

Jaarverslag 2004

**BEDRIJFSFONDS
VOOR DE PERS**

Jaarverslag 2004

Bedrijfsfonds voor de Pers

Bedrijfsfonds voor de Pers

Prinsessegracht 19
2514 AP Den Haag

T 070 361 71 11
F 070 361 71 08

Inhoud

Verlag over 2004 4

Bestuur & Bureau 5

1. Advies aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap 7

2. Subsidieverlening 15

2.1. Aanvragen voor afzonderlijke persorganen 18

2.2. Aanvragen voor minderhedenbladen 20

2.3. Aanvragen voor internet-informatieproducten 26

2.4. Aanvragen voor gezamenlijke projecten 38

2.5. Aanvragen voor onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstaking 39

2.6. Bezwaar en beroep 41

3. Onderzoek, studie & seminar 43

3.1. Onderzoek 45

3.2. Studie 47

3.3. Seminar 67

4. Financieel jaarverslag 69

4.1. Jaarrekening 72

4.2. Toelichting bij de jaarrekening 74

4.3. Accountantsverklaring 85

Verslag over 2004

In totaliteit hebben wij in het verslagjaar 39 subsidieaanvragen behandeld. Hiervan werden negentien aanvragen toegewezen. Eind 2003 was er het voorgenomen besluit om de aanvraag toe te wijzen voor DIF, Bond van Adverteerders en Hindulife en behoren derhalve tot de subsidietoekenning van 2004. Aan twintig subsidieaanvragers is aangegeven dat bij het Fonds het voornemen bestond de aanvraag te zullen gaan afwijzen. Hiermee zijn de aanvragers in de gelegenheid gesteld de aanvraag in te trekken en daarmee publicatie van het besluit te voorkomen. Voor uiteindelijk drie aanvragen is ook het verzoek tot heroverweging van het besluit afgewezen. In het verslagjaar is één aanvraag, van Spiegel Historiael, definitief afgewezen. Bovendien hebben vier aanvragen niet tot besluitvorming geleid omdat de behandeling werd aangehouden in afwachting van nadere informatie. Tot slot hebben twee subsidieaanvragers te kennen gegeven geen gebruik te zullen maken van de toewijzing (KinderKrant en Kidsweek). Het aantal definitieve subsidietoewijzingen komt daarmee op zeventien.

De Organisatie

Het Bedrijfsfonds voor de Pers wordt geleid door een bestuur, bijgestaan door een bureau. De organisatie heeft ten doel het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers, voor zover die van belang is voor de informatie en opinievorming. In elf plenaire vergaderingen zijn er 39 subsidieaanvragen behandeld, diverse voortgangsrapportages naar aanleiding van subsidieverleningen uit voorgaande jaren besproken en goedgekeurd en zijn de bedragen voor subsidieverstrekking definitief vastgesteld.

Het bestuur bestond in 2004 uit de volgende leden:

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

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

dhr. S.M. (Simon) Korteweg (Thesaurier)

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

dhr. F.I.M. (Ferry) Houterman,

Benoemd als bestuurslid bij KB van 24 januari 1997 ingaande 1 maart 1997. Herbenoemd bij KB van 18 april 2002 ingaande 1 maart 2002.

drs. D. (Dowlatram) Ramlal,

Benoemd als bestuurslid 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 ingaande 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 ingaande 1 juli 2003.

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

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

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

Het bureau bestond in 2004 uit de volgende leden:

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

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

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

mevr. J. (Joyce) Olree-Benzie, administratief medewerkster

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

1. Advies aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Naar aanleiding van zorgelijke geluiden over persconcentraties en hun gevolgen heeft het Bedrijfsfonds voor de Pers mede op basis van een aantal onderzoeken het advies 'Van vangnet naar springplank' opgesteld en aangeboden aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Vanwege het karakter van de signalen over de concentraties en het belang van de politieke meningsvorming heeft het Fonds de ontwikkelingen in de lokale en regionale informatievoorziening in kaart laten brengen. Daar wij vinden dat de overheid een zorgplicht heeft voor een goed functionerend medialandschap, met als de belangrijkste opdracht om in een medialandschap dat ingrijpend verandert (o.a. concentratie, digitalisering, convergentie) waarborgen te blijven scheppen voor wat van wezenlijk belang is: verscheidenheid en eigenheid, objectiviteit en onafhankelijkheid, kwaliteit en herkenbaarheid, toegankelijkheid, verspreiding en betaalbaarheid.

'Lokale nieuws- en informatievoorziening op de tocht?' Vormde het onderwerp van het advies aan de staatssecretaris. In dit advies werd gepleit voor de invoering van een stimuleringsregeling ten behoeve van vernieuwende journalistieke producties die lokale bestuurlijke en politieke informatie omvatten. Daarnaast heeft er een pleidooi plaatsgevonden voor een versoepeling van de cross-ownershipregeling om ondernemingen niet langer in hun mogelijkheden te belemmeren en een pleidooi voor handhaving van de bestaande subsidieregelingen van het Fonds, maar dan meer toegespitst op substantiële vernieuwing. Persconcentratie op lokaal en regionaal niveau is een onderwerp, dat nauwgezet de aandacht verdient. Daarbij dient zich steeds weer de vraag aan welke gevolgen voortvloeien uit het samenvoegen en zelfs opheffen van regionale dagbladen en lokale nieuws- en andere informatiebladen. Leidt dat tot verschraling of verdwijnen van de regionale/lokale informatievoorziening? In het bijzonder wanneer voldoende lokale informatie over bestuurlijke en politieke zaken ontbreekt, kan aan het

