

5.2. JAARREKENING

Balans per 31 december 2001

31 12 2001		31 12 2000		
EUR	EUR	EUR	EUR	Activa
P.M.		P.M.		
	P.M.		P.M.	Vaste activa
				Inrichting en inventaris (1)
				Som der vaste activa
				Vlottende activa
1.821.052		1.643.397		Steunverleningskredieten (2)
545.551		579.941		Te vorderen interest (3)
21.829		20.698		Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen (4)
16.857.245		17.382.077		Liquide middelen (5)
	<u>19.245.677</u>		<u>19.626.113</u>	Som der vlottende activa
	<u>19.245.677</u>		<u>19.626.113</u>	
				Passiva
				Vermogen
10.131.231		10.839.801		Vermogen begin boekjaar
-789.111		-708.570		Saldo boekjaar
	9.342.120		10.131.231	
				Voorzieningen
1.438.379		1.438.379		Voorziening kredietverlening (6)
6.806.703		6.806.703		Voorziening uitvoering
				Compensatieregeling voor
				Dagbladen (7)
	8.245.082		8.245.082	
	153.831		85.764	Verplichtingen uit hoofde van steunverleningskredieten
	<u>1.504.644</u>		<u>1.164.036</u>	Kortlopende schulden (8)
	<u>19.245.677</u>		<u>19.626.113</u>	

Staat van baten en lasten over 2001

2001		2000	
EUR	EUR	EUR	EUR
Baten			
Interestbaten minus -lasten			
	706.119	708.878	Liquide middelen
	<u>1.155</u>	<u>169</u>	Overige baten
	707.274	709.047	
Lasten			
Individuele steunverlening			
Subsidies :			
443.343		478.738	- Financiële steun t.b.v. persorganen
529.747		441.126	- Financiële steun t.b.v. onderzoek in opdracht van derden
<u>973.090</u>		<u>919.864</u>	(9)
31.365		1.667	Vorbereidings- en uitvoeringskosten
<u>-</u>		<u>91.391</u>	Voorziening kredietverlening (10)
	1.004.455	1.012.922	
	86.206	38.692	Onderzoekskosten
			Apparaatskosten
70.608		66.490	Bestuurskosten
178.820		171.937	Personeelskosten
123.221		90.489	Bureaunkosten
<u>33.075</u>		<u>37.087</u>	Algemene kosten
	<u>405.724</u>	<u>366.003</u>	
<u>-789.111</u>		<u>-708.570</u>	Saldo

Algemeen · Het Bedrijfsfonds voor de Pers is ingesteld op grond van artikel 123 van de Mediawet welke is ingegaan op 1 januari 1988. De wet is sindsdien enige malen aan wijziging onderhevig geweest. De bepalingen in de Mediawet zijn nader uitgewerkt in het Mediabesluit. Het fonds heeft rechtspersoonlijkheid.

Doelstelling van het Bedrijfsfonds voor de Pers is het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers voorzover die van belang is voor de informatie en opinievorming. Taken van het Bedrijfsfonds zijn onder andere het verlenen van financiële steun ten behoeve van persorganen en het verrichten dan wel doen verrichten van onderzoek met betrekking tot het functioneren van de pers. De verantwoordelijkheid voor het cultuur- en mediabeleid berust bij de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCenW).

De financiële steunverlening kan volgens de Mediawet en het Mediabesluit als volgt plaatsvinden:

- als steun aan afzonderlijke persorganen in de vorm van kredieten en kredietfaciliteiten ten behoeve van een project gericht op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode;
- als steun aan afzonderlijke persorganen in de vorm van een uitkering ten behoeve van een eenmalige reorganisatie van een persorgaan indien het project niet op doeltreffende wijze kan worden uitgevoerd met behulp van een krediet of kredietfaciliteit;
- als steun in de vorm van een uitkering ten behoeve van dagbladen, waarvan de exploitatie in het jaar waarover steun wordt verleend verlieslijdend is geweest als gevolg van hun oplage en verspreidingspositie, de zogenaamde

Compensatieregeling voor Dagbladen;

- als steun in de vorm van een uitkering voor gezamenlijke projecten van persorganen, gericht op structurele verbetering van de exploitatiepositie van die persorganen binnen een redelijke termijn;
- als steun in de vorm van een uitkering ten behoeve van organisatieonderzoek gericht op de structurele verbetering van de exploitatie van een persorgaan;
- als steun in de vorm van een uitkering voor onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel mits het onderzoek past in de doelstellingen van het fonds.

