



STIMULERINGSFONDS VOOR DE PERS

Jaarverslag 2006

STIMULERINGSFONDS
VOOR DE PERS

Jaarverslag 2006

Stimuleringsfonds voor de Pers

Mei 2011

Stimuleringsfonds voor de Pers
The Netherlands Press Fund

Prinsessegracht 19
2514 AP Den Haag

T 070 361 71 11

F 070 361 71 08

E info@svdp.nl

W stimuleringsfondspers.nl

INHOUD

De Organisatie 5

1. Verslag over 2006 7

2. Subsidieverlening 11

2.1. Afzonderlijke persorganen 12

2.2. Minderhedenbladen 14

2.3. Internet-informatieproducten 18

2.4. Organisatieonderzoek 25

2.5. Gezamenlijke projecten 27

2.4. Onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak 27

2.5. Bezwaar en beroep 29

3. Onderzoek, studie en advies 31

3.1. Onderzoek 32

3.2. Studie 33

3.3. Advies 35

3.4. Seminar 46

4. Financiële middelen 49

4.1. Jaarrekening 2007 51

4.2. Toelichting bij de jaarrekening 53

4.3. Accountantsverklaring 64



De Organisatie

Het Stimuleringsfonds voor de Pers wordt geleid door een bestuur, bijgestaan door een bureau. Het bestuur heeft in 2006 tien keer plenair vergaderd. In dit verslagjaar zijn 47 subsidieaanvragen behandeld, diverse voortgangsrapportages naar aanleiding van subsidieverleningen uit voorgaande jaren besproken en tien eindrapportages goedgekeurd. Verder zijn twee adviezen vastgesteld en aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aangeboden. Een derde advies betreffende de toekomst van de persbedrijfstaking is in concept vastgesteld.

De bestuurssamenstelling veranderde in 2006 als volgt: per 1 april werd mevrouw d'Haenens benoemd en per 1 augustus nam de heer Korteweg na een zittingsperiode van tien jaar afscheid. Het bestuur bestond in 2006 uit de volgende leden:

dr. G.W. (Wim) Noomen, voorzitter

Benoemd als voorzitter bij KB van 15 april 2003 ingaande 1 september 2003.

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

Benoemd als bestuurslid bij KB van 24 januari 1997 ingaande 1 maart 1997.

Herbenoemd bij KB van 18 april 2002 ingaande 1 maart 2002.

dhr. S.M. (Simon) Korteweg

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. Per 1 augustus 2006 na een zittingsperiode van tien jaar afgetreden.

drs. D. (Dowlatram) Ramlal

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 22 juli 2002 ingaande 1 augustus 2002.

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

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 1 juli 1998 ingaande 1 juli 1998 en herbenoemd bij KB van 1 augustus 2003 per 1 juli 2003.

mevr. drs. J. (Johanneke) Liemburg

Benoemd als bestuurslid voor het eerst bij KB van 1 juli 1998 ingaande 1 juli 1998 en herbenoemd bij KB van 1 augustus 2003 per 1 juli 2003.

mevr. prof. dr. L.S.J. (Leen) d'Haenens

Benoemd als bestuurslid per KB van 23 maart 2006 ingaande 1 april 2006.

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.

De vaste medewerkers van het bureau zijn op grond van de Mediawet in dienst van het Stimuleringsfonds voor de Pers. Zij worden benoemd door het bestuur. Dit bureau was in 2006 als volgt samengesteld:

dr. L.H.A. (Lou) Lichtenberg, directeur

drs. A.R. (Rick) van Dijk, adjunct directeur

mevr. C.M.M. (Christine) Wissink, administratief medewerkster

mevr. Y. (Yvette) Janmaat, administratief medewerkster (via uitzendbureau)

1. Verslag over 2006

Inleiding

In een tijd waar traditionele media steeds meer onder druk komen te staan, was 2006 het jaar waarin de burger op het World Wide Web steeds meer producent en consument - prosument - werd op sites zoals YouTube, Hyves, MySpace, Google Maps en Wikipedia. Deze trend, samengevat in het begrip Web 2.0, vindt zijn oorsprong in eerdere jaren, maar kwam in 2006 tot volle wasdom. Deze tendens is goed waar te nemen in de 47 subsidieaanvragen van 2006, waar subsidieaanvragen voor internet-informatieproducten de boventoon voerden en aanvragers de burgerjournalistiek een ruime plaats toedichtten.

De doelstelling van het Stimuleringsfonds, het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit, wordt onder meer gerealiseerd door het ondersteunen van internet-informatieproducten op basis van de in 2002 ingevoerde Tijdelijke Subsidieregeling. Veel langer bestaat de mogelijkheid om op grond van de Mediawet gedrukte producten te ondersteunen. In de wet is onder meer de beperking opgenomen dat alleen bladen die tegen betaling verschijnen voor ondersteuning in aanmerking kunnen komen. Vanuit de overweging dat er in beginsel geen reden is om gratis bladen van subsidiemogelijkheden van ons Fonds uit te sluiten, hebben wij de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap geadviseerd om gratis bladen tot de werkingssfeer van het fonds toe te laten. Ook hebben wij in een advies aan de minister gewezen op het belang van kleinschalige informatieproducten voor de pluriformiteit in onze samenleving.

Het jaar 2006 kenmerkte zich verder door de geplande naamsverandering van ons Fonds. Hoewel het voorstel voor de wijziging uit 2005 dateert en de definitieve aanpassing in 2007 zijn beslag kreeg, is hiervoor reeds in het verslagjaar de grondslag gelegd. In de wet van 21 december 2006 tot wijziging van de Mediawet ligt deze verandering verankerd. De reden van de naamswijziging is om tot

uitdrukking te brengen dat ons Fonds naast de van oudsher bestaande taak om tijdelijk financiële steun te bieden aan noodlijdende persorganen, ook een stimulerende rol moet kunnen vervullen bij de modernisering en vernieuwing van het perslandschap. Omdat in 2006 is besloten tot de naamswijziging hebben wij gemeente in dit jaarverslag de nieuwe naam te moeten gebruiken:

Stimuleringsfonds voor de Pers.

Onderzoek en advies

Op 22 november 2006 zijn twee adviezen uitgebracht: één over de positie van gratis bladen en één over kleinschalige informatieproducten. Ten aanzien van gratis bladen is geconcludeerd dat er geen principiële reden bestaat om lokale of landelijke gratis bladen, die aan alle overige criteria van de werkingssfeer van ons Fonds voldoen, van steunmogelijkheden uit te sluiten louter omdat ze gratis worden verspreid. Derhalve adviseerden wij het criterium van de betaalde verspreiding uit de Mediawet te schrappen. In het tweede advies reikten wij een aantal overwegingen, conclusies en aanbevelingen aan betreffende het voor kleinschalige informatieproducten gevoerde en te voeren overheidsbeleid. Met dit advies beoogden wij speciale aandacht te vragen voor het grote belang van dergelijke kleinschalige producten voor de informatievoorziening en de pluriformiteit daarvan in de samenleving. Dat belang werd en wordt in ontwikkelingen rond mediaconcentratie nogal eens onderschat.

In 2005 startten wij een studie naar de transformatie en innovatie in de dagbladpers. Deskresearch en buitenlandse studiereizen vorm(d)en de bouwstenen die betrekking hebben op (a) recente ontwikkelingen in de bedrijfstak, (b) het mediagedrag van jongeren en allochtonen, (c) technologische alternatieven, (d) professionele journalistiek en (e) strategieën voor de uitgevers. In 2006 is deze studie voortgezet en hebben wij onder meer een studiereis naar de Verenigde Staten en Zuid-Korea ondernomen.

In het verslagjaar zijn diverse onderzoeken van start zijn gegaan en zijn verschillende onderzoeksresultaten beschikbaar gekomen. Zo zijn er de resultaten

van een onderzoek naar de bijdrage van print en online dagbladen aan de pluriformiteit van de nieuwsvoorziening in Nederland en de uitkomsten van het onderzoek naar de lokale nieuwsvoorziening in Nederlandse gemeenten. Deze resultaten zijn ook gepubliceerd op onze website, www.svdv.nl.

In samenwerking met GEA Adviesgroep werd op 29 november 2006 een tweede aflevering van het seminar *Platform for Publishers* georganiseerd. Het doel was kleine zelfstandige uitgeverijen te helpen met het omgaan met en oplossen van problemen uit de praktijk. Dit is gerealiseerd door aan meer dan honderd deelnemers gevarieerde lezingen, parallelsessies en een informatiemarkt met ervaringen van deskundigen aan te bieden.

Het bestuur van het Stimuleringsfonds voor de Pers
April 2008



2. Subsidieverlening

Het Stimuleringsfonds is krachtens de Mediawet en het Mediabesluit bevoegd om subsidie te verlenen in de vorm van kredieten, kredietfaciliteiten of uitkeringen aan projecten van uitgevers. De projecten dienen de rentabiliteit van de betrokken uitgaven te verbeteren. Behalve individuele steunaanvragen zijn wij ook gerechtigd om aanvragen voor financiële steun ten behoeve van onderzoeksprojecten of gezamenlijke projecten van persorganen te honoreren.

De wettelijke grondslag voor subsidieverlening is gelegen in de artikelen 28, 123 t/m 132 en 175 Mediawet, 54, 56 t/m 67 Mediabesluit en (sinds 2002) de Tijdelijke subsidieregeling minderheden en journalistieke internet-informatieproducten. Aanvragers die voor subsidieverlening in aanmerking willen komen moeten onder onze algemene werkingssfeer vallen en voldoen aan de specifieke criteria per subsidiemogelijkheid. Voor ieder project geldt verder als algemene voorwaarde dat het moet worden uitgevoerd zoals het is ingediend en dat eventuele wijzigingen ter goedkeuring aan ons voorgelegd dienen te worden. Dit wordt tussentijds en na afloop van het project getoetst aan de hand van inhoudelijke en financiële rapportages over de voortgang van het project. Verder geschiedt de uitbetaling van de subsidie in tranches, na goedkeuring van de tussenrapportages en wanneer is voldaan aan alle overige voorwaarden van de subsidieverlening.

Van de 47 aanvragen zijn 43 aanvragen in 2006 nieuw in behandeling genomen; van vier aanvragen was de behandeling reeds in 2005 gestart. Tien aanvragen behelsden onderzoek in het belang van de persbedrijfstaking. Negentien aanvragen zijn in het kader van de Tijdelijke subsidieregeling voor internet-informatieproducten ingediend. Voor de Tijdelijke subsidieregeling voor minderhedenbladen zijn elf aanvragen ingediend. Ten slotte hadden zeven aanvragen betrekking op de individuele subsidieverlening op grond van de Mediawet c.q. het Mediabesluit. In totaliteit hebben wij negentien aanvragen

toegewezen: twee voor onderzoek, zeven voor journalistieke internetproducten, vijf voor minderhedenbladen en vijf voor reguliere bladen. Aan twaalf subsidie-aanvragers is meegedeeld dat wij het voornemen hadden de aanvraag te zullen afwijzen. Hiermee werden zij in de gelegenheid gesteld de aanvraag in te trekken en daarmee publicatie van het besluit te voorkomen. Eén aanvrager heeft van deze mogelijkheid geen gebruik gemaakt en dit leidde daarom tot een definitieve afwijzing in 2007. In 2006 hebben zestien aanvragen niet tot besluitvorming geleid omdat de behandeling werd aangehouden in afwachting van nadere informatie over de aanvraag of omdat de aanvraag werd ingetrokken.

In de volgende paragrafen worden de afzonderlijke besluiten toegelicht.

2.1 Afzonderlijke persorganen

Voor individuele aanvragen van persorganen bieden artikel 129 en 130 van de Mediawet de mogelijkheid financiële steun te verstrekken. Dit ten behoeve van de uitvoering van een project indien de continuïteit van het persorgaan in gevaar is. Voorwaarde voor de steunverlening is dat de verantwoordelijke uitgever een project indient dat uitzicht biedt op een rendabele exploitatie binnen een redelijke termijn.

9 november - Kivive BV voor Xist in Christ

Xist in Christ is de opvolger van het jongerenblad Kivive, opgericht in 1986. Het blad heeft in september 2005 een grondige restyling ondergaan en is onder de nieuwe naam verder gegaan. Het blad wordt uitgegeven door EBMedia Holding BV dat voor 51 procent eigenaar is van Kivive BV. Xist in Christ had ten tijde van de aanvraag onvoldoende betalende abonnees om het blad op langere termijn levensvatbaar te exploiteren. De uitgever wilde daarom een project uitvoeren om het aantal abonnees met ruim 5.000 te verhogen.