functioneren van staatsburgers afbreuk worden gedaan. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de uitoefening van het kiesrecht bij verkiezingen voor Gemeenteraad, Provinciale Staten en wellicht in de toekomst voor de burgemeester. Wat de aanbodzijde van de lokale/regionale informatievoorziening betreft is vastgesteld dat betaalde media met journalistieke nadruk op een specifieke regio (dag- en nieuwsbladen) hun positie zagen verzwakken ten opzichte van gratis media die de nadruk op commerciële inhoud leggen (huis-aan-huisbladen), die een veel groter gebied bestrijken (regionale omroep) of die wegens beperkte financiële middelen relatief weinig aandacht kunnen besteden aan lokale journalistiek (lokale omroep). Aan de vraagzijde laat tot dusver verricht onderzoek zien dat vooral nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen vaak een substituut voor regionale dagbladen kunnen bieden op lokaal bestuurlijk en politiek gebied. Tevens is vastgesteld dat, hoewel het merendeel der burgers in gemeenten geïnteresseerd is in wat er in de eigen gemeente gebeurt, maar een kleine groep burgers in lokale gemeenschappen zich in lokale politiek-bestuurlijke aangelegenheden verdiept. Jongeren blijken meer mondiaal/landelijk georiënteerd te zijn dan regionaal/lokaal. Wanneer ze media voor informatieve doeleinden willen raadplegen, richten ze zich vooral op het internet. Hoewel nog niet is aangetoond dat er 'witte plekken' zijn in de lokale en regionale informatievoorziening over bestuurlijke en politieke zaken, impliceert dit niet dat ze er niet zijn of niet zullen komen. Volgens de stelregel 'voorkomen is beter dan genezen' en met het oog op een adequate onafhankelijke nieuwsvoorziening over lokale en regionale bestuurlijke en politieke onderwerpen is het Bedrijfsfonds van mening dat krantenbedrijven meer aandacht dienen te besteden aan mogelijkheden tot innovatie via oude én nieuwe media. De voorgestelde maatregelen, waardoor beperkingen worden weggenomen en middelen voor vernieuwing beschikbaar komen, zouden daaraan een bijdrage kunnen leveren.

2. Subsidieverlening

Op grond van de Mediawet c.q. het Mediabesluit zijn wij 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 ons werk is gelegen in de artikelen 28, 123 t/m 132 en 175 van de Mediawet, de artikelen 54, 56 t/m 67 van het Mediabesluit en 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 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.

In totaliteit hebben wij in het verslagjaar 39 subsidieaanvragen behandeld. Hiervan werden negentien aanvragen toegewezen. Eind 2003 was er het voorgenomen besluit om de aanvraag toe te wijzen voor DIF, Bond van Adverteerders en Hindulife en behoren derhalve tot de subsidietoekenning van 2004. Aan twintig subsidieaanvragers is aangegeven dat bij het Fonds het voornemen bestond de aanvraag te zullen gaan afwijzen. Hiermee zijn de aanvragers in de gelegenheid gesteld de aanvraag in te trekken en daarmee publicatie van het besluit te voorkomen. Voor uiteindelijk drie aanvragen is ook het verzoek tot heroverweging van het besluit afgewezen. In het verslagjaar is één

aanvraag, van Spiegel Historiael, definitief afgewezen. Bovendien hebben vier aanvragen niet tot besluitvorming geleid omdat de behandeling werd aangehouden in afwachting van nadere informatie. Tot slot hebben twee subsidieaanvragers te kennen gegeven geen gebruik te zullen maken van de toewijzing (KinderKrant en Kidsweek). Het aantal definitieve subsidietoewijzingen komt daarmee op zeventien.

2.1 Aanvragen voor afzonderlijke persorganen

Voor individuele aanvragen van persorganen bieden artikel 129 en 130 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. De hieronder genoemde steunaanvrager heeft aan die voorwaarde voldaan.

MZine is in 2002 opgericht door **Stichting Diversity Affairs** en begon aanvankelijk als gratis uitgave. Het blad richt zich op Marokkaanse jongeren in de leeftijd van 18-35 jaar en wil de integratie van deze doelgroep bevorderen. Om duidelijkheid krijgen of er uitzicht was op een rendabele exploitatie, heeft de uitgever in 2003 een onderzoek, mede door het Bedrijfsfonds gefinancierd, laten uitvoeren naar het effect van abonneewervingsacties. In maart 2004 diende Mzine op basis van de onderzoeksresultaten een steunaanvraag in, gericht op de volgende maatregelen: het uitdelen van flyers, het plaatsen van banners op internet, het inzetten van promotieteams op festivals, het verzorgen van informatievoorziening rondom Marokko-Nederland 400 jaar, het verbeteren van de distributie (via displays en het inzetten van Marokkaanse retailers), het inzetten van direct mailing en het (laten) uitzenden van televisiecommercials. De totale kosten voor het drie jaar durende project zijn geschat op € 251.240, waarbij aan het Fonds € 151.240 als een bijdrage is gevraagd. Succes Marketing & Productions, de initiatiefnemer van Mzine, zou de resterende € 100.000 voor haar rekening nemen. Deze aanvraag is gehonoreerd met een uitkering van € 151.240.

2.2. Aanvragen voor minderhedenbladen

Op grond van artikel 2 van de Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internet-informatieproducten is de werkingsfeer 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.