Sedert het in werking treden van de Mediawet op 1 januari 1988 werd jaarlijks door de verantwoordelijke bewindspersoon bepaald of bedragen aan het Bedrijfsfonds voor de Pers ter beschikking werden gesteld ten behoeve van de financiële steunverlening door het fonds. Eind 1991 is de Mediawet op een aantal punten gewijzigd in het kader van de Wet Landelijke Commerciële Omroep. Een aanpassing van de wijze van financiële voeding van het Bedrijfsfonds maakte deel uit van deze wetswijziging.

Bepaald is dat de verantwoordelijke bewindspersoon jaarlijks zal vaststellen welk percentage van de inkomsten van de Stichting Etherreclame en van de inkomsten van commerciële omroepinstellingen, die op grond van de wet toestemming hebben gekregen als bedoeld in artikel 71b van de Mediawet, wordt uitgekeerd ten behoeve van het fonds. De wet bepaalt verder dat dit percentage niet hoger zal zijn dan 4%.

Vanaf het jaar 1989 tot en met het jaar 2001 zijn voor het Bedrijfsfonds geen financiële middelen beschikbaar gekomen uit hoofde van de

daartoe in de Mediawet getroffen regelingen, omdat naar het oordeel van de verantwoordelijke bewindspersoon, de financiële middelen, waarover het fonds reeds beschikte, voldoende waren te achten voor de uitoefening van de functie van het Bedrijfsfonds in deze jaren. Het bestuur van het fonds verwacht dat ook voor 2002 het voedingspercentage door de staatssecretaris van OCenw op nul zal worden gesteld.

In het kader van de ontwikkeling van het mediabeleid wordt bij het ministerie van OCenw in de huidige fase gewerkt aan een herijking van het persbeleid. In het licht van die herijking heeft het fonds in september 1997 een essay het licht doen zien over de kansen en bedreigingen die voor de pluriformiteit van de pers uitgaan van de ontwikkelingen die zich op zowel maatschappelijk als technologisch gebied hebben voorgedaan sedert de totstandkoming van het fonds in 1974. Met het essay beoogt het fonds tevens het overheidsbeleid ten aanzien van de media, met speciaal oog voor het persbeleid, een nieuwe plaats te geven in de ontwikkelingen zoals deze zich naar verwachting in de toekomst, gezien op middellange termijn, voor zouden kunnen doen. Dit beleidsessay is in het najaar van 1998 met de staatssecretaris van het ministerie van OCenw, de heer dr. F. van der Ploeg, besproken. In 1999 heeft dit tot nadere voorstellen omtrent de ondersteuning van bladen voor culturele minderheden geleid en in 2000 zijn nadere voorstellen rond het stimuleren van journalistieke informatieproducten via het internet ontwikkeld. Deze voorstellen zijn door de staatssecretaris overgenomen in zijn beleidsvoornemens met betrekking tot de pers. Deze zogenaamde persbrief is eind 2001 aan de Ministerraad aangeboden en aldaar vastgesteld. De persbrief is vervolgens ter behandeling naar de Tweede Kamer gezonden. Onderdeel van deze persbrief is tevens het voornemen om de Compensatieregeling voor Dagbladen in te trekken.

Grondslagen van waardering en resultaatbepaling · De activa en passiva zijn opgenomen voor de nominale waarde tenzij anders is vermeld. Ten laste van de Staat van Baten en Lasten zijn in het verleden voorzieningen gevormd voor nog te verrichten uitkeringen met betrekking tot de uitvoering van de Compensatieregeling voor Dagbladen.

Uitkeringen aan persorganen uit hoofde van de steunverlening, die niet het karakter hebben van een kredietverlening, worden als last verantwoord in het verslagjaar waarin door het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers een besluit tot uitkering is genomen.

Op grond van de Mediawet kan individuele financiële steunverlening in de vorm van kredieten en kredietfaciliteiten aan persorganen onder andere plaatsvinden, indien de noodzakelijke steun niet of niet afdoende op andere wijze kan worden verkregen. Gezien de omvang van de kredietverlening en gelet op de inherente risico's die voor het Bedrijfsfonds voor de Pers uit de wettelijke taak voortvloeien wordt een voorziening noodzakelijk geacht. Bij de bepaling van de hoogte van de voorziening wordt uitgegaan van de specifieke risico's in elk van de uitstaande kredieten. De mutaties in deze voorziening worden in de Staat van Baten en Lasten verantwoord onder het hoofd 'Voorziening kredietverlening'.