Het project omvatte onder meer: het uitdelen van gratis proefnummers, het inzetten van telemarketing, joint promotion met andere christelijke organisaties en het plaatsen van advertenties in andere bladen. De kosten van deze maatregelen bedroegen in totaal €254.171. De uitgever heeft met de aanvraag aannemelijk gemaakt dat middels het uitvoeren van bovengenoemd project binnen twee jaar een rendabele exploitatie behaald kan worden. Omdat een deel van de kosten pas gemaakt wordt na het bereiken van een winstgevende situatie, is besloten de aanvraag gedeeltelijk toe te wijzen. Dit in de vorm van een uitkering tot een bedrag van maximaal €160.628.

9 november - Drukkerij Bakker Baarn voor de Baarnsche Courant

De Baarnsche Courant wordt in Baarn en omstreken uitgegeven en bestaat ruim honderd jaar. De krant verschijnt driemaal per week en is tegen betaling voor iedereen verkrijgbaar. De uitgever beoogde het rendement van de krant te verbeteren. Middels een aantal genomen maatregelen zijn de kosten gereduceerd. Aan de opbrengstenkant dienden echter ook maatregelen genomen te worden, gelet op de teruggang in het abonneebestand. Daartoe werd het projectplan 'Wij in Baarn' opgesteld. Doelstelling van het plan was een toename van het aantal abonnees door voornamelijk jongeren kennis te laten maken met de krant via het internet. Uit lezersonderzoek bleek een gemis aan algemeen straatnieuws en via het opzetten van een 'Baarn-site' moest dergelijk nieuws voor de inwoners van Baarn en omstreken beschikbaar komen.

Aan ons werd een financiële bijdrage gevraagd voor het bouwen van de website en de jaarlijkse extra redactiekosten. Besloten is om een subsidie ter hoogte van maximaal €72.920 in de vorm van een krediet beschikbaar te stellen. Het project 'Wij in Baarn' voldeed aan de voorwaarde dat er uitzicht werd geboden op een rendabele exploitatie. Bovendien heeft de uitgever destijds aannemelijk gemaakt dat het project vanaf 2007 een belangrijke bijdrage kan gaan leveren aan een rendabele exploitatie van de Baarnsche Courant.

2.2. Minderhedenbladen

Op grond van de Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internet-informatieproducten is de werkingssfeer voor persorganen die zich richten op culturele en etnische minderheden verruimd ten opzichte van afzonderlijke persorganen in het algemeen. Hierdoor is het mogelijk een projectsubsidie aan bladen voor culturele en etnische minderheden toe te kennen:

- voor het starten van de exploitatie, indien het blad minder dan zes keer per week en minstens eenmaal per kwartaal verschijnt; of
- om de continuïteit van de exploitatie veilig te stellen, indien het blad minder dan één keer per maand en minstens eenmaal per kwartaal verschijnt.

De overige eisen voor subsidieverlening aan afzonderlijke persorganen zijn hetzelfde. Voor het verlenen van subsidie in de vorm van een uitkering of krediet is jaarlijks maximaal €700.000 beschikbaar. Per project kan ten hoogste een bijdrage van €115.000 per jaar worden verstrekt.

8 februari - J&R Media voor Collorfull Magazine

Colorfull Magazine is een tweemaandelijks blad dat in juli 2005 van start is gegaan als een lifestyle-magazine met veel oog voor de multiculturele samenleving. De redactionele koers is daarna meer in de richting gegaan van het inspelen op ontwikkelingen in de maatschappij en politiek, mede als gevolg van de nog steeds bestaande ongunstige positie van allochtonen in de maatschappij. De koerswijziging moest in de volgende nummers meer gestalte krijgen door middel van reportages en interviews waarin de lezers geïnformeerd zouden worden over maatschappelijk actuele ontwikkelingen. Het blad richt zich met name op de allochtone vrouw, maar probeert tevens de autochtone vrouw te bereiken. Dat het blad indertijd niet rendabel was, kwam volgens de uitgever voornamelijk door het gemis aan bekendheid. Het ontbrak aan voldoende middelen om door middel van een marketingcampagne het blad beter te positioneren.

Het project dat aan ons is voorgelegd bestond uit maatregelen zoals: ondersteuning van de promotie losse verkoop, sales ondersteuning en personele uitbreiding van sales en redactie. Met het pakket aan maatregelen hoopte de uitgever lezers te werven en te groeien naar een verkoopoplage waarmee een rendabele exploitatie bereikt kon worden in 2007. De aanvraag is voor een bedrag van €115.000 toegewezen, waarvan €40.310 in de vorm van een uitkering en €74.690 als krediet.

18 september - Stichting Damsko voor Obsession Magazine

Het blad Obsession Magazine kwam tot drie jaar geleden in een andere vorm uit. Stichting Damsko SC heeft besloten de uitgave nieuw leven in te blazen, omdat hier behoefte aan bleek te bestaan bij de doelgroep. Deze groep wordt gevormd door hoofdzakelijk Surinamers, maar daarnaast door iedereen die geïnteresseerd is in Suriname. Het blad had ooit een oplage van 15.000 exemplaren, waaronder 3.000 abonnees.

Het blad wilde een onafhankelijk opiniemaandblad worden met artikelen over politiek, economie, cultuur en sport. Het doel was om dit maandblad tien keer per jaar te laten verschijnen, met een dubbelnummer in de zomer en met de kerst. Bovendien zou Obsession Magazine zowel in abonnementsvorm, als in de losse verkoop aangeboden worden.

Het voorgelegde project bestond onder meer uit het uitvoeren van een groot aantal marketingacties om het blad goed in de markt te positioneren, niet alleen tijdens de projectperiode maar ook nadien. Bovendien zou de inkoop grafische productie (eind 2006) en de redactionele organisatie en formule (begin 2007) geoptimaliseerd worden. Volgens de meerjarenraming zou Obsession vanaf 2009 in staat moeten zijn zonder subsidie de activiteiten zelfstandig te continueren. Daarmee boden zij uitzicht op een rendabele exploitatie binnen een redelijke termijn. Voor ons reden om een subsidie ter hoogte van maximaal €153.333,

waarvan €28.520 in de vorm van een krediet, ter beschikking te stellen.

20 november - Stichting Dalili Cultimedia voor Marketingacties Dalili

Het blad Dalili (Arabisch voor 'mijn gids') is opgericht in 2003 met als doel de informatievoorziening aan en de integratie van Arabischtaligen in Nederland te bevorderen. De primaire doelgroep wordt gevormd door de eerste en tweede generatie Arabischtaligen in Nederland (circa 500.000 personen), voornamelijk de leeftijdsgroep 18-55 jaar met een gemiddeld opleidingsniveau. Daarnaast behoren onderwijsinstellingen, aanbieders van inburgeringsprogramma's, geïnteresseerde Nederlanders en bedrijven en instanties die advertentieruimte kopen tot de doelgroep. Na het verschijnen van enkele proefnummers en de positieve reacties op dit tweetalige publieksblad, besloten de initiatiefnemers het blad in 2005 tegen betaling te gaan uitgeven. In 2006 zijn enkele nummers van het blad verschenen en is er een subsidieaanvraag ingediend om de continuïteit van het blad veilig te stellen. Het plan was dat het blad vanaf 2007 tweemaandelijks zou gaan verschijnen.

Het voorgelegde project bestond onder andere uit: het investeren in marketingacties gericht op het werven en behouden van nieuwe abonnees en lezers en het optimaliseren van de redactionele organisatie. Bovendien zou worden voorzien in een interactieve website en een nieuwsbrief per e-mail. Volgens de meerjarenraming zou Dalili vanaf 2009 in staat moeten zijn om zonder subsidie de activiteiten zelfstandig voort te zetten. Dit gegeven bood uitzicht op een rendabele exploitatie binnen een redelijke termijn. Op basis hiervan hebben wij besloten tot een subsidietoewijzing ter hoogte van maximaal €196.590 over te gaan, waarvan €96.590 in de vorm van een krediet.

11 december - Time Media Group voor Zaman Hollanda

Zaman Hollanda is een Turkstalig blad dat maandelijks als bijlage bij de Europese editie van de Turkse krant Zaman wordt gevoegd. Daarnaast wordt de Nederlandstalige bijlage Zaman Nederland maandelijks bij de krant gestopt en in een oplage van 10.000 exemplaren gratis verspreid.

De aanvraag had uitsluitend betrekking op Zaman Hollanda en was er op gericht van de maandelijks bijlage een wekelijkse bijlage te maken en deze tegen betaling te laten verschijnen. Abonnees op het dagblad Zaman betalen jaarlijks €10 extra voor de bijlage; losse abonnees betalen €24 per jaar. Het blad is daarnaast niet gratis verkrijgbaar. De meerkosten die het project in de eerste twee jaren met zich mee zou brengen (door extra redactionele en commerciële medewerkers) zijn onder aftrek van de extra advertentieopbrengsten als subsidie aangevraagd. De aanvraag bevatte verder een meerjarenraming waarin voor 2009 een positief rendement wordt voorzien. Derhalve is de aanvraag ter hoogte van €160.513 in de vorm van een uitkering toegewezen.

21 december - Stichting Mashal voor Professionaliseringsproject krant Mashal

Mashal is een Farsitalige krant die maandelijks verschijnt, hoofdzakelijk voor Afghanistan en andere Farsi sprekende mensen in Nederland. Het blad werd in 2003 opgericht en beschikt ook over een website (www.mashal.org). Om de continuïteit van de krant te garanderen en het bereik te vergroten beoogde de aanvrager de krant en haar website te professionaliseren. In dat kader waren verscheidende activiteiten voorzien, zoals het verbeteren van de werkplek, het versterken van de redactie, alsmede verhoging van de naamsbekendheid en het organiseren van congressen en andere culturele evenementen.

In de aanvraag werd uitgelegd dat de uitgever een projectplan wenste uit te voeren om het blad te professionaliseren en aldus in 2009 een rendabele exploitatie te bereiken. Daarom hebben wij een subsidie ter hoogte van maximaal €71.289 in de vorm van een uitkering ter beschikking gesteld.

2.3. Internet-informatieproducten

Steunverlening aan projecten gericht op de totstandkoming en verspreiding van journalistieke en vernieuwende informatieproducten via het internet geschiedt op grond van artikel 4 van de Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internet-informatieproducten.

Voor deze subsidieverlening is jaarlijks maximaal een bedrag van €2.260.000 beschikbaar. Per goedgekeurd project kan eenmaal en ten hoogste veertig procent van de projectkosten, met een maximum van €180.000, worden verstrekt. Dit kan geschieden in de vorm van een uitkering of krediet.

29 maart - Marge Mediaproducties BV voor Ditishoevelaken.nl

Ditishoevelaken.nl is een dagelijks geactualiseerde nieuws- en informatiesite, operationeel sinds februari 2005. De site had indertijd dagelijks circa zevenhonderd unieke bezoekers en is ontstaan omdat er behoefte bleek aan een platform voor lokaal nieuws en lokale informatie. Toen de website werd opgezet is gekozen voor civiele journalistiek in de zin dat de content op de site in belangrijke mate door gebruikers gemaakt zou moeten worden. De content zou tevens de basis moeten gaan vormen voor een wekelijks gratis huis-aan-huisblad. Om het toenemend aantal bezoekers te kunnen accommoderen, de journalistieke aspecten verder uit te bouwen (forum, weblog) en om meer adverteerders naar de site te trekken was het van belang de site verder te professionaliseren. Voor de realisatie van dit project heeft Marge Mediaproducties een steunaanvraag ingediend.

In de aanvraag gaf zij aan dat de website zich vooral qua inhoud en strekking wilde onderscheiden van andere uitgaven (door de focus op lokaal nieuws te leggen). Ook zou er onderscheid zijn in de manier waarop de inhoud van de website tot stand zou komen. Daarenboven zou de site qua exploitatie

vernieuwend zijn, in de zin dat het papieren product een afgeleide zou worden van het internetproduct, iets dat - zeker op lokaal niveau - bijna niet voorkwam in Nederland. Ditishoevelaken.nl week daardoor af van andere journalistieke informatieproducten, waarmee de verscheidenheid van informatie en opinievorming vergroot zou worden en een vernieuwende bijdrage zou worden geleverd aan de informatievoorziening. Dit was voor ons reden om de aanvraag gedeeltelijk toe te wijzen in de vorm van een uitkering ter hoogte van €33.112.