Subsidie kan slechts worden verstrekt voor activiteiten uitgevoerd in overeenstemming met een goedgekeurd projectplan dat uitzicht biedt op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode. Voor het verlenen van subsidie in de vorm van een uitkering of krediet is jaarlijks maximaal € 700.000 beschikbaar. Per project kan ten hoogste € 115.000 per jaar worden verstrekt.

Archipel is een blad met een opiniërend karakter dat zich richt op mensen met een algemene belangstelling voor Zuidoost-Azië in het algemeen en Indonesië in het bijzonder. Het tijdschrift bestaat sinds 2001 en verschijnt vijf keer per jaar. Sinds de oprichting verkeert het blad in een kwetsbare positie. De uitgever heeft in juli 2004 een project, ter bereiking van een rendabele exploitatie, aan het Bedrijfsfonds voorgelegd. Dit project omvat de volgende maatregelen: abonnementenwerving via een marketingcampagne, uitbreiding van de mogelijkheden van losse verkoop, uitbreiding van strategische samenwerkingsverbanden en restyling van de vormgeving en formule om jonge (allochtone) lezers te trekken. Met het nemen van deze maatregelen verwacht de uitgever in 2006 een rendabele exploitatie te kunnen realiseren. De totale kosten van dit project werden geraamd op € 119.420. Het Bedrijfsfonds heeft besloten de helft van het begrote bedrag ter medefinanciering van het project beschikbaar te stellen. Dit is een subsidiebedrag van

€ 59.710 voor Maasland Uitgeverij voor het blad Archipel.

Dif, een initiatief van **Dif-Books BV**, is ontstaan uit onvrede over het bestaan van te weinig podia voor onderzoeks- en documentaire journalistiek en dat er onvoldoende vernieuwing in de journalistiek plaats vindt. Mede om exploitatietechnische redenen is bij de conceptontwikkeling van Dif gekozen voor een cross-media benadering met week, maand- en kwartaaledities van het magazine op het internet. Dit alles inclusief achtergrondinformatie, analyses, commentaren en nieuwsarchieven, ondersteund door een papieren jaarboek. De gedrukte versie zou tevens als een inkomstenbron voor het project moeten dienen. Door de combinatie van traditionele en nieuwe media beoogde de uitgever een stabiele inkomstenbron te genereren voor het informatieproduct. In oktober 2003 is de eerste papieren versie in een oplage van 35.000 exemplaren verschenen, maar de internetversie bleef door een gebrek aan financiering vooralsnog uit. De uitgever had het plan om het succes van het eerste nummer en de introductie van het tweede nummer te gebruiken om de internetpendant te introduceren.

De aanvraag betrof de website waarvoor enerzijds een ongebruikelijk onderzoek en documentaire journalistieke invalshoek gekozen werd en anderzijds werd door de combinatie met een gedrukte eindejaarsversie naar een alternatieve exploitatievorm gezocht. Het informatieproduct week daarmee naar exploitatiewijze en inhoud en strekking zodanig af van andere journalistieke informatieproducten, dat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. Daarmee zou een vernieuwende bijdrage worden geleverd aan de journalistieke informatievoorziening via het internet. Om die reden is de steunaanvraag van Dif-Books BV voor het informatieproduct Dif met een krediet van € 90.000 gehonoreerd.

Ocean Media beoogt met **Magazin**, een tweetalig Turks-Nederlands blad dat tien keer per jaar verschijnt, het integratieproces tussen deze twee culturen te stimuleren. Het blad verscheen in september 2002 voor het eerst met een oplage van circa 7.000 stuks, maar had volgens eigen zeggen een bereik van 35.000 lezers. Het blad bevat amusementsinformatie vermengd met meer serieuze informatie. Middels deze mix werd getracht de lezer van Turkse afkomst te begeleiden tijdens de zoektocht naar de Nederlandse

identiteit. Het blad was ten tijde van de aanvraag gratis, maar de bedoeling was dat het blad in september 2004 tegen betaling zou gaan verschijnen. Verder beoogde men het aandeel nieuws en nieuwsbespiegeling in het blad uit te breiden.

Ter professionalisering en het behalen van een rendabele exploitatie, werden onder meer de volgende maatregelen overwogen: een reorganisatie van uitgeverij en redactie, het bevorderen van de verkoop (onder meer stimulering losse verkoop, instellen promotieteams, advertentiecampagne Mijn Magazin) en het organiseren van evenementen. Voor het uitvoeren van deze maatregelen is een steunbijdrage gevraagd van € 115.000. Het Fonds heeft hiervoor een krediet van € 100.000 beschikbaar gesteld.

Mavis Magazine, een blad van **Stichting Fudsek**, beoogt een bijdrage te leveren aan de integratie van de verschillende culturen in de Nederlandse maatschappij middels het kweken van begrip en respect voor elkaar. Fudsek tracht dit te realiseren door middel het behandelen van diverse onderwerpen in het magazine, waarmee inzicht wordt verkregen in een andere cultuur. Het blad heeft daarmee dezelfde doelstellingen als een talkshow met dezelfde naam. Mavis Magazine heeft de doelgroep mannen en vrouwen tussen de 25 en 50 jaar die de multiculturele samenleving kunnen waarderen en tevens een rol zouden willen spelen in die samenleving. In oktober 2003 is een gratis nulnummer van het blad verschenen om de belangstelling van lezers en adverteerders te peilen. Vanaf april 2004 verschijnt het blad één maal per kwartaal. Om het blad te kunnen starten is een business- en communicatieplan opgesteld, waarbij de focus van het communicatieplan ligt op het vergroten van de bekendheid bij de doelgroep. Voor het begeleiden van de start van Mavis Magazine en het verzekeren van de continuïteit voor de komende jaren dient een promotiecampagne uitgevoerd te worden. Aan Stichting Fudsek is een uitkering van € 115.000 toegewezen ter medefinanciering van het eerste jaar van de driejarige promotiecampagne voor het blad Mavis Magazine.