Bij de kredietverlening aan persorganen is in het algemeen overeengekomen dat er rente over het verstrekte krediet moet worden voldaan. In sommige gevallen wordt gelijktijdig bepaald dat indien aan de voorwaarden van het krediet wordt voldaan, de rente geheel of gedeeltelijk kan worden kwijtgescholden. Om deze reden worden rentebaten uit dezen hoofde eerst na ontvangst in de jaarrekening verwerkt. De overige lasten en baten worden verantwoord in het verslagjaar waarop ze betrekking hebben.

Balans (in euro's)

Inrichting en inventaris (1)

Aanschaffingen worden in het jaar van aanschaf volledig afgeschreven. In 2001 is in verband hiermee EUR 9.768 als kosten verantwoord onder de bureaunkosten.

Steunverleningskredieten (2)

2001	2000	
1.643.397	1.694.674	Stand 1 januari
316.738	-	- Bij: verstrekte nieuwe kredieten
-113.445	-	- Af: omzetting steunverleningskrediet in financiële steun t.b.v. persorganen
-25.638	-51.277	Af: ontvangen aflossing
1.821.052	1.643.397	Stand 31 december

Te vorderen interest (3)

31 12 2001	31 12 2000	
544.447	578.475	Deposito
1.104	1.466	Rekening-courant
545.551	579.941	

Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen (4)

31 12 2001	31 12 2000	
11.049	10.819	Huur en servicekosten pand
8.073	8.073	Waarborgsommen
2.210	1.032	Vooruitbetaalde kopieerkosten
497	774	Overige
21.829	20.698	

Liquide middelen (5)

Het saldo van de liquide middelen per 31 december 2001 bestaat uit de op de bankrekeningen beschikbare middelen.

De onder de liquide middelen opgenomen deposito's zijn als volgt samengesteld:

Bedrag	Looptijd	Rente
453.780	van 01 10 2001 tot 02 01 2002	3,70%
226.890	van 26 11 2001 tot 02 01 2002	3,30%
226.890	van 03 12 2001 tot 02 01 2002	3,35%
453.780	van 24 02 2001 tot 25 02 2002	4,60%
4.537.802	van 25 02 2000 tot 25 02 2002	3,35%
4.537.802	van 24 02 2000 tot 24 02 2004	3,65%
4.537.802	van 24 02 2000 tot 24 02 2009	4,40%
1.588.231	van 24 02 2000 tot 24 02 2010	6,00%

Voorziening kredietverlening (6)

2001	2000	
1.438.379	1.346.988	Stand 1 januari
-	91.391	Bij: toevoeging ten laste van het resultaat
1.438.379	1.438.379	Stand 31 december

Voorziening uitvoering Compensatieregeling voor Dagbladen (7)

Betreft de voorzieningen voor de te verrichten uitkeringen met betrekking tot de uitvoering van de Compensatieregeling voor Dagbladen. Het Bedrijfsfonds heeft in haar essay *Vernieuwend persbeleid* geconcludeerd dat de compensatieregeling niet past in een persbeleid dat is gericht op openheid en vernieuwing. Aangezien de politieke besluitvorming over het nieuwe persbeleid nog niet is afgerond, heeft het bestuur van het Bedrijfsfonds besloten de voorziening vooralsnog te handhaven. Het saldo ultimo 2001 bedraagt ongewijzigd EUR 6,8 miljoen.

Kortlopende schulden (8)

31 12 2001	31 12 2000	
1.504.644	1.164.036	Overige schulden en overlopende passiva

Overige schulden en overlopende passiva

31 12 2001	31 12 2000	
1.378.665	1.003.513	Uitkeringen uit hoofde van individuele steunverlening
90.756	90.756	Vorbereidings- en uitvoeringskosten Compensatieregeling voor Dagbladen
-	2.723	Euro-gelden
35.223	67.044	Overige
1.504.644	1.164.036	

Staat van baten en lasten (in euro's)