25 april - Stichting Maroc.nl voor Ahlan.nl

Maroc.nl is een populaire internetgemeenschap voor in het bijzonder Marokkaanse jongeren, waarin de actualiteit als belangrijkste bron voor discussie gebruikt wordt. Ten tijde van de aanvraag was het nieuws op deze site afkomstig van derden. De stichting wilde dit graag veranderen om zo tot een eigen nieuwsvoorziening te komen die zou aansluiten op de behoeften van de bezoekers. Daartoe wilde de stichting het nieuwsonderdeel van Maroc.nl omzetten in een digitaal magazine, met een onafhankelijke redactie. Behalve nieuws moest er in het magazine een aantal maatschappelijke thema's (emancipatie, integratie, cultuur, etc.) aan de orde komen, waarvan dossiers zouden worden samengesteld. Het nieuws zal tevens in drie snelheden, formats en media worden aangeboden. Dagelijks worden nieuws en achtergronden aangeboden via Ahlan.nl; wekelijks via de internettalkshow RadioActief en tweemaandelijks via het magazine Focus.

Volgens de aanvraag was er geen onafhankelijke nieuwsredactie die de nieuwsvoorziening voor de doelgroep samenstelde. Dat zou via Ahlan.nl wel gaan gebeuren. Het product leek zich daarom vooral qua inhoud en strekking te gaan onderscheiden van andere uitgaven. Daarnaast wilde Ahlan.nl met nieuwe vormen van nieuwsvoorziening gaan experimenteren, zoals de internettalkshow. Tevens werd geprobeerd om de website te onderscheiden van andere initiatieven wat betreft vormgeving en exploitatie. Daarmee zou Ahlan.nl dusdanig onderscheidend zijn, dat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. De site zou op die manier een vernieuwende bijdrage leveren aan de

journalistieke informatievoorziening via het internet. Derhalve hebben wij besloten de subsidie in de vorm van een uitkering ter hoogte van €180.000 beschikbaar te stellen.

1 juni - Mira Media voor Multiculturele portaalsite Wereldjournalisten

Uit gesprekken met migrantengroepen is Mira Media gebleken dat er veel behoefte bestond aan een podium voor journalistieke producten, afkomstig uit de eigen doelgroep. Via datzelfde podium zouden deze producten beschikbaar gesteld kunnen worden voor een algemeen Nederlands publiek. Daarmee zou tegelijkertijd gerealiseerd worden dat migranten en vluchtelingen actief deel gaan nemen aan het publieke debat. Bovendien zou dit de mogelijkheid geven de kwaliteiten van journalisten uit die doelgroep te etaleren. De portaalsite zou gaan bestaan uit drie gedeelten: een nieuwsgedeelte met eigen nieuwsgaring, een evenementengedeelte (debatten e.d.), een servicegedeelte met digitale dossiers en databanken. Naast de portaalsite wilde Mira Media een periodiek verschijnend 'l-zine' met ingezonden beschouwingen en opiniërende artikelen laten verschijnen. Daarenboven zou er een wekelijks te verzenden nieuwsbrief met nieuwsberichten en aankondigingen van evenementen komen.

Mira Media wees op het feit dat nieuwsvoorziening over de multiculturele samenleving ofwel vanuit en over een bepaalde organisatie plaatsvindt, ofwel voor een specifieke doelgroep bedoeld is (bijvoorbeeld Marokkaanse jongeren). Volgens de aanvraag waren er nauwelijks sites die een volwassen publiek bedienden en voorzagen in nieuws uit de multiculturele samenleving, daarbij gebruikmakend van eigen nieuwsgaring en alternatieve bronnen binnen etnische groepen. Dit veronderstelde een onderscheiding qua inhoud en strekking ten opzichte van andere uitgaven en zou daarmee een vernieuwende bijdrage gaan leveren. Besloten is een subsidie in de vorm van een uitkering ter hoogte van €180.000 toe te wijzen.

3 juli - Schagenvandaag BV voor Schagenvandaag.nl

Lokale internetkrant Schagenvandaag.nl is op 1 september 2006 van start gegaan. De internetkrant wilde inspelen op de veranderende nieuwsconsumptie, waarbij de lezer snel en kort geïnformeerd wil worden. Bovendien het nieuws gratis tot zich wil nemen en zelf onderdeel wil zijn van de nieuwsstroom. Volgens de initiatiefnemer beoogde de online krant daarmee een aanvulling te presenteren op het regionale dagblad. De internetkrant zou uit twee componenten gaan bestaan: één deel gevuld door een journalist (schagenvandaag.nl) en één deel voorzien van nieuws en informatie door burgers (burgerkrantschagen.nl). Om deze sites te kunnen opstarten heeft de initiatiefnemer, een (ex-)journalist van de Schager Courant, op de totale projectkosten van €47.500 een bijdrage van €6.000 gevraagd. Dit bedrag is toegewezen in de vorm van een uitkering.

De aanvrager had de intentie ervoor te zorgen dat de site zich zou gaan onderscheiden van andere uitgaven middels het toevoegen van een lokaal burgerplatform, burgerkrantschagen.nl. Dit initiatief was op zichzelf niet nieuw, maar de ontwikkeling stond nog in de kinderschoenen en het was verre van duidelijk of dit rendabel zou zijn. In die zin paste het project in de experimentele internetregeling. Bovendien zou, als het project slaagt, de lokale pluriformiteit versterkt worden. Dit zou een aanvulling zijn op andere journalistieke informatieproducten waardoor de verscheidenheid aan informatie en opinievorming zou worden vergroot. Dit was voor ons een reden de aanvraag te honoreren.

3 juli - Oneworld Nederland voor Wereldbuurt.nl

OneWorld.nl bestaat sinds februari 2001 en is een Nederlandstalig informatiepunt op het terrein van internationale samenwerking, milieu en mensenrechten. OneWorld Nederland is onderdeel van een OneWorld-netwerk met centra in twaalf landen. Het is een platform voor 170 maatschappelijke organisaties, bedrijven en instellingen die zich bezig houden met bovengenoemde problematiek.

Met het project Redactie Binnenland (later omgedoopt in Wereldbuurt.nl) wilde OneWorld op journalistieke wijze gaan berichten over mondiale kwesties die op lokaal niveau spelen. Redactie Binnenland zou twee deelprojecten gaan behelzen: Redactie Dapperbuurt over de Dapperbuurt in Watergraafsmeer in Amsterdam en Redactie Kanaleneiland over de wijk Kanaleneiland in Utrecht. In deze projecten zou OneWorld samen gaan werken met de school voor Journalistiek in Utrecht, met de maandelijks in de Dapperbuurt verschijnende buurtuitgave Dwars door de Buurt en met de lokale TV-zender LokaalMondiaal, die zowel in Amsterdam als Utrecht uitzendt. Voor Kanaleneiland werd destijds nog naar een geschikt blad als partner gezocht. Oneworld heeft gevraagd veertig procent van de projectkosten ter hoogte van €194.764 als subsidie beschikbaar te stellen.

Hoewel er verschillende nieuwssites zijn die over een buurt berichten, deden zij dat niet met een mondiale invalshoek. De nieuwssite zou zowel bijdragen van bewoners als van redacteurs gaan bevatten. Verder zouden deze projecten in meerdere buurten worden gestart en zouden de resultaten van dit project door anderen gebruikt kunnen worden om soortgelijke initiatieven te starten. Redactie Binnenland week daardoor af van andere journalistieke informatieproducten, dat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. Dit project zou daarmee een vernieuwende bijdrage gaan leveren aan de journalistieke informatievoorziening via het internet. Derhalve is er een subsidie in de vorm van een uitkering ter hoogte van maximaal €77.906 toegewezen.

11 december - Tory Media International BV voor Unitynews

Unitynews beoogde een nieuwssite te worden die zou gaan voorzien in de informatiebehoefte van in Nederland woonachtige allochtone gemeenschappen op het gebied van cultuur, leefgemeenschappen, rolmodellen etc. In deze behoefte werd volgens de uitgever door de reguliere media niet voorzien. De media zouden een overwegend eenzijdig en negatief beeld laten zien van allochtonen die niet goed integreren in de Nederlandse samenleving, terwijl dat voor een overgrote

meerderheid echter wel het geval is. Behalve het actuele nieuws over en voor de allochtone gemeenschappen, dat door een eigen redactie zou worden samengesteld, zouden bovendien maatschappelijke thema's aan de orde komen. Het motto van de site luidde derhalve eenheid in verscheidenheid. De totale projectkosten om de nieuwssite van de grond te kunnen tillen waren door de uitgever tot en met eind 2008 op €442.889 geraamd.

De aanvrager stelde in de aanvraag dat de meeste sites doelgroepspecifiek zijn. Unitynews zou er juist op gericht zijn de contacten tussen de bevolkingsgroepen en vooral tussen autochtone en etnische groepen te bevorderen. De site beoogde daarmee voor alle Nederlanders interessant te zijn. Bovendien wilde Unitynews meer positief nieuws brengen over allerlei groepen en hun onderlinge contacten. Verder was het idee van de uitgever abonnementen voor toegang tot de site verkopen. De nieuwsitems op de website zouden gratis blijven, maar wanneer men meer zou willen lezen of van bepaalde acties gebruik zou willen maken, moest daarvoor betaald worden. De site week daardoor zowel naar inhoud en strekking als qua exploitatie af van andere journalistieke informatieproducten, dat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. Unitynews zou hiermee een vernieuwende bijdrage aan de journalistieke informatievoorziening via het internet gaan leveren. Daarom is besloten veertig procent van deze kosten als krediet beschikbaar te stellen, te weten €177.156.

21 december - Stichting Marokko Media voor nieuws.marokko.nl

Al eerder is er subsidie aan nieuws.marokko.nl verstrekt. Met het besluit van april 2003 werd een uitkering ter hoogte van €66.768 toegewezen. Het is toen echter niet gelukt de website te realiseren. De belangrijkste redenen daarvoor waren gelegen in de maatschappelijke onrust die was ontstaan na de moorden op Pim Fortuyn en Theo van Gogh. De site Marokko.nl is daarna in een rustiger vaarwater gekomen. De uitgever heeft tendensen van radicalisering aangepakt en moderatoren aangesteld en opgeleid in overleg met het Meldpunt Discriminatie. De website was inmiddels gegroeid van 8.000 naar 35.000 unieke bezoekers per

dag.

Dit eerste subsidieproject afgesloten en is de subsidie vastgesteld op €18.238 voor de gerealiseerde gedeelten. Omdat het idee om een goede nieuwssite te ontwikkelen niet was verdwenen, heeft de uitgever op basis van voortschrijdend inzicht in 2006 een nieuwe aanvraag ingediend. De aanvrager maakte duidelijk dat Marokko Media een nieuwssite wilde ontwikkelen waarin het nieuws op een eigentijdse manier wordt gebracht en voorziet in de behoefte van Nederlands Marokkaanse jongeren tussen 15 en 20 jaar. Daartoe zouden de bezoekers die deel uitmaken van de *community* structureel bij de nieuwsvoorziening en -bespiegeling betrokken worden en als consument en producent aangesproken worden. Op nieuws.marokko.nl zou zowel 'zacht' als 'hard' nieuws komen staan. Zacht nieuws betreft (persoonlijke) zaken die de *community*leden bezig houden; hard nieuws is afkomstig uit diverse bronnen (reguliere nieuwsmedia, *postings* van leden, bijdragen van freelance journalisten en columnisten) maar blijft altijd aansluiting hebben met de belevingswereld van de leden. Naast het geschreven nieuws zou de nieuwspagina audio (podcasts) en video (videocasts) gaan bevatten. Voor het realiseren van nieuws.marokko.nl is een subsidie aangevraagd van €178.000, te weten veertig procent van de projectkosten.

Volgens de aanvraag zou nieuws.marokko.nl zich voornamelijk richten op de nieuwsvoorziening voor (en door) Marokkaanse jongeren door aansluiting te zoeken bij de leefwereld van de bezoekers van de site. Nieuws zou daarmee meer een beleving worden in plaats van abstracte informatie afkomstig van derden. Deze Web 2.0 benadering leek daarmee op het model dat ook door Ohmynews in Zuid-Korea wordt toegepast. De website zou zich derhalve vooral qua inhoud en strekking gaan onderscheiden van andere sites, zodat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. Omdat de site een onderscheidende bijdrage zou kunnen gaan leveren aan de informatievoorziening via het internet is besloten om maximaal een bedrag van €135.000 als uitkering beschikbaar te stellen.