SEN is een maandelijks lifestyle blad, van **Medusa Media Producties bv**, dat zich richt op (nieuw) Nederlandse vrouwen in de leeftijd van 20-35 jaar. Ten tijde van de aanvraag was het blad reeds drie keer verschenen. Na het verschijnen van de eerste twee

nummers van het blad bleek dat het 'knelpunt' niet zozeer lag bij het bereiken van de doelgroep, maar bij het bereiken en overhalen van adverteerders. De uitgever stelde derhalve een advertentieacquisitieplan op dat bestond uit de volgende elementen: het aanstellen van professionele acquisiteurs voor een jaar, het adverteren in vakbladen gedurende een jaar en om de drie maanden promotionele acties voor het bereiken van de (potentiële) lezer. Hiervoor zouden middelen uit de exploitatie worden vrijgemaakt. De uitvoering van het plan was begroot op € 115.400 en voor dit bedrag is een subsidie gevraagd. Medusa Media Producties bv verwacht met het uitvoeren van het plan een dusdanig aantal advertenties binnen te halen, dat in 2005 een rendabele exploitatie bereikt wordt. De uitgever heeft voor het blad SEN een krediet van € 80.000 gehonoreerd gekregen voor het aanstellen van de acquisiteurs.

2.3. Aanvragen voor 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.

Subsidie kan slechts worden verstrekt voor activiteiten uitgevoerd in overeenstemming met een goedgekeurd projectplan. Dit plan dient uitzicht te bieden op verdere continuïteit in de exploitatie en verschijning van het journalistieke informatieproduct via het internet nadat subsidie is verkregen. Verder zou het informatieproduct naar inhoud en strekking, exploitatiewijze of vormgeving zodanig af dienen te wijken van andere journalistieke informatie-producten, dat de verscheidenheid van informatie en opinievorming zou worden vergroot. Tevens zou hiermee een vernieuwende bijdrage geleverd moeten worden aan de journalistieke informatievoorziening via het internet. 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 als uitkering of krediet.

Stichting Hindulife heeft sinds april 2003 een gelijknamige internetuitgave en probeert daarmee te voorzien in de informatiebehoefte van Hindustanen aan zaken die gerelateerd zijn aan de eigen cultuur en gemeenschap. Deze behoefte werd volgens de uitgever niet door de reguliere media bevredigd, juist omdat deze minderheidsgroep goed geïntegreerd is. HinduLife tracht door het aanbieden van kwalitatieve informatie over Lifestyle, Information, Fun en Entertainment een brug te slaan tussen Hindustanen onderling en de Nederlandse samenleving. De site heeft sinds de start 18.000 unieke bezoekers gekregen en circa 1.000 mensen ontvangen de e-mailnieuwsbrief. Om bekendheid te genereren en daarmee de continuïteit van het magazine te waarborgen is er een subsidieverzoek ingediend door HinduLife.

De toegevoegde waarde van het digitale magazine is te vinden in een onafhankelijke informatievoorziening, verzorgd door een zelfstandige redactie, van voor Hindustanen relevante onderwerpen. HinduLife wordt uitgegeven in Nederland en is de website bestemd voor het publiek in Nederland. De site wordt daarnaast ten minste maandelijks vernieuwd en bestaat de informatie overwegend uit tekst. Verder bevat de website in belangrijke mate nieuws en achtergrondinformatie over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van de politieke meningsvorming. HinduLife voldeed daarmee aan de voorwaarden voor steunverlening. Op basis van het bovenstaande is aan de internetuitgave een uitkering van € 67.464 beschikbaar gesteld.

Twentedigitaal.nl BV is een bedrijf dat zich onder meer richt op het leveren van kant-en-klare websitesystemen waarmee afnemers zelfstandig hun site kunnen beheren. Deze sites zijn bereikbaar via lokale internetportals, waarop tevens regionaal nieuws te vinden is. In 2004 had TwenteDigitaal het plan om meer nadruk te gaan leggen op het doorgeven van lokaal nieuws via lokale internetportals. Men beoogde de bevolking van elke gemeente in de regio Twente via een aparte portal van nieuws te voorzien, waarbij het nieuws afkomstig zou zijn van de redacties van partners (zelfstandige lokale nieuwsbladen en lokale omroepen waarmee samenwerkingsovereenkomsten worden gesloten) en van een op te bouwen netwerk van lokale correspondenten. Het geheel

wordt dan gecoördineerd door een centrale redactie. Naast het enkele nieuwsfeit zal er ook meer aandacht worden besteed aan analyse, commentaar en achtergrondinformatie. Het project heeft een duur van drie jaar.

In de aanvraag en de toelichting daarop heeft de aanvrager aangegeven dat een zelfstandige redactie van Twentedigitaal.nl het lokale nieuws dat door lokale media wordt aangeleverd van journalistieke meerwaarde zal voorzien. Dit geschiedt door bewaking van een pluriforme berichtgeving, het verzorgen van stellingen, het geven van commentaren, het inschakelen van columnisten en gastschrijvers en door het onderhouden van het interactieve deel van de site. Naar het oordeel van het Fonds gaan Twentedigitaal.nl en de onderliggende lokale portals daarmee naar inhoud en strekking een vernieuwende bijdrage leveren aan de journalistieke informatievoorziening via het internet, derhalve is een uitkering van € 179.760 beschikbaar.