2001	2000	
		Subsidies (9)
		Financiële steun ten behoeve van persorganen:
17.697		- Stichting Propria Cures ten behoeve van een eenmalige reorganisatie van het blad Propria Cures
132.731		- Boom Courantenuitgeverij ten behoeve van het project internet-portaal (PrimaPlaza)
274.764		- Stichting Nieuw Israelietisch Weekblad ten behoeve van de herlancering van het door de stichting uitgegeven Nieuw Israelietisch Weekblad
113.445		- Casas Media BV ten behoeve van de Landelijke Allochtonenkrant (betreft omzetting steunverleningskrediet in financiële steun t.b.v. persorganen)
-4.538		- Casas Media BV ten behoeve van de Landelijke Allochtonenkrant
-90.756		- Stichting Bijeen ten behoeve van het maandblad Bijeen (betreft het niet uitkeren van de tweede tranche ten behoeve van het maandblad Bijeen)
-	478.738	Friesch Dagblad ten behoeve van een reorganisatie mede in verband met een internetproject
443.343	478.738	
		Financiële steun ten behoeve van onderzoek in opdracht van derden:
10.210		- Stichting Omroep Allochtonen ten behoeve haalbaarheidsonderzoek Dag van de Media
264.100		- Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) ten behoeve van het onderzoek via een internet-experiment naar de relatie tussen internet en journalistieke onafhankelijkheid (Villamedia)
36.221		- Cebuco ten behoeve van het onderzoek naar de verbetering van co-adverteren
149.759		- Cebuco ten behoeve van het onderzoek naar de haalbaarheid van een nieuwe tariefstructuur voor dagbladen
70.579		- Stichting Mixed Media ten behoeve van het onderzoek met betrekking tot journalistiek en de instroom van allochtone journalisten in Nederlandse redacties van geschreven media
-1.122	29.519	Katholieke Universiteit Nijmegen ten behoeve van een onderzoek naar verschillen in 'nieuwsframing' en kennisverwerving bij lezers van een print- en een online-versie van een landelijke en regionale krant

- 19.035 Faculteit der Politieke en Sociaal-Culturele Wetenschappen ten behoeve van een onderzoek inzake de conferentie *Journalistieke Cultuur in de twintigste eeuw*
- 57.247 Stichting Mixed Media ten behoeve van een inventarisatie van allochtone, werkzoekende journalisten en het verkrijgen van een beeld van eerdere ervaringen met instroomprojecten van allochtone journalisten
- 9.737 The Amsterdam School of Communications Research (ASCoR) ten behoeve van het onderzoek *Journalistiek in Nederland: een analyse van de mensen, de belangrijkste thema's en de (inter)nationale context*
- 146.344 Stichting Het Nederlands Persmuseum ten behoeve van een onderzoek van het Nederlands Persmuseum naar de vaste opstelling *Start de Persen*
- 6.807 Nederlandse Vereniging van Journalisten ten behoeve van een onderzoek Mediatraining Minderhedenorganisaties
- 36.303 Stichting Integratie Allochtonen ten behoeve van het onderzoek voor het Europees Multicultureel Magazine Mediaproject (EM3)
- 136.134 Nederlands Uitgeversverbond (NUV) ten behoeve van het onderzoeksproject Monitor Elektronische Producten

529.747	441.126
973.090	919.864

Voorziening kredietverlening (10)

Verwezen wordt naar de specificatie onder het hoofd "Voorziening kredietverlening" op bladzijde 79.

5.4. ACCOUNTANTSVERKLARING

Opdracht · Wij hebben de in dit rapport opgenomen jaarrekening 2001 van het Bedrijfsfonds voor de Pers te Den Haag gecontroleerd. De jaarrekening is opgesteld onder verantwoordelijkheid van het bestuur van het fonds. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake de jaarrekening te verstrekken.

Werkzaamheden · Onze controle is verricht overeenkomstig in Nederland algemeen aanvaarde richtlijnen met betrekking tot controleopdrachten. Volgens deze richtlijnen dient onze controle zodanig te worden gepland en uitgevoerd, dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen onjuistheden van materieel belang bevat. Een controle omvat onder meer een onderzoek door middel van deelwaarnemingen van informatie ter onderbouwing van de bedragen en de toelichtingen in de jaarrekening. Tevens omvat een controle een beoordeling van de grondslagen voor financiële verslaggeving die bij het opmaken van de jaarrekening zijn toegepast en van belangrijke schattingen die het bestuur van het fonds daarbij heeft gemaakt, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van de jaarrekening. Wij zijn van mening dat onze controle een deugdelijke grondslag vormt voor ons oordeel.

Oordeel · Wij zijn van oordeel dat de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de grootte en de samenstelling van het vermogen op 31 december 2001 en van het resultaat over 2001 in overeenstemming met in Nederland algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving.

Den Haag, 20 februari 2002

KPMG Accountants NV

Bedrijfs- Het Bedrijfsfonds voor de Pers is een bij de wet (Mediawet) ingesteld zelf-
fonds standig bestuursorgaan [Prinsessegracht 19] dat ten doel heeft het handhaven
voor de en bevorderen van de pluriformiteit van de pers [2514 AP Den Haag] voor
Pers zover die van belang is voor de Informatie en opnielevorming [070 361 71 11]