2.4. Organisatieonderzoek

De grondslag voor het verstrekken van subsidie in de vorm van een uitkering ten behoeve van organisatieonderzoek is gelegen in artikel 54 sub b en 57 Mediabesluit. Aan deze subsidieverlening zijn onder meer de volgende voorwaarden verbonden:

- het onderzoek moet gericht zijn op structurele verbetering van de exploitatie van het blad;
- het blad moet in het boekjaar voorafgaand aan de aanvraag in een verlieslijdende positie hebben verkeerd of daarin terecht dreigen te komen;
- de aanvraag dient slechts gericht te zijn op een gedeeltelijke medefinanciering van het onderzoek; het maximum hierbij is tweederde deel van de kosten van het organisatieonderzoek.

9 november - Stichting Anadolu voor Organisatieonderzoek Dogus

Dogus wordt sinds 1998 uitgegeven, eerst als gratis krant en later, vanaf april 2004, tegen betaling. Om de continuïteit van het blad te waarborgen wilde de uitgever gedurende drie jaar een eenmalige reorganisatie doorvoeren, waarbij onder meer de volgende activiteiten werden beoogd: verbetering van de website, omschakeling van maandblad naar weekblad met tevens een *restyling*, als tweetalig blad gaan verschijnen (naast Turks ook in het Nederlands) en een verhoging van haar abonneebestand en abonnementsprijs. Daaraan voorafgaand wilde de uitgever een vooronderzoek laten uitvoeren, waarin de knelpunten, kansen, bedreigingen, ambities en verbeterpunten goed in kaart zouden worden gebracht. Door middel van de uitkomsten beoogde men de exploitatie van Dogus structureel te verbeteren. Dit onderzoek is ter medefinanciering aan ons voorgelegd en er is besloten een subsidie ter hoogte van maximaal €12.280 in de vorm van een uitkering toe te wijzen.

**30 november - Stichting Nieuw Rotterdam voor Organisatieonderzoek
Opinieblad Nieuw Rotterdam**

Nieuw Rotterdam had de intentie om tien keer per jaar te gaan verschijnen, ten tijde van de aanvraag waren reeds vijf nummers uitgebracht. De stichting wilde de uitgave van het tijdschrift verder professionaliseren om tevens de continuïteit van het blad veilig te stellen. Daartoe wilde de aanvrager een studie laten uitvoeren waarin de perspectieven van de huidige uitgeeforganisatie, activiteiten en markt, evenals de voorwaarden voor de continuïteit van het blad in kaart zouden worden gebracht. In de perspectiefstudie zouden vragen worden betrokken als: op welke wijze dient de uitgeeforganisatie te worden ingericht om het blad te laten verschijnen? en welke acties moeten worden uitgezet om de gestelde doelen te realiseren? Aan ons is de vraag voorgelegd om deze studie mee te financieren.

Wij hebben voor dit onderzoek een subsidie ter hoogte van maximaal €9.100 in de vorm van een uitkering beschikbaar gesteld.

**30 november - BV Uitgevers Maatschappij Eilanden-Nieuws voor
Perspectiefstudie Eilanden-Nieuws**

Eilanden-Nieuws is een in 1928 opgericht, tweemaal per week verschijnend betaald nieuwsblad op gereformeerde grondslag, dat op de Zuid-Hollandse en Zeeuwse eilanden wordt verspreid. Het blad had op het moment van de aanvraag te maken met een terugloop in de betaalde oplage en met een groeiende concurrentie op de advertentiemarkt. De uitgever wilde deze ongunstige situatie het hoofd bieden door nieuwe ideeën voor verbetering op te doen middels een perspectiefstudie. Daarin zouden de perspectieven van de huidige uitgeeforganisatie, activiteiten en markt, alsmede de voorwaarden voor de continuïteit van het blad in kaart worden gebracht. Bovendien zouden in de studie vragen aan de orde komen als: welke acties moeten uitgezet worden om de gestelde doelen te realiseren en welke kosten en opbrengsten te verwachten zijn.

In de aanvraag werd verzocht om financiële steun voor het uitvoeren van deze perspectiefstudie. De studie was er op gericht om te bekijken langs welke wegen de organisatie perspectieven zou kunnen genereren. Tevens zou worden gekeken hoe de gewenste verbeteringen het best tot stand gebracht konden worden. Derhalve hebben wij besloten een subsidie ter hoogte van maximaal €9.100 in de vorm van een uitkering ter beschikking te stellen.

2.5. Gezamenlijke projecten

In artikel 54 sub a en 56 Mediabesluit ligt onze bevoegdheid verankerd om uitkeringen te kunnen verstrekken voor gezamenlijke projecten van persorganen. In de toelichting bij deze bepaling is vermeld dat voor deze subsidie alleen meerdere persorganisaties gezamenlijk in aanmerking komen en dat de deelnemende persorganen allemaal binnen onze werkingssfeer dienen te vallen. Bovendien moet het project gericht zijn op structurele verbetering van de exploitatiepositie, binnen een redelijke periode, van de bij het project betrokken persorganen.

In 2006 zijn er geen aanvragen gehonoreerd voor gezamenlijke projecten.

2.6. Onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak

Behalve projecten van persorganen kunnen wij ook onderzoeksprojecten, die de hele persbedrijfstak dienen, ondersteunen. Dit geschiedt krachtens artikel 54 sub c en 58 Mediabesluit en gaat in de vorm van een uitkering. De belangrijkste voorwaarde hierbij is dat de probleemstelling van het onderzoek moet passen binnen onze doelstellingen. Dat betekent onder meer dat de onderzoeksresultaten in beginsel ten goede dienen te komen aan persorganen die binnen de grenzen van onze werkingssfeer vallen. Behalve de probleemstelling dient het

onderzoeksvorstel een doelstelling, een beschrijving van het onderzoek en de methode, een begroting en de wijze van bekendmaking van de resultaten te bevatten.

22 december - NNP voor Pilot innovatieproject

De organisatie van lokale media Nederlandse Nieuwsbladpers (NNP) beoogde haar leden bij te staan bij het maken van de overgang naar de multimediale wereld. Dit onder gelijktijdige verhoging van de kwaliteit van de journalistieke bijdrage. Deze transformatie stelde nieuwe eisen aan redacties, aan de wijze van nieuwsgaring en het selecteren van nieuwsitems. Voor het op gang brengen van een dergelijk proces heeft de NNP een voorstel ontwikkeld dat ingrijpend en grootschalig is en dat vraagt om een doorlooptijd van meerdere jaren. Door middel van een pilotproject met twaalf leden van de NNP wilde zij vaststellen of dat voorstel voldoende draagvlak binnen de organisatie zou krijgen om een grootschalige aanpak te rechtvaardigen. In een periode van circa zes maanden werd daartoe met én voor iedere deelnemer de eigen startpositie en het gewenste ontwikkelingstraject in kaart gebracht. Op basis van deze uitkomsten is vervolgens een definitieve versie van het NNP-voorstel voor de hele sector opgesteld.

Het onderzoek dat in dit project wordt uitgevoerd komt de bedrijfstak ten goede en past tevens binnen onze doelstellingen. Daarom hebben wij besloten een subsidie beschikbaar te stellen in de vorm van een uitkering ter hoogte van €140.400.

22 december - Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) voor Innovatieplatform dagbladjournalistiek

De doelstelling van het project van de NVJ was het stimuleren van innovatieve initiatieven bij kranten. Met bijzondere aandacht voor acties gericht op journalistieke beginselen verband houdend met de persvrijheid, journalistieke onafhankelijkheid en pluriformiteit. Daartoe werd een kennisbank gecreëerd



waarbij regionale, nationale en internationale innovatie initiatieven op het gebied van kranten werden geïnventariseerd en mogelijk ook van een eerste evaluatie werden voorzien. Op middellange termijn beoogde de NVJ een platform te creëren voor innovatieve projecten vanuit een journalistiek perspectief.

Op weg naar dat doel waren verschillende projectfasen voorzien. De eerste fase had het karakter van verkenning en inventarisatie. In deze fase werden mede de doelen voor de middellange termijn nader beschreven en uitgewerkt. In de tweede fase, die een meer tactisch en strategisch karakter had, werden de uitkomsten en besluiten uit de eerste fase opgepakt en uitgevoerd. Op langere termijn werd een derde fase voorzien, waarin de continuïteit van het platform zou worden gewaarborgd. Tevens zou in de laatste fase protocollen en criteria worden ontwikkeld om op een transparante manier initiatieven van journalistieke aard te kunnen beoordelen. De aanvraag tot medefinanciering richtte zich op de eerste twee fasen.

Omdat dit onderzoek de bedrijfstak geheel ten goede zou komen is besloten tot het inwilligen van de aanvraag in de vorm van een uitkering ter hoogte van €27.500.

2.7. Bezwaar en beroep

Sinds het moment dat de Mediawet in werking trad functioneren wij als zelfstandig bestuursorgaan. Dit brengt met zich mede dat aanvragers de mogelijkheid hebben om tegen onze beslissingen in geweer te komen. Die mogelijkheid bestaat op grond van de Algemene Wet Bestuursrecht. Hierin is tevens de rechtsgang bepaald die aanvragers kunnen volgen indien zij een beschikking van ons willen aanvechten.

Beroepszaak Goal

De subsidieaanvraag van de in de opstartfase verkerende krant Goal is in 2005 tot

tweemaal toe afgewezen en leidde derhalve tot een beroepszaak. In beide gevallen was de overweging dat de krant niet binnen de werkingssfeer viel, omdat 50 tot 75 procent van de redactionele inhoud aan sport en sportgerelateerde zaken gewijd zou worden en slechts een klein gedeelte nieuws en nieuwsbespiegeling over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit zou gaan bevatten. Later dat jaar werd ook het verzoek tot heroverweging van het genomen besluit niet gehonoreerd, omdat er geen nieuwe feiten of argumenten werden aangevoerd die aanleiding gaven tot heroverweging.

Op basis van de afwijzingen en ons besluit tot het niet honoreren van het heroverwegingsverzoek heeft Goal doen besluiten om in februari 2006 een beroepschrift bij de rechtbank te Amsterdam in te dienen.



3. Onderzoek, studie en advies

Behalve met het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers, voor zover van belang voor de informatie en opinievorming, zijn wij ook belast met het verrichten dan wel doen verrichten van onderzoek betreffende het functioneren van de pers. In 2006 zijn resultaten beschikbaar gekomen van twee onderzoeken. Van beide volgt verderop een samenvatting. Op onze website (www.svdp.nl) zijn de volledige onderzoeksresultaten te vinden.

Voorts heeft de studie naar de transformatie en innovatie in de dagbladpers een vervolg gekregen. De onderzoekscommissie is hiervoor in maart 2006 voor een studiereis afgereisd naar de Verenigde Staten en Zuid-Korea.

Naast de resultaten van onderzoeken en de continuering van de studie zijn er bovendien twee adviezen aan de toenmalige minister van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) uitgebracht. In het advies betreffende kleinschalige informatieproducten is beoogd speciale aandacht te vragen voor het grote belang van dergelijke producten voor de informatievoorziening en de pluriformiteit daarvan. In het tweede advies is getracht antwoord te geven op de vraag van de minister van OCW of gratis (landelijk en niet-landelijk) verspreide huis-aan-huisbladen die een nieuwsfunctie vervullen onder de werkingssfeer van ons Fonds zouden kunnen vallen.

Verder is in 2006 opnieuw het seminar Platform for Publishers gehouden. Het hoofddoel van dit seminar is kleine zelfstandige uitgeverijen te helpen met het met het omgaan en oplossen van problemen waarmee zij in de praktijk geconfronteerd worden.

3.1. Onderzoek

In het verslagjaar is opdracht aan GEA adviesgroep verleend tot de uitvoering van het onderzoek distributie en losse verkoop. In 2006 zijn de resultaten beschikbaar gekomen van het onderzoek naar de bijdrage van print en online dagbladen aan de pluriformiteit van de nieuwsvoorziening in Nederland, uitgevoerd door Richard van der Wurff en Edmund Lauf (The Amsterdam School of Communications Research ASCoR, Universiteit van Amsterdam). Ook zijn de resultaten beschikbaar gekomen van het onderzoek naar lokale medialandschappen in Nederlandse gemeenten, uitgevoerd door dr. Maurice Vergeer (Communicatiewetenschap, Radboud Universiteit Nijmegen).

Online dagbladen en pluriformiteit

In het onderzoek naar de bijdrage van print en online dagbladen aan de pluriformiteit van de nieuwsvoorziening in Nederland stond de vraag centraal wat de opkomst van online dagbladen voor de pluriformiteit van de maatschappelijke nieuwsvoorziening op nationaal en regionaal niveau betekent.