Het internet-informatieproduct **Nedsom**, van de gelijknamige **Stichting**, was volgens de aanvrager ten tijde van de aanvraag het enige portal dat de Somalisch-Nederlandse gemeenschap bediende. Nedsom is onder meer bedoeld om het zelfbewustzijn van de Somalische gemeenschap te versterken. Daarnaast beoogt het portal Nederlanders, overheden en instellingen over de Somalische cultuur en gemeenschap te informeren. Om de doelgroepen nog beter van dienst te kunnen zijn, had Stichting Nedsom het plan opgevat om samen met en onder begeleiding van Bureau Medelanders het portal te professionaliseren en een hoogwaardig journalistiek magazine te maken. Het project zou anderhalf jaar gaan duren en de totale subsidiabele projectkosten waren geschat op € 118.000. Hiervan is veertig procent, te weten € 47.520, als subsidie beschikbaar gesteld voor Nedsom. De uitgever diende zelf aantoonbaar te voorzien in het resterende deel van de projectkosten ter hoogte van € 70.480.

2.4. Aanvragen voor gezamenlijke projecten

Op grond van artikel 54 sub a en 56 van het Mediabesluit kan het Bedrijfsfonds uitkeringen 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.

Voor de uitvoering van het gezamenlijke **project ter professionalisering van nieuwsbladen**, is ter medefinanciering van een tweetal cursussen aan het Bedrijfsfonds een steunaanvraag ingediend. Lokale kranten zijn van belang voor de pluriformiteit van de nieuwsvoorziening door onder meer als platform voor de lokale democratie te functioneren. Middels het geven van deze twee cursussen beoogde de NNP lokale kranten te professionaliseren en daarmee de exploitatie te versterken. De eerste cursus was een tweedaagse cursus voor nieuwsbladjournalisten bedoeld om de kwaliteit van de lokale berichtgeving een extra impuls te geven. De tweede cursus was bedoeld om plaatselijke correspondenten in een regionale cursus bij te praten over de vereisten van een goed nieuwsbericht. Voor de uitvoering van het gezamenlijke project is een uitkering van € 15.000 beschikbaar gesteld aan de NNP Organisatie van Lokale Nieuwsmedia.

2.5. Aanvragen voor onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstaking

Naast projecten van persorganen zijn wij ook bevoegd onderzoek te ondersteunen met betrekking tot het functioneren van de pers of ten behoeve van de persbedrijfstaking als geheel. Dit geschiedt op grond van artikel 123 Mediawet en 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 binnen de doelstellingen en werkingssfeer van het bedrijfsfonds moet passen.

De **Bond van Adverteerders (BvA)** constateerde dat de effectiviteit van het mediagebruik door adverteerders een daling doormaakt. Daar de standaard onderzoeken juist hoofdzakelijk de kwantitatieve ontwikkelingen in kaart brachten, wilde de BvA juist een weergave van deze ontwikkelingen in kwalitatieve schets. De Bond had de wens dat een exercitie met de 'Toekomstraad' dit inzicht zou kunnen verschaffen. Deze Raad is samengesteld uit vertegenwoordigers van de culturele voorhoede met het gemeenschappelijke kenmerk dat ze voortdurend op zoek zijn naar nieuwe vormen en gedachten. De centrale vraag van het onderzoek zou: "Hoe ziet de toekomst van (het) media (-gebruik) in Nederland er uit?" gaan luiden. Bij het onderzoek zouden verschillende mediavormen aan bod komen en waarbij ruime aandacht aan gedrukte media geschonken zal worden. Tevens zou worden gekeken naar de relatie met nieuwe persoonlijke media (internet, mobiele telefoons) en naar nieuwe mogelijkheden om tot samenwerking te komen met het adverterend bedrijfsleven.

Het Bedrijfsfonds concludeerde indertijd dat de huidige verschijningsvorm van kranten en tijdschriften wat betreft gebruiksvriendelijkheid, snelheid, duidelijkheid en overzichtelijkheid nog tal van voordelen boven hun nieuwe (elektronische) concurrenten hebben. Echter, de verwachting was dat bepaalde functies van gedrukte persorganen geleidelijk aan steeds gemakkelijker door nieuwe media vervuld kunnen gaan worden. In plaats van complementair dienen die nieuwe media dan substituerend te werken. Zoals in de aanvraag werd aangegeven, vond er op het gebied van advertenties al substitutie plaats tussen oude en nieuwe media. Personeels- en rubrieksadvertenties blijken bij uitstek geschikt voor een persoonlijk, *pull* georiënteerd medium als het internet. Gedrukte media zijn voor hun inkomsten voor een groot gedeelte afhankelijk van advertenties. Het onderzoek van BvA beoogde voor de gedrukte media inzicht te verschaffen hoe in te spelen op deze ontwikkelingen. Dit zou de rentabiliteit van de bedrijfstak en daarmee ook de pluriformiteit van de pers ten goede kunnen komen en daarmee past dit onderzoek in de doelstellingen van het Bedrijfsfonds. Derhalve is ter medefinanciering van het onderzoek naar de toekomst van media en mediagebruik in Nederland een uitkering van € 10.000 toegewezen.

Media Groep Limburg, uitgever van Dagblad de Limburger en het Limburgs Dagblad heeft voor een onderzoek naar de toepassing van ‘civic journalism’ een steunaanvraag ingediend bij het Bedrijfsfonds. Dit onderzoek beoogd in kaart te brengen of de toepassing van ‘civic journalism’ aan een beter contact tussen journalist en lezer kan bijdragen. Bij regionale kranten leek de weg naar verdere verfijning en uitbouw van de regionale taak namelijk onontkoombaar. Die weg richt zich op een verbetering van het redactionele aanbod en daarmee op een grotere inzet van journalisten in de regio. Juist regionale journalisten waren de laatste jaren overtuigd geraakt dat als zij hun werk goed willen uitvoeren zij intensief contact met de samenleving dienen te hebben. Tegen deze achtergrond heeft Media Groep Limburg ervoor gekozen om in een specifiek daartoe geëigend gebied een van haar uitgaven, te weten editie Parkstad van het Limburgs Dagblad, in te zetten om het onderzoek (op projectbasis) uit te voeren. Door middel van de onderzoeksresultaten beoogd het bedrijf ook andere dagbladuitgevers in Nederland kennis te laten nemen om hen daarmee in de gelegenheid te stellen richting te geven in hun strategische overwegingen aangaande de toekomst van dagbladen en was voor het Fonds een reden om het onderzoek naar de uitwerking van een nieuwe journalistieke methodiek te honoreren met een uitkering van € 680.000.

Als uitgangspunt voor het onderzoek is gekozen voor de methode van de zogeheten ‘civic journalism’, een journalistieke aanpak dat journalist en lezer meer dan voorheen met elkaar in contact brengt. Media Groep Limburg heeft deze methode, die in de Verenigde Staten ontstaan is, proefondervindelijk ingezet om de waarde ervan voor de Nederlandse journalistiek en Nederlandse dagbladuitgevers te kunnen vaststellen. Dit onderzoek heeft in de praktijk gestalte gekregen doordat het Limburgs Dagblad in de desbetreffende editie extra verslaggevers heeft ingezet. Bovendien verricht een extern bureau permanent onderzoek hoe de lezers de veranderingen in de krant waardeerden en is tevens in samenwerking met de Universiteit van Amsterdam (ASCoR) een wetenschappelijk onderzoek uitgevoerd naar de toepassing van ‘civic journalism’. Ook de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en de in de Nederlandse Dagbladpers (NDP) verzamelde uitgevers hebben zich bereid verklaard medewerking aan dit onderzoek te verlenen. Dit geschiedt in de vorm van betrokkenheid bij taak- en

samenstelling van een speciale begeleidingscommissie. Deze commissie bestaat uit vertegenwoordigers van de belangrijkste dagbladuitgevers en ervaren journalisten. Voor

Ten tijde van de aanvraag stond volgens **Netkwesties** de journalistiek economisch en inhoudelijk onder druk, terwijl de technologie juist voorzag in nieuwe mogelijkheden. Door middel van onafhankelijk, inventariserend en journalistiek onderzoek werd beoogd antwoord vinden op de vraag welke kansen en bedreigingen van internet uitgaan. Netkwesties richt zich in dit onderzoek op de volgende, onderling samenhangende thema's: technologische veranderingen, economische ontwikkelingen en journalistiek inhoudelijke veranderingen. Bij elk thema wordt gekeken naar de betekenis en gevolgen van *digital rights management*, nieuwe digitale distributiekkanalen (mobiel, digitale tv), nieuwe formats (weblogs, RSS) en nieuwe communicatiekanalen (chat, internettelefonie, etc.). Daarnaast wordt naar aanvullende aspecten zoals journalistiek versus oprukkende commercie, de rol van overheidscommunicatie, dynamische dossiervorming, anonimiteit en privacy en exploitatiemodellen gekeken.

In de maatschappelijke informatievoorziening vervullen journalisten een belangrijke intermediaire rol in het verspreiden en bewerken van publieke informatie gericht op een pluriforme samenleving. Dit onderzoek dient een bijdrage te leveren aan het inzicht in de ontwikkeling en het functioneren van (internet)journalistiek en van (internet) uitgaven in relatie tot de technologische ontwikkelingen en hoe (gedrukte) media op deze ontwikkelingen in kunnen spelen. Omdat dit onderzoek naar ons oordeel de bedrijfstak als geheel ten goede zou komen en past binnen onze doelstellingen is er een uitkering van € 40.800 toegewezen.

De **NNP Organisatie van Lokale Nieuwsmedia** heeft een aanvraag ingediend ter medefinanciering van een onderzoek dat moet gaan uitmonden in **een boek over 60 jaar nieuwsbladgeschiedenis in Nederland**. Het onderzoek richt zich op het geven van een historische schets van de positie van de lokale nieuwsbladen in het veranderende medialandschap en analyseert de sterke en zwakke aspecten van de lokale media met een blik op toekomstige mogelijkheden. De werkzaamheden voor het onderzoek en het

boek worden verricht door drs. J.M. Pekelharing, directeur van het NNP-bureau. Opgemerkt dient te worden dat de NNP de intentie heeft om dit boek bij haar 60-jarig jubileum in 2005 te presenteren.

Reeds in een eerder stadium heeft het Bedrijfsfonds er op gewezen dat in ons land maar weinig gegevens over de lokale pers voorhanden zijn. Veel van de historie was en is nog on(der)belicht. Het onderzoek beoogt niet alleen op dat historische gebied meer licht in de duisternis te bieden, maar ook antwoorden te geven op vragen naar het toekomstig functioneren van de nieuwsbladpers. Dit is in het bijzonder van belang omdat de nieuwsbladpers een belangrijke rol kan gaan vervullen in de lokale politieke informatievoorziening en meningsvorming. Omdat het onderzoek naar de mening van het Fonds uitstekend aansluit bij de werkingsfeer is er een uitkering van € 30.000 beschikbaar gesteld aan de NNP.