De onderzoeksresultaten laten zien dat de beschikbaarheid van en concurrentie tussen nieuwsdiensten van hetzelfde mediumtype een bijdrage leveren aan de diversiteit op de nationale markt. Nieuwsdiensten van verschillende mediumtypen overlappen elkaar veelal. Scherp gesteld betekent dit, dat op de nationale markt online dagbladen weinig toevoegen aan de diversiteit. Op regionale markten, echter, waar de concurrentie tussen nieuwsdiensten grotendeels afwezig is, draagt de aanwezigheid van c.q. concurrentie tussen verschillende nieuwsmedia wel bij aan de diversiteit, maar minder dan concurrentie binnen een mediumtype. Dit verschil tussen nationale en regionale dagbladen komt echter niet zozeer door verschillen in hun inhoud, maar meer door verschillen in het overige aanbod op desbetreffende markten. Overigens verwachten Van der Wurff en Lauf dat naarmate de concurrentie tussen mediumtypen op de multimedia markt toeneemt, de aanwezigheid van verschillende mediumtypen sterker zal bijdragen aan de diversiteit. Tot slot geven de onderzoekers aan dat online dagbladen zich qua



inhoud en functie meer moeten onderscheiden van print dagbladen en andere nieuwsmedia willen zij een bijdrage leveren aan het vergroten van de pluriformiteit. Hiervoor reiken zij in hun onderzoek een aantal mogelijkheden aan.

Lokale medialandschappen in Nederland 2005

Het onderzoek naar lokale medialandschappen in Nederland door Vergeer had het doel zich te richten op de actuele en integrale beschrijving van lokale medialandschappen. Uit de studie is een inventarisatie naar voren gekomen omtrent de aanwezigheid van typen lokale media en de omvang van en diversiteit binnen lokale medialandschappen. Hieruit is gebleken dat er grote variatie in aard en omvang van lokale medialandschappen in Nederland is, welke deels verklaarbaar is op basis van gemeentekennmerken. In de studie is niet onderzocht hoe deze lokale media zich redactioneel gezien van elkaar onderscheiden. Dat zal mogelijk in een vervolgstudie aan de orde komen.

3.2 Studie

De studie naar de transformatie en innovatie die in de dagbladpers gaande is, is in 2006 gecontinueerd. Dit om beter inzicht te krijgen in de ontwikkelingen die voor de toekomst van de krant van belang zijn. In maart is er onder meer een studiereis gemaakt. Uit interviews, deskresearch en aangereikte stukken van een eerdere studiereis naar Noord-Amerika zijn zes invalshoeken gedestilleerd die de bouwstenen vormden voor het onderzoek en als leidraad functioneerden voor de studiereis naar de Verenigde Staten en Zuid-Korea, te weten:

1. Nieuwe doelgroepen

De belangrijkste doelgroepen zijn jongeren en minderheden. Jongeren die zich steeds meer afwenden van de krant als gedrukt product. Terwijl krantenbedrijven er alles aan doen om deze (ook commercieel interessante) doelgroep te bereiken, van speciale projecten op scholen

tot speciale edities van kranten. In de VS vormen kranten voor minderheden één van de weinige groeisectoren.

2. *Nieuwe technologie*

Hoewel het *world wide web* niet echt nieuw genoemd kan worden, maakt het internet, zeker in relatie tot elektronische producten als mobiele telefoons, PDA's en oprolbare elektronische schermen, een ontwikkeling door waarvan het einde nog niet inzicht is. Deze ontwikkeling dwingt uitgevers voortdurend na te denken over de te volgen koers.

3. *Nieuwe exploitatievormen*

Internet en gedrukte producten, gratis en/of betaald met alle tussenvarianten ter realisatie van een rendabele exploitatie. Plus de vraag welke rol reclame en rubrieksadvertenties in dit geheel vervullen. Bovendien is er aandacht voor de rol van de aandeelhouders.

4. *Nieuwe journalistiek*

Internet maakt nieuwe vormen van journalistiek mogelijk. Vooral de opkomst van het fenomeen *blogging* roept vragen over de rol van de professionele journalist en de kwaliteit van het gebodene. Aan de andere kant biedt het mogelijkheden om de lezer aan de krant te binden.

5. *Nieuwe verbanden*

Het krantenbedrijf kan zich omvormen tot een multimediale uitgever, die via verschillende media de consument probeert te bereiken. Ook ingegeven door het feit dat de consument steeds meer een grazer wordt en niet meer één favoriet medium heeft. Deze gedachte sluit tevens aan bij platform- dan wel diversificatiegedachte.

6. *Nieuwe maatschappij*

Welke algemene maatschappelijke ontwikkelingen doen zich voor? Te denken valt aan ontleding, een opmars in het gebruik van internet, beeldcultuur etc.

In 2006 is gestart met een rapportage getiteld *De Krant Doorgeklikt*. Dit rapport als resultaat van de studie naar de transformatie en innovatie die in de dagbladders gaande is. Het rapport is in 2007 verschenen.

3.3 Advies

Op 22 november 2006 hebben wij twee adviezen aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen uitgebracht: één over de positie van gratis bladen en één over kleinschalige informatieproducten. Ten aanzien van gratis bladen hebben wij gesteld dat er geen principiële reden bestaat om lokale of landelijke gratis bladen, die aan alle overige criteria van de werkingssfeer van ons Fonds voldoen, uit te sluiten van steunmogelijkheden louter omdat ze gratis worden verspreid. Ons advies was derhalve het criterium van de betaalde verspreiding uit de Mediawet te schrappen. Aangaande het advies over kleinschalige informatieproducten hebben wij een aantal overwegingen, conclusies en aanbevelingen inzake het overheidsbeleid hiervoor aangereikt. Op beide adviezen is nog geen reactie van de minister ontvangen.

De positie van gratis bladen

In de adviesaanvraag aangaande de positie van gratis bladen (landelijken niet-landelijk) in relatie tot onze werkingssfeer stonden de volgende vragen centraal:

- A) In hoeverre voldoen gratis bladen aan de omschrijving van de werkingssfeer van ons Fonds?
- B) Hoe moet worden omgegaan met de wettelijke voorwaarde ‘verspreiding tegen betaling’?
- C) Indien gratis bladen voor steunverlening in aanmerking komen, welke criteria zijn dan wenselijk?

1. Nieuwsfunctie van gratis bladen

Voor dit advies is er uitvoerig overleg met de landelijke organisatie van lokale nieuwsmedia (NNP) geweest en is er marktverkenning gedaan. NNP wees op de nieuwsfunctie van gratis bladen die veelal eenzelfde functie vervullen als kranten die van oudsher tegen betaling worden bezorgd. Herhaaldelijk bericht de lokale krant als enig onafhankelijk medium structureel over de lokale politieke besluitvorming en levert daarmee een bijdrage aan de politieke meningsvorming. Dergelijke bladen spelen een belangrijke rol bij de integratie van allochtonen. Ze worden aan huis bezorgd, geschreven in begrijpelijke taal en bieden het buurtnieuws, variërend van informatie over ingrijpende verkeersmaatregelen tot winkelaanbiedingen. Bovendien informeert de lokale overheid in de regel haar bewoners via diezelfde lokale (betaalde of gratis) krant.

2. Marktverkenning

Uit marktonderzoek is gebleken dat plusminus zeventig uitgevers met circa 180 lokale kranten zich hebben verenigd in de NNP. Samen produceren en verspreiden zij een gezamenlijke weekoplage van ruim drie miljoen exemplaren. Hiervan verschijnen veertig kranten op abonnementsbasis, de rest gratis. Uit onderzoek van de ASCoR naar lokale en regionale media¹ blijkt dat in 2003 meer dan 800 huis-aan-huisbladen verschenen. Ruim 600 daarvan droegen overwegend een algemeen karakter en verschenen minstens wekelijks; de rest betrof minder frequent verschijnende bladen. De verspreide oplage van de huis-aan-huisbladen met een meer algemeen karakter bedroeg ruim 21 miljoen exemplaren. Uitgevers van regionale dagbladen waren de belangrijkste partijen in deze huis-aan-huisbladmarkt; ruim de helft van deze markt was in bezit van de vier grootste dagbladuitgevers. Ander onderzoek² geeft inzicht in de beschikbaarheid van lokale media per gemeente. Zoals blijkt uit dat onderzoek worden in 35,3 % Nederlandse

¹ P. Bakker, Amsterdam School of Communications Research ASCoR, Communicatiewetenschap - Universiteit van Amsterdam: 'Lokale & Regionale Media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik 1981-2003', onderzoek in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers, februari 2004. Verschenen als bijlage 1 in: 'Van vangnet naar springplank. Advies aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de regionale en lokale informatievoorziening via de pers', Rapporten voor het Stimuleringsfonds voor de Pers, R8, Den Haag, 29 juli 2004.

² M. Vergeer, Communicatiewetenschap Radboud Universiteit Nijmegen: 'Lokale Medialandschappen in Nederland 2005', februari 2006.



gemeenten nieuwsbladtitels aangeboden. Ruim 5 % van de gemeenten beschikt over meerdere nieuwsbladtitels. In 4,9% van Nederlandse gemeenten wordt geen of slechts één huis-aan-huisbladtitel aangeboden. In 95,1% van Nederlandse gemeenten verschijnen twee of meer huis-aan-huisbladtitels. Wat betreft de landelijk verspreide gratis bladen kent ons land sinds 21 juni 1999 gratis dagbladen (Metro en Spits).

In bovengenoemde onderzoeken is en wordt primair gekeken naar de aanwezigheid van verschillende typen media in Nederlandse gemeenten. Dit impliceert dat er geen antwoord kan worden gegeven op de vraag of en zo ja in hoeverre die bladen in belangrijke mate nieuws, achtergrondinformatie, analyse en commentaar bevatten over de maatschappelijke actualiteit mede in het belang van de politieke meningsvorming. De vraag in hoeverre ze daarmee voldeden respectievelijk voldoen aan de omschrijving van onze werkingssfeer vraagt daarom nader inhoudsanalytisch onderzoek.

3. Huidige criteria werkingssfeer Stimuleringsfonds

Uit mededelingen van de NNP en eigen ervaringen is afgeleid dat zich in de groep van gratis bladen wel degelijk persorganen bevinden die voldoen aan inhoudscriteria van onze werkingssfeer. Doch gelden voor bladen binnen onze werkingssfeer meer voorwaarden. Vooropgesteld moet worden dat voor ieder blad de in artikel 130 Mw, eerste en tweede lid, vastgelegde eis van toepassing is. Bovendien gelden de eisen betreffende de vorm van exploitatie en de inhoud, zoals neergelegd in artikel 129 lid 2 Mw. In de Memorie van Toelichting van de Mediawet werd hierbij opgemerkt dat:

- onderdeel a primair betrekking heeft op periodieken in de Nederlandse taal, maar dat het eventueel ook betrekking kan hebben op bladen in de taal van een minderheid;
- in onderdeel b bij 'in belangrijke mate' wordt gedacht aan 75 procent van de redactionele ruimte;
- in onderdeel b met 'gevarieerd deel' wordt bedoeld: betrekking hebbend op uiteenlopende sectoren van de samenleving.

Hierbij mede aangetekend dat op grond van de Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internet-informatieproducten in afwijking van het bovenstaande aan minderhedenbladen alleen de criteria a t/m c en e t/m h worden gesteld. Ter vervanging van criterium d geldt voor deze bladen dat ze ook minder dan eenmaal per maand, doch minimaal één keer per kwartaal kunnen (gaan) verschijnen. Voor internetuitgaven zijn in afwijking van het bovenstaande de criteria a t/m e, g en h van toepassing. Dit betekent dat aan deze uitgaven niet de voorwaarde wordt gesteld dat zij tegen betaling verkrijgbaar zijn. Gratis bladen voldoen naar hun aard niet aan het criterium dat ze tegen betaling beschikbaar worden gesteld. Maar de vraag rijst, indien ze aan alle overige criteria voldoen, of ze dan wel tot de werkingssfeer van ons Fonds kunnen worden toegelaten. Vervolgens ontstaat de vraag hoe om te gaan met de wettelijke voorwaarde ‘verspreiding tegen betaling’?.