De Vereniging van Onderzoekersjournalisten heeft een steunaanvraag ingediend voor een onderzoek en in het kader daarvan een te organiseren internationale conferentie over onderzoekersjournalistiek. Het onderzoek, *Investigative Journalism in Europe*, dient in goede onderwerpen en sprekers voor de conferentie in kaart te brengen, die zo goed mogelijk aansluiten bij de behoeften van de deelnemers. Daarnaast tracht men door het onderzoek een overzicht te krijgen van onderzoekersjournalisten en -journalistiek (projecten en beroepspraktijk) in Europa. De resultaten worden dan niet alleen gebruikt voor de conferentie, maar ook voor een internetsite en een boek. Het onderzoek gaat maximaal 34 landen beslaan, afhankelijk van de beschikbare financiering. Aan het Fonds is gevraagd het deel van het onderzoek in Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk te financieren. Middels de conferentie zouden journalisten in de gelegenheid worden gesteld tot het uitwisselen van kennis en ervaring op het gebied van journalistiek onderzoek met buitenlandse collega's om daarmee de internationale component van berichtgeving te verbeteren.

Onderzoekersjournalistiek is bij uitstek een drager van persverscheidenheid, doordat media zich van elkaar onderscheiden door eigen agendakeuze, selecties en benaderingen. Door een betere inbedding van onderzoekersjournalistiek in de journalistieke cultuur op redacties kan die pluriformiteit worden versterkt, juist in een

tijd van verder afnemend aantal titels. Naar de mening van het Bedrijffonds komt het onderzoek de bedrijfstak als geheel ten goede en past dit uitstekend binnen de doelstellingen, derhalve is er een uitkering van maximaal € 38.300 toegewezen.

2.6. Bezwaar en beroep

Sedert het moment dat de Mediawet in werking trad zijn wij niet meer hiërarchisch ondergeschikt aan de minister van Onderwijs Cultuur en Wetenschap en functioneren wij als zelfstandig bestuursorgaan. Dit brengt met zich mede dat aanvragers de mogelijkheid hebben om tegen de genomen 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 het Bedrijffonds willen aanvechten. In 2004 is er één bezwaar tegen afwijzing van een steunaanvraag niet gehonoreerd. Aan twintig aanvragers is te kennen gegeven dat wij het voornemen hadden de aanvraag (deels) te zullen gaan afwijzen. Hiermee zijn zij in de gelegenheid gesteld de aanvraag in te trekken en daarmee publicatie van het besluit te voorkomen.

In het verslagjaar is het bezwaar van de **Stichting Redactie Spiegel Historiae**l tegen de afwijzing van een steunaanvraag voor het gelijknamige blad niet gehonoreerd. Spiegel Historiae is een maandblad dat een brug beoogd te slaan tussen de geschiedwetenschap en de archeologie enerzijds, en de niet-wetenschappelijk actieve belangstelling voor het verleden anderzijds. Het blad is in 1966 opgericht met het oogmerk een bijdrage te leveren aan het maatschappelijk debat door het uitdragen van wetenschappelijk verantwoorde historische kennis van de samenleving voor een breed publiek. Historiae Spiegel is alleen eind jaren zeventig, begin jaren tachtig winstgevend geweest, toen de oplage rond de 7.000 exemplaren bedroeg. De huidige uitgever realiseert zich dat het blad alleen te handhaven valt als de betaalde oplage omhoog gaat en wil dat bereiken door het uitvoeren van een aantal wervingsacties. Daartoe heeft de uitgever een aanvraag voor steunverlening ingediend. Het Bedrijffonds heeft besloten deze aanvraag af te wijzen, omdat het blad niet voldeed aan de voorwaarde dat financiële steun alleen kan worden verleend ten behoeve van persorganen, die in belangrijke mate nieuws, analyse, commentaar en achtergrondinformatie bevatten over een

gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van de politieke meningsvorming (artikel 129, tweede lid, sub b van de Mediawet). Naar onze mening bevatte Spiegel Historiael slechts voor een klein deel artikelen, dat betrekking heeft op de maatschappelijke actualiteit. Bovendien vormde agenda's en boekbesprekingen het hoofdnieuws van het blad. Daarmee voldeed het blad niet aan de eerder genoemde voorwaarde. Het bezwaarschrift en de in een hoorzitting aangereikte toelichting brachten in deze conclusie geen verandering.

3. Onderzoek, studie & seminar

Behoudens het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers, voor zover van belang voor de informatie en opinievorming, zijn wij belast met het verrichten dan wel doen verrichten van onderzoek betreffende het functioneren van de pers. Deze onderzoeken worden, naast de onderzoeken die subsidie ontvangen op grond van een aanvraag, uitgevoerd in opdracht van het Bedrijfsfonds. In 2004 zijn er in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers vijf onderzoeken uitgevoerd. Mede op basis hiervan is het advies aan staatssecretaris Medy van de Laan van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap gebaseerd. Voorts is er in het verslagjaar nog een tegemoetkoming gegeven aan het boek 'Integratie of identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren'. Ook hiervan volgt hieronder een samenvatting. Op onze site (www.bedrijfsfondspers.nl) zijn de onderzoeksresultaten te vinden dan wel na te bestellen.