4. Criterium ‘verspreiding tegen betaling’

Het criterium ‘verspreiding tegen betaling’ is hoofdzakelijk gericht op gratis huis-aan-huis verspreide advertentiebladen, om deze van onze werkingssfeer uit te zonderen. Toch voldoen dergelijke bladen vaak overwegend al niet aan het criterium betreffende de vorm van hun redactionele inhoud (artikel 129 lid 2 sub b Mw). Bovendien beoogt deze voorwaarde in te spelen op het feit dat de betaling een indicatie geeft van de belangstelling van de lezers voor het gebodene. Daar staat niettemin tegenover dat de lezer in algemene zin steeds minder financiële middelen beschikbaar stelt om nieuws en achtergrondinformatie tot zich te nemen. Mede gelet op de omstandigheid dat dergelijke informatie steeds meer en gratis via het internet en een lokale omroep kan worden verkregen. Verspreiding van betaalde bladen vergroot in beginsel de kans dat de lezers, uit belangstelling voor het product, daarvoor gekozen hebben. Daarmee is echter niet de mogelijkheid uitgesloten dat gratis bladen zich in belangstelling van de zijde van lezers mogen verheugen. De ervaring leert dat gratis bladen wel degelijk worden gelezen en gewaardeerd.

5. Advies

Het voorgaande voert tot de conclusie, dat er voor ons geen wezenlijke reden meer bestaat om gratis bladen die aan de overige criteria voor de werkingssfeer van ons Fonds voldoen, van steunmogelijkheden uit te sluiten louter omdat ze gratis worden verspreid. Dit geldt zowel voor lokale als voor landelijke gratis bladen. Met het oog daarop hebben wij geadviseerd de voorwaarde ‘verspreiding tegen betaling’ uit artikel 129, tweede lid sub f Mw te schrappen. Let wel de voorwaarden uit artikel 129 lid 2 en 130 lid 1 en 2 Mw blijven onverminderd van kracht en impliceert dat gratis bladen uitsluitend voor steunverlening in aanmerking kunnen komen als ze hieraan voldoen.

Hierbij wordt voorts nog aangetekend dat voornamelijk in lokale markten een onderlinge concurrentiestrijd tussen gratis en betaalde bladen kan leiden tot een verscherping van concurrentieverhoudingen. Dit gebeurt wanneer het gratis blad wel en het betaalde blad niet zou worden gesteund. Die mogelijkheid kan zich thans ook al voordoen, maar dan in omgekeerde richting. Aan de principiële ongelijkheid tussen beide soorten bladen zou in ieder geval door het schrappen van het betaal criterium een einde kunnen komen. Afgezien daarvan trachten wij tevens zicht te krijgen in de continuïteitsgevaaren, de alternatieve financieringsbronnen en het project gericht op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode bij het beoordelen van de desbetreffende aanvraag. Het project dat onze goedkeuring vereist zal onder meer antwoord moeten geven op de vraag naar de oorzaken van omzetsdaling en de mate waarin de desbetreffende uitgever al dan niet door eigen toedoen in die situatie is geraakt. Ook de marktkansen en de wijze waarop de aanvrager op die kansen beoogt in te spelen worden daarbij onder de loep genomen.

Tot slot hebben we overwogen tot welke financiële consequenties de door ons beoogde verruiming van de werkingssfeer richting gratis bladen zou kunnen leiden. Die zijn echter moeilijk in te schatten. Vermeldenswaard is dat sinds onze oprichting tot op heden slechts acht projecten van acht lokale bladen voor in totaal bijna één miljoen euro zijn ondersteund. Bovendien zijn de criteria voor

steunverlening ook na schrapping van het betaalcriterium niet dermate ruim dat rekening gehouden dient te worden met een toeloop van gratis bladen.

Kleinschalige informatieproducten

Met dit advies beoogden wij speciale aandacht te vragen voor het grote belang van dergelijke kleinschalige producten voor de informatievoorziening en de pluriformiteit daarvan in de samenleving. In de regel blijft dit belang in actuele ontwikkelingen rond mediaconcentratie onderschat. Daarenboven hebben wij in dit advies de mogelijke consequenties van relevante ontwikkelingen aangestipt.

De term kleinschalige informatieproducten suggereert een duidelijk af te bakenen groep, terwijl die groep feitelijk bestaat uit een verzameling van sterk van elkaar verschillende producten, zoals nieuwsbladen, weekbladen of maandbladen en een aantal internet-informatieproducten. Met relatief kleine doelgroepen, die sterk van elkaar variëren moeten deze producten elk een bepaalde minimumomvang van hun doelgroepen in hun oplagen- of bereikcijfers weerspiegeld zien om te overleven. Dat ze primair op eigen krachten trachten te overleven ligt onder meer gelet op de institutionele persvrijheid en de daarmee verband houdende noodzaak tot onafhankelijkheid voor de hand. Maar gegeven de zorgplicht van de overheid kan haar een taak toekomen in gevallen waarin kleine producten handicaps in hun functioneren ervaren. Die taak kan het stimuleren van hun eigen functioneren bevatten door drempels weg te nemen en tijdelijke prikkels te verschaffen. Tegen deze achtergrond hebben bedoelde informatieproducten onze voortdurende aandacht.

Onder kleinschalige informatieproducten hebben we voor dit advies die bladen of websites verstaan die zich met informatie en opinie richten op een specifieke, relatief kleinschalige bevolkingsgroep, dan wel op een bestuurlijke of historisch bepaalde geografische eenheid. Onze brede ervaringen met dergelijke kleinschalige producten, die voor een verscheidenheid in onze informatievoorziening een belangrijke rol kunnen spelen, gaven ons aanleiding tot dit advies. Na een uiteenzetting in de eerste vijf subparagrafen van de

afzonderlijke stappen die we op dit gebied hebben ondernomen volgen tot slot onze conclusies en aanbevelingen.

1. Onderzoek naar mogelijke kostenbesparingen

In ons beleidsessay Tussen krantebedrijf en mediaconcern van januari 1992 signaleerden wij dat nieuwe technische ontwikkelingen betere, maar ook eenvoudigere en goedkopere technieken voor het drukken van persorganen mogelijk maken. Dergelijke nieuwe drukmethoden zouden, zo stelden wij toen, bij uitstek geschikt kunnen zijn voor persorganen die qua omvang en oplage klein zijn. Sindsdien hebben zich nieuwe technische ontwikkelingen voorgedaan. Enerzijds leidden die ertoe dat drukkerijen veelal omvangrijke investeringen moesten en nog altijd moeten uitvoeren om de (steeds veeleisender) klant zo goed mogelijk te blijven bedienen. Anderzijds waren er door die nieuwe investeringen in de *pre-press* en *press*-fasen van het productieproces wellicht besparingen mogelijk die ook structureel gunstig in de exploitatiecijfers zouden kunnen doorwerken. Voor kleinschalige bladen zou een besparing op dit punt een essentiële bijdrage kunnen leveren aan de poging een kostendekkende exploitatie te bereiken.

Dit heeft tot de volgende onderzoeksvraag geleid: kunnen nieuwe productietechnieken kostenbesparend werken?. Met als subvraag kan dit op een zodanige manier bereikt worden dat bladen daarmee tevens voordeel kunnen doen bij het verbeteren van hun eigen (financieel-economische) productie?. Als door nieuwe technische ontwikkelingen bladen kostenbesparingen zouden kunnen bereiken, zou dat de exploitatie zozeer kunnen begunstigen dat financiële steun helemaal niet meer of in een aanmerkelijk geringere omvang nodig is.

Bij het uitwerken van deze gedachte kwamen we in contact met GEA adviesgroep, dat een ruime ervaring op het gebied van grafische productie in technische en economische zin heeft opgebouwd. Met het aandienen van een dergelijk concreet geval werd gestart met het onderzoek. In onze opdracht voerde GEA, mede aan de hand van de bevindingen van dit concrete geval, onderzoek uit naar de mogelijkheden van kostenbesparingen onder invloed van nieuwe technische ontwikkelingen.

2. Checklist voor de workflow

In antwoord op die centrale onderzoeksvraag concludeerde GEA in zijn rapport Checklist voor de *workflow* dat er alternatieve manieren benoemd kunnen worden om tot kostenbesparingen te komen in het productieproces van kleine (krantachtige) uitgaven. Deze mogelijkheden werden volgens de onderzoekers echter niet in de eerste plaats veroorzaakt door nieuwe technologie, maar kwamen in zicht door meer detailkennis te vergaren van bestaande mogelijkheden. Nieuwe technologische ontwikkelingen betreffende de productie van (kleine) bladen staan in Nederland nog in de kinderschoenen. Daar waar er al mee gewerkt wordt zijn het vooral de grote uitgevers en grafimediabedrijven die hiermee hun voordeel trachten te doen. De kleintjes zijn in dit opzicht eerder *followers* dan *early adopters*. Echter wat bleek was dat echte detailkennis van verschillende kostenintensieve processtappen in de productie van een uitgave niet voldoende aanwezig was. Deze detailkennis is nodig om tot verdergaande kostenbesparingen te komen. Ofschoon het geen expliciet onderdeel vormde van het onderzoek, bemerkten de onderzoekers terzijde dat het genereren van inkomsten vooral uit advertenties geschiedt, wat het grootste probleem van kleinschalige bladen vormt.

GEA kwam naar aanleiding van deze bevindingen tot interessante aanbevelingen, zoals het opzetten van een kenniscentrum, het ondersteunen van samenwerking en nader onderzoek doen naar distributie. Evenals onderzoek verrichten naar advertentieacquisitie en het organiseren van een seminar voor directies en of uitgevers. Wij concludeerden dat vooral de laatste suggestie ook begunstigend zou kunnen werken voor de realisatie van de andere ideeën.

3. Platform for Publishers (P4P)

Eén van de ideeën naar aanleiding van het GEA-onderzoek was de gedachte om een helpdeskmarkt in te richten. Hier zouden vragers, aanbieders en deskundigen met elkaar in contact kunnen treden als een eerste stap op de weg naar verdere professionalisering. Het resultaat was het seminar Platform for Publishers, dat in

samenwerking met GEA op 1 december 2004 te Amsterdam is georganiseerd. Wegens de grote belangstelling is hier in 2006 een vervolg aangegeven.

4. Ervaring met alternatieve hulpmogelijkheden

In enkele gevallen hebben wij ervaring met vormen van hulp aan kleinschalige bladen in de sfeer van het inschakelen van adviseurs en of onderzoekers. Deze externen hielpen de bladen bij het beter in richten van hun exploitatie.

5. Overige projecten ter begunstiging van de positie van kleinschalige bladen

Afgezien van het ondersteunen van projecten gericht op het rendabel maken van exploitaties van afzonderlijke kleinschalige bladen en andere informatieproducten zijn wij intussen onverkort doorgegaan met het meefinancieren van de meer generieke projecten. Allereerst kunnen in dit verband twee projecten worden vermeld van de NNP, waaraan de laatste jaren de volgende bedragen zijn verleend:

- €15.000 voor twee cursussen georganiseerd door de NNP.
- €30.000 voor het onderzoek over 60 jaar nieuwsbladgeschiedenis in Nederland, geschreven door Jan Maarten Pekelharing.

Verder is er een bedrag van maximaal €13.700 beschikbaar gesteld voor een haalbaarheidsonderzoek uitmondend in de oprichting van een vereniging van zelfstandige tijdschriftuitgevers. Doel van deze koepel, genaamd Bladwijzer, is belangenbehartiging en het oplossen van gemeenschappelijke knelpunten. Zo kunnen kleinere uitgeverijen uitzicht blijven behouden op een zelfstandige, rendabele exploitatie van hun tijdschrift.

Tevens hebben wij besloten een bedrag van hoogstens €62.400 beschikbaar te stellen voor een onderzoek resulterend in een publicatie over het maken van tijdschriften in Nederland. Het onderzoek beoogde de vakkennis in de tijdschriftenbranche vast te leggen. Waardoor alle informatie betreffende de geschiedenis van de bladenbranche en het bedenken, uitwerken en uitgeven van tijdschriftconcepten voor de bedrijfstak beschikbaar komt.

6. Conclusies en aanbevelingen

Dit alles overziende, zijn de volgende conclusies getrokken respectievelijk de volgende aanbevelingen gedaan voor het toekomstige beleid voor kleinschalige informatieproducten:

6.1. De doelstelling van het beleid zal onverminderd dienen te zijn en te blijven het verbeteren van de professionalisering van de desbetreffende journalistieke informatieproducten, om te bereiken dat ze zo snel mogelijk op eigen kracht kunnen (blijven) voortbestaan.

6.2. Sinds enige jaren vraagt de betekenis van kleinschalige persorganen voor de maatschappelijke informatievoorziening onze aandacht. Dat geldt eveneens voor de mogelijkheden die er zijn om hun voortbestaan te faciliteren. Naast het faciliteren (het eenmalig ondersteunen van afzonderlijke rentabiliteitsprojecten) van dergelijke bladen zou het verschaffen van inzicht in voorwaarden om kosten te besparen dan wel opbrengsten te verhogen een optie zijn. De bladen zouden hierdoor zonder verdere ondersteuning tenminste kostendekkend kunnen worden geëxploiteerd.

6.3. Behalve aandacht voor individuele projecten blijft aandacht voor meer generieke projecten onverkort nodig. De bedrijfstak *an sich* zal daartoe ongetwijfeld de nodige projecten aankaarten, dit laat onverlet dat ook wij projecten gericht op discussie en/of onderzoek, kunnen initiëren. Verdere discussie en onderzoek naar (alternatieven voor) de distributie van tijdschriften is en blijft broodnodig. Ook vragen andere probleemgebieden om aandacht. Bijgevolg zijn discussiebijeenkomsten en de bevordering van experimenten en ander onderzoek mogelijke instrumenten ter realisatie van deze doelstelling.

6.4. In het rapport Focus op Functies van februari 2005 is gewezen op het belang van een pluraliteit van aanbieders en een pluriformiteit van het aanbod gericht op een onafhankelijke en kwalitatief hoogwaardige voorziening van nieuws en

actualiteiten. Voor de pers impliceert dit dat zij meer werk zou kunnen en moeten maken van innovatie, zeker om een nieuwe, meer eigentijdse invulling te kunnen geven aan haar belangrijke functies op het gebied van informatie en opinie. Deze bedrijfstak verkeert in een overgangsfase, waarin gedrukte persmedia enerzijds belemmeringen ervaren in hun pogingen andere terreinen in het medialandschap te betreden en anderzijds gestimuleerd moeten worden om die stap te zetten ter wille van hun continuïteit als informatie- en opinieleveranciers. Bijvoorbeeld een transitie van papier naar internet als middel om die informatie en opinie uit te dragen. Dit zou tevens problemen in de distributie van kleine persorganen kunnen ondervangen. Uitgaande van de zorgplicht van de overheid voor een goed functionerende informatievoorziening is het denkbaar dat de overheid voorwaarden schept om de pers in deze overgangsfase de helpende hand te reiken, bijvoorbeeld door het stimuleren van experimenten met nieuwe dragers van informatie en opinie. Deze overheidsassistentie sluit goed aan bij acties van de pers zelf om meer te innoveren, maar waarbij verschillende financiële problemen rijzen die belemmerend werken.

6.5. Een van die nuttige instrumenten voor kleine media is het inschakelen van een organisatieadviesbureau met ervaring op het gebied van *pre-press*, *press*- en *afterpress*activiteiten. Voor bladen binnen de werkingssfeer van het Stimuleringsfonds kan dit instrument medegefinancierd worden op basis van artikel 54 sub c en 57 Mb.

6.6. Beide instrumenten (onderzoek en seminar) zouden in een breder kader van een kenniscentrum kunnen worden geplaatst, dat GEA adviesgroep eerder heeft aanbevolen. Wij zouden in deze fase een dergelijk kenniscentrum voorshands willen zien als een virtueel platform van mogelijke beleidsinstrumenten.

7. Financiële consequenties

Rest ten slotte de vraag welke gevolgen onze aanbevelingen zouden kunnen hebben voor onze beschikbare financiële middelen. In het navolgende overzicht

geven wij een raming van de extra middelen die wij hiervoor jaarlijks noodzakelijk achten. Waar PM-post vermeld is zijn wij van mening dat de benodigde middelen via onze reguliere begroting opgevangen kunnen worden.

Tabel 2. Raming van extra middelen

Bijzondere activiteiten voor kleinschalige producten	Begroting extra middelen Stimuleringsfonds voor de Pers op jaarbasis (in EURO)
Website P4P	10.000
Publicaties	PM
P4P + Workshops	40.000
Generieke steun onderzoek	PM
Generieke steun samenwerking	PM
Gerichte steun rentabiliteitsproject	PM
Quickscan	30.000
Quickscan+	50.000
Perspectiefstudie	70.000
Gerichte steun voor organisatieonderzoek	PM

Gelet op het aantal steunaanvragen voor organisatieonderzoek én rekening houdend met de kosten van Quickscan, Quickscan+ en perspectiefstudie, verwachten wij dat de beoogde verruiming een extra beslag op de middelen zal leggen van maximaal €200.000. Wij adviseerden de minister deze verruiming in te voeren voor een experimentele periode van drie jaar, kortom voor drie jaren een extra bedrag van ten hoogste €600.000.

3.4. Seminar

Wegens groot succes in 2004 is op 29 november 2006, wederom met GEA Adviesgroep, een tweede aflevering van het seminar Platform for Publishers georganiseerd. Het doel van dit seminar was kleine zelfstandige uitgeverijen te helpen met het omgaan en oplossen van problemen waarmee zij in de praktijk

geconfronteerd worden. Dit is gerealiseerd door aan de meer dan honderd deelnemers gevarieerde lezingen, parallelsessies en een informatiemarkt met ervaringen van deskundigen aan te bieden.

Ditmaal vond het evenement plaats in DeFabrique te Utrecht. Het dagprogramma gaf onder meer inzicht in de ontwikkelingen in de uitgeverijmarkt. Bovendien kwamen interessante onderwerpen van het uitgeefproces, zoals strategieën, het ontwikkelen van een blad- en brandformule, de marketingmix van een tijdschrift, multimediaal uitgeven en mogelijkheden en alternatieven van distributie en losse verkoop aan de orde. Daarnaast konden de deelnemers van het seminar onderling kennis maken, netwerken en van elkaar leren. Ook was er de mogelijkheid om een afspraak met een deskundige op het platform te maken. Door middel van parallelsessies waren de deelnemers in staat een afgestemd programma samen te stellen.

Het evenement was bedoeld voor directies, bestuurders, (hoofd)redacties en andere sleutelfunctionarissen van uitgeverijen, persorganen, stichtingen, instituten en organisaties gericht op het uitgeven van periodieken. Bovendien waren leveranciers (waaronder communicatie- en redactie bureaus, acquireurs, grafimediabedrijven, distributeurs, internetbedrijven) en andere belanghebbenden uitgenodigd.



4. Financiële middelen

Alvorens in dit hoofdstuk de financiële verantwoording over 2006 gepresenteerd wordt, volgt eerst een overzicht van de bronnen van onze financiële middelen en de wijze waarop wij over deze middelen beschikken.

De financiële middelen van ons Fonds zijn oorspronkelijk afkomstig uit opbrengsten uit de etherreclame. Sinds 1989 zijn hier geen middelen meer aan toegevoegd. Dit omdat de voor cultuur verantwoordelijke bewindspersoon - in 2006 de minister van OCW - van mening was dat wij vooralsnog over voldoende financiële middelen beschikte om onze taak naar behoren uit te kunnen voeren.

Het financieel beheer over de beschikbare financiële middelen geschiedt door ons, als zelfstandig bestuursorgaan, geheel zelfstandig. In het balansoverzicht, de staat van baten en lasten en de toelichting op beide, zijn nadere gegevens te vinden aangaande de wijze waarop wij ons van deze taak hebben gekweten in het jaar 2006. Op grond van artikel 126 Mw vergen onze jaarlijkse begroting en jaarrekening goedkeuring van de minister van OCW. Onze jaarrekening over 2005 en de begroting over 2007 verkregen in 2006 deze goedkeuring.

Gezien onze wettelijke taak op het gebied van financiële steunverlening aan individuele persorganen en gelet op de omvang op de inherente risico's achten wij het opnemen op de balans van een Voorziening risico's kredietverlening noodzakelijk. Ieder jaar bij de voorbereiding van onze jaarrekening kijken wij per afzonderlijk verstrekt krediet of er aanleiding is de voorziening aan te passen. De Nationale Investeringsbank (NIB) fungeert als intermediair betreffende onze financiële steunverlening bij kredietverstrekking aan afzonderlijke persorganen. In gezamenlijk overleg stelt de bank kredietoffertes op, waarin de vorm en de voorwaarden van de financiële tegemoetkoming zijn vastgelegd. De hieruit voortvloeiende kredietovereenkomst wordt vervolgens tussen het desbetreffende persorgaan en de NIB namens ons afgesloten. De bank beheert onze

kredietverstrekking en administratie, controleert als eerste of de kredietvoorwaarden worden nageleefd en signaleert een eventueel in gebreke blijven van kredietnemers. Tevens stelt de bank (in bepaalde gevallen) en op ons verzoek een financieel-economisch onderzoek in bij persorganen die een steunaanvraag hebben ingediend. Voor een dergelijk onderzoek kunnen wij ook beroep doen op de expertise van andere deskundigen.

4.1. Jaarrekening

BALANS PER 31 DECEMBER 2006

(na voorgestelde resultaatbestemming)

		2006		2005	
		EURO	EURO	EURO	EURO
Vaste activa					
Inrichting en inventaris	1	PM		PM	
Som der vaste activa			PM		PM
Vlottende activa					
Steunverleningskredieten	2	3.015.118		2.577.170	
Te vorderen interest	3	326.002		332.719	
Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen	4	33.425		23.782	
Liquide middelen	5	10.227.953		11.753.362	
Som der vlottende activa			13.602.498		14.687.033
			13.602.498		14.687.033
Vermogen	6		8.939.939		10.385.086
Voorzieningen					
Voorziening kredietverlening	7		1.668.236		1.618.236
Verplichtingen uit hoofde van steunverleningskredieten			584.803		283.885
Kortlopende schulden	8		2.409.520		2.399.826
			13.602.498		14.687.033

STAAT VAN BATEN EN LASTEN OVER 2006

	Werkelijk 2006 EURO	Begroting 2006 EURO	Werkelijk 2005 EURO
Baten			
Interestbaten minus -lasten	421.753	412.328	460.960
Overige baten	246	600	643
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	421.999	412.928	461.603
Lasten			
Individuele steunverlening			
• Subsidies:			
- Financiële steun t.b.v. persorganen	-77.567	PM	235.821
- Financiële steun t.b.v. onderzoek in opdracht van derden en gezamenlijke projecten van persorganen	147.192	PM	211.934
- Financiële steun t.b.v. minderhedenbladen	488.955	PM	-
- Financiële steun t.b.v. journalistieke internet-informatieproducten	565.093	PM	26.520
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
9	1.123.673	PM	474.275
• Voorbereiding- en uitvoeringskosten			
	-	7.500	-
• Voorziening kredietverlening			
10	50.000	PM	179.857
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	1.173.673	7.500	654.132
<i>Onderzoekskosten</i>	178.301	315.000	134.958
<i>Apparaatskosten</i>			
Bestuurskosten	86.868	92.000	90.832
Personeelskosten	224.103	260.000	211.074
Bureaunkosten	160.884	135.700	136.700
Algemene kosten	43.317	49.000	40.068
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	515.172	536.700	478.674
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	1.867.146	859.200	1.267.764
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
Saldo	-1.445.147	-446.272	-806.161
	<hr/>	<hr/>	<hr/>



4.2. Toelichting bij de jaarrekening

Algemeen

Het Fonds werd als Bedrijfsfonds voor de Pers ingesteld op grond van artikel 123 Mw, van kracht sinds 1 januari 1988. De wet is sindsdien enige malen aan verandering onderhevig geweest. Per 1 juli 2007 is op grond van een wijziging in de Mediawet de naam van het Fonds gewijzigd in Stimuleringsfonds voor de Pers om daarmee tot uitdrukking brengen dat het fonds naast de van oudsher bestaande taak om tijdelijk financiële steun te bieden aan noodlijdende persorganen, ook een stimulerende rol moeten kunnen vervullen bij de modernisering en vernieuwing van het perslandschap. De bepalingen in de Mediawet zijn nader uitgewerkt in het Mediabesluit. Het Fonds heeft rechtspersoonlijkheid.

Doelstelling van het Stimuleringsfonds voor de Pers is het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers voor zover die van belang is voor de informatie en opinievorming. Taken van het Fonds 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 minister of de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).

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 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 Stimuleringsfonds.

Verder kan sinds 12 juli 2002 steunverlening aan uitgevers plaatsvinden op grond van de Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internet-informatieproducten. De uitvoering van deze regeling is door de staatssecretaris opgedragen aan het Stimuleringsfonds voor de Pers en is bestemd voor:

- persorganen die gericht zijn op culturele en etnische minderheden indien de continuïteit dan wel het starten van het persorgaan in gevaar is, respectievelijk niet mogelijk is; en
- projecten gericht op de totstandkoming en verspreiding van journalistieke informatieproducten via het internet.

Sedert het inwerking treden van de Mediawet op 1 januari 1988 werd jaarlijks door de verantwoordelijke bewindspersoon bepaald of bedragen aan het Stimuleringsfonds 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 én van de inkomsten van commerciële omroepinstellingen, die op grond van de wet toestemming hebben gekregen als bedoeld in artikel 71 sub b van de Mw, 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 2006 zijn voor het Stimuleringsfonds 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 in deze jaren. Verder is door deze bewindspersoon besloten om in het kader van de bezuinigingstaakstelling vanaf 2004 in de mediabegroting af te zien van een structurele dotatie ad EUR 2,3 miljoen aan het Stimuleringsfonds.

Gelet op de situatie waarin de persbedrijfstak verkeert en de geconstateerde toename van het aantal aanvragen heeft het Fonds verschillende malen bij het aanbieden van de begroting duidelijk gemaakt dat het op basis van een meerjarenraming voldoende middelen heeft om haar functie tot en met 2010 te kunnen uitoefenen.

Grondslagen van waardering en resultaatbepaling

De jaarrekening is opgesteld volgens de Richtlijn voor de jaarverslaggeving 640 voor organisaties zonder winststreven.

De activa en passiva zijn opgenomen voor de nominale waarde tenzij anders is vermeld.

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 ons als bestuur een besluit tot uitkering is genomen.

Op grond van de Mediawet kan individuele financiële steunverlening in de vorm van kredieten en kredietfaciliteiten aan persorganen 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 wordt

hiervoor een voorziening noodzakelijk geacht. Bij de bepaling van de hoogte van deze 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 algemene zin overeengekomen dat er rente 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.



1. Inrichting en inventaris

Aanschaffingen worden in het jaar van aanschaf volledig afgeschreven. In 2006 is in verband hiermee EURO 2.053 aan kosten verantwoord onder bureaunkosten.

2. Steunverleningskredieten

	2006 EURO	2005 EURO
Stand 1 januari	2.577.170	2.424.413
Bij: verstrekte nieuwe kredieten	520.606	263.382
Af: ontvangen aflossing	-82.658	-110.625
Stand 31 december	<u>3.015.118</u>	<u>2.577.170</u>

3. Te vorderen interest

	2006 EURO	2005 EURO
Deposito's	251.472	251.334
Spaarrekeningen	74.530	81.385
	<u>326.002</u>	<u>332.719</u>

4. Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen

	2006 EURO	2005 EURO
Huur en servicekosten pand	14.895	12.652
Stichting Diversity Affairs	10.000	10.000
Marokko Media	8.530	-
Vooruitbetaalde abonnementen	-	589
Overige	-	541
	<u>33.425</u>	<u>23.782</u>

5. Liquide middelen

Het saldo van de liquide middelen per 31 december 2006 bestaat uit de op de bankrekeningen beschikbare middelen. De onder de liquide middelen opgenomen deposito's zijn als volgt samengesteld:

Looptijd	Rente	Bedrag EURO
Van 24-02-2000 tot 24-02-2009	4,40%	4.537.802
Van 24-02-2000 tot 24-02-2010	6,00%	1.588.231

6. Vermogen

	2006 EURO	2005 EURO
Stand 1 januari	10.385.086	11.191.247
Af: saldo boekjaar	-1.445.147	-806.161
Stand 31 december	<u>8.939.939</u>	<u>10.385.086</u>

7. Voorziening kredietverlening

	2006 EURO	2005 EURO
Stand 1 januari	1.618.236	1.438.379
Bij: dotatie ten laste van het resultaat	50.000	179.857
Stand 31 december	<u>1.668.236</u>	<u>1.618.236</u>

8. Kortlopende schulden

	2006 EURO	2005 EURO
Overige schulden en overlopende passiva	<u>2.409.520</u>	<u>2.399.826</u>

Overige schulden en overlopende passiva

	2006 EURO	2005 EURO
Uitkeringen uit hoofde van individuele steunverlening	2.326.296	2.348.069
Overige	83.224	51.757
	<hr/>	<hr/>
	2.409.520	2.399.826
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

9. Subsidies

	2006 EURO	2005 EURO
Financiële steun t.b.v. persorganen:		
• EB Media BV t.b.v. het blad Xist in Christ	160.628	-
• Stichting Anadolu t.b.v. het blad Dogus	12.280	-
• Stichting Nieuw Rotterdam t.b.v. het opinieblad Nieuw Rotterdam	9.100	-
• BV Uitgeversmaatschappij Eilanden-Nieuws t.b.v. het weekblad Eilanden-Nieuws	9.100	-
• Novib Oxfam Netherlands t.b.v. het door Novib uitgegeven blad onzeWereld	-3.824	-
• De Groene Amsterdammer t.b.v. een onderzoek naar de positionering van het weekblad	-40.230	-
• Stichting Nieuw Israëlitisch Weekblad (NIW) t.b.v. de herlancering van het door de stichting uitgegeven NIW	-99.831	-
• De Roskam ten behoeve van een eenmalige reorganisatie van het weekblad de Roskam	-124.790	-
• Ekin Media t.b.v. het blad Ekin	-	173.786
• Uitgeverij Van Gennep Tijdschriften BV t.b.v. het maandblad Contrast	-	60.000
• Novib Oxfam Netherlands t.b.v. het door Novib uitgegeven blad OnzeWereld	-	23.335
• Keesings Historisch Archief t.b.v. een marketingcampagne	-	-21.300
	-77.567	235.821



Financiële steun t.b.v. onderzoek in opdracht van derden en gezamenlijke projecten van persorganen:	2006 EURO	2005 EURO
• Nederlandse Nieuwsbladpers t.b.v. het NNP Pilotproject 2006 Van plaatselijk sufferdje naar hoeder van de lokale democratie	140.400	-
• Nederlandse Vereniging van Journalisten t.b.v. het project innovatieplatform dagbladjournalistiek	27.500	-
• Freelancers Associatie t.b.v. een onderzoek naar de positie van freelance journalisten	-1.000	-
• Nederlandse Nieuwsbladpers t.b.v. professionalisering van lokale kranten	-1.585	-
• Nederlandse Dagbladpers (NDP) t.b.v. het vervolgpriject gezamenlijke bezorging van dagbladen	-5.298	-
• Nederlandse Vereniging van Journalisten t.b.v. een onderzoeksproject naar de relatie tussen internet en nieuwsvoorziening in wijken	-12.825	-
• Universiteit van Amsterdam t.b.v. het onderzoek van het opzetten en onderhouden van groepsweblog De Nieuwe Reporter	-	115.000
• Instituut voor Informatierecht t.b.v. het onderzoek naar de betekenis, status en inhoud van het redactiestatuut bij dagbladen	-	50.575
• Koninklijke Bibliotheek t.b.v. een onderzoek naar de tentoonstelling Magazine!	-	40.000
• Alexander Neijboer t.b.v. een onderzoek uitmondend in een publicatie over het maken van tijdschriften in Nederland	-	31.200
• Bladwijzer t.b.v. het haalbaarheids-onderzoek naar de oprichting van een vereniging van zelfstandige tijdschriftuitgevers	-	13.700
• Stichting Integratie Allochtonen t.b.v. het onderzoek voor het Europees Multicultureel Magazine Media Project (EM3)	-	-36.302
• Faculteit der Politieke en Sociaal Culturele Wetenschappen t.b.v. een onderzoek inzake de conferentie Journalistieke Cultuur in de twintigste eeuw	-	-2.048
• Stichting Het Nederlands Persmuseum t.b.v. het onderzoeks- en tentoonstellingsproject 'Van levensles tot lifestyle'	-	-191
	147.192	211.934

	2006 EUR	2005 EUR
Financiële steun t.b.v. minderhedenbladen		
• Time Media Group t.b.v. het Turkstalig blad Zaman Hollanda	160.513	-
• Stichting Damsko SC t.b.v. het blad Obsession Magazine	124.813	-
• Stichting Dalili Cultimedia t.b.v. het blad Dalili	100.000	-
• Stichting Mashal t.b.v. het blad Mashal	71.289	-
• J&R Media t.b.v. het blad Colorfull Magazine	40.310	-
• Solo Caribisch Nederlands Magazine t.b.v. het blad Solo Positivo	-7.970	-
	488.955	-

Financiële steun t.b.v. journalistieke internet-informatieproducten

• Stichting Maroc.nl t.b.v. het internet-informatieproduct Ahlan.nl	180.000	-
• Mira Media t.b.v. een multiculturele portalsite	180.000	-
• Marokko Media t.b.v. internet-informatieproduct nieuws.marokko.nl	138.000	-
• Stichting IDW t.b.v. de nieuwssite Redactie Binnenland	77.906	-
• Marge Mediaproducties t.b.v. internet-informatieproduct Ditishoevenlaken.nl	33.112	-
• Schagenvandaag.nl t.b.v. internet-informatieproduct www.schagenvandaag.nl	6.000	-
• Oneworld.nl t.b.v. de nieuwssite Wereld.Nieuws	-1.395	-
• Marokko Media t.b.v. het internet-informatieproduct nieuws.marokko.nl	-48.530	-
• Stichting Promolat t.b.v. het internet-informatieproduct Noticias	-	26.520
	<hr/>	<hr/>
	565.093	26.520
	<hr/>	<hr/>
	1.123.673	474.275
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

10. Voorziening kredietverlening

Verwezen wordt naar de specificatie onder het hoofd 'Voorziening kredietverlening'.

4.3. Accountantsverklaring

Verantwoordelijkheid van het bestuur

Wij hebben de in dit rapport opgenomen jaarrekening 2006 van het Stimuleringsfonds voor de Pers te Den Haag bestaande uit de balans per 31 december 2006 en de Staat van baten en lasten over 2006 met de toelichting gecontroleerd.

Verantwoordelijkheid bestuur

Het bestuur van de vereniging is verantwoordelijk voor het opmaken van de jaarrekening die het vermogen en het resultaat getrouw dient weer te geven in overeenstemming met de Richtlijn voor de jaarverslaggeving 640 voor organisaties zonder winststreven. Deze verantwoordelijkheid omvat onder meer: het ontwerpen, invoeren en in stand houden van een intern beheersingssysteem relevant voor het opmaken van en getrouw weergeven in de jaarrekening van vermogen en resultaat, zodanig dat deze geen afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten bevat, het kiezen en toepassen van aanvaardbare grondslagen voor financiële verslaggeving en het maken van schattingen die onder de gegeven omstandigheden redelijk zijn.

Verantwoordelijkheid van de accountant

Onze verantwoordelijkheid is het geven van een oordeel over de jaarrekening op basis van onze controle. Wij hebben onze controle verricht in overeenstemming met Nederlands recht. Dienovereenkomstig zijn wij verplicht te voldoen aan de voor ons geldende gedragsnormen en zijn wij gehouden onze controle zodanig te plannen en uit te voeren dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat. Een controle omvat het uitvoeren van werkzaamheden ter verkrijging van controle-informatie over de bedragen en de toelichtingen in de jaarrekening. De keuze van de uit te voeren werkzaamheden is afhankelijk van de professionele oordeelsvorming van de accountant, waaronder begrepen zijn beoordeling van de risico's van afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten. In die

beoordeling neemt de accountant in aanmerking het voor het opmaken van en getrouw weergeven in de jaarrekening van vermogen en resultaat relevante interne beheersingssysteem, teneinde een verantwoorde keuze te kunnen maken van de controlewerkzaamheden die onder de gegeven omstandigheden adequaat zijn maar die niet tot doel hebben een oordeel te geven over de effectiviteit van het interne beheersingssysteem van de vereniging. Tevens omvat een controle onder meer een evaluatie van de aanvaardbaarheid van de toegepaste grondslagen voor financiële verslaggeving en van de redelijkheid van schattingen die het bestuur van de vereniging heeft gemaakt, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van de jaarrekening.

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is als basis voor ons oordeel.

Oordeel

Naar ons oordeel geeft de jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van het Stimuleringsfonds voor de Pers per 31 december 2006 en van het resultaat over 2006 in overeenstemming met de Richtlijn voor de jaarverslaggeving 640 voor organisaties zonder winststreven.

Den Haag, 12 september 2007

KPMG ACCOUNTANTS N.V.

L.H. Barg RA