3.1. Onderzoek

Aan het advies 'Van vangnet naar springplank' aan de staatssecretaris van OCW, naar aanleiding van zorgelijke geluiden over persconcentraties en hun gevolgen, liggen een vijftal onderzoeken ten grondslag. Door middel van deze onderzoeken is in kaart gebracht wat de ontwikkelingen zijn in de lokale en regionale informatievoorziening.

De **Amsterdam School of Communications Research (ASCoR)**, verbonden aan de vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam, heeft het onderzoek 'Lokale & Regionale Media in Nederland. Verschuivingen in aanbod en gebruik 1981-2003' uitgevoerd. Hieruit is gebleken dat kostenbesparing de innovatie in de regionale pers in de weg stond. In de afgelopen twintig jaar zijn de oplagen en aantallen uitgevers van voornamelijk regionale dagbladen sterk teruggelopen. Daar staat tegenover dat het aanbod van 'gratis' informatie (huis-aan-huisbladen, lokale en regionale omroep) sterk is

toegenomen. Deze ontwikkeling zegt echter weinig over een mogelijke aantasting van de pluriformiteit van het nieuwsaanbod of de kwaliteit van de berichtgeving. Daarvoor is een nadere analyse van die berichtgeving noodzakelijk. Wel is geconstateerd dat betaalde media met journalistieke nadruk op een specifieke regio zoals dag- en nieuwsbladen, hun positie zagen verzwakken ten koste van gratis media of audiovisuele media.

KPMG BEA is verantwoordelijk voor het rapport onderzoek 'Regionale dagbladen in economisch perspectief'. Uit deze economische analyse van de teruggang in de regionale dagbladpers valt af te leiden dat regionale dagbladen door verschillende oorzaken in deze ongunstige positie zijn beland. Allereerst is de concurrentie tussen dagbladen afgenomen, terwijl de concurrentie met andere aanbieders van nieuws en informatie is gegroeid. De vraag naar geschreven nieuws is teruggelopen, advertentievolumina zijn door lager bereik gedaald en deze negatieve spiraal werd versterkt door laagconjunctuur. In reactie op deze ongunstige ontwikkelingen hebben dagbladbedrijven vooral gekozen voor het realiseren van kostenbesparing door schaalvergroting. Kranten zijn aldus in een vicieuze cirkel terecht gekomen. Afname van lezers en advertentie-inkomsten noopt tot samenvoeging van activiteiten en/of bedrijven, waardoor lezers zich minder herkennen in het nieuwe product. De nadruk op kostenvoordelen heeft ertoe geleid dat de band met lezers en adverteerders minder aandacht kreeg en stond tevens de ontwikkeling van nieuwe diensten en innovatie in de weg.

De VriesHaselhoff heeft een onderzoek naar 'De economische positie van lokale informatiebladen in Nederland' uitgevoerd. Hieruit komt naar voren dat, in vergelijking met uitgevers van regionale en landelijke dagbladen, de uitgevers van lokale informatiebladen qua omzet en resultaat het relatief nog goed gedaan hebben de afgelopen jaren. Het onderzoek maakt de belangrijkste oorzaken van de teruglopende omzet inzichtelijk, waartoe onder meer een duidelijk afnemende advertentiemarkt, verheviging van de concurrentie en een structurele inkrimping van abonneebestanden behoren. Ook de onzorgvuldigheid van gemeenten met het bedingen van tarieven ver beneden de kostprijs voor hun publicaties is fnuikend voor een gezond concurrentieveld

en voor een gezonde lokale democratie.

Hoewel de huidige situatie niet direct nijpend is, ziet de toekomst er in financieel-economische zin voor veel uitgevers niet rooskleurig uit. Diverse ontwikkelingen, zoals ontleding en vergrijzing, maar vooral de mogelijk structurele terugloop in inkomsten zijn veel gehoorde signalen. De overgang naar huis-aan-huisverspreiding, al dan niet gedeeltelijk, lijkt dan ook onvermijdelijk. Gemiddeld genomen zien uitgevers internet als een bedreiging voor zowel hun informatievoorzieningsfunctie als voor hun advertentie-inkomsten. Slechts een beperkt aantal uitgevers ziet de voordelen of wil de ontwikkeling in de internettoepassingen niet missen. Op langere termijn dienen veel uitgevers van lokale informatiebladen op zoek te gaan naar nieuwe inkomstenbronnen. Een aantal probeert in dit kader op te schuiven richting lokale/regionale content provider. Het verdient een laatste opmerking dat het probleem in casu niet is het overleven van het product als zodanig, maar dat voldoende onafhankelijke uitgevers de lokale informatievoorziening kunnen handhaven. Een gezonde financieel-economische positie voor deze uitgevers en uitzicht op continuïteit zijn dan ook uiterst cruciaal. Ter aanbeveling stelt DeVriesHaselhoff dat de NNP op bepaalde terreinen de mogelijkheid moeten krijgen om nog meer een voortrekkersrol te hebben. Hierbij valt te denken aan ondersteuning bij vernieuwingen, door het bijeenbrengen van kennis en het aanpakken van mogelijke imago-problemen. Bovendien is het stimuleren van regionale samenwerkingsverbanden het overwegen waard. Als laatste aanbeveling geven zij het nader onderzoeken en bekijken van de situatie rondom gemeentenuws. Het geniet de voorkeur om tot een betere oplossing binnen dit spanningsveld te komen.

Nelissen research and marketing is verantwoordelijk voor het onderzoek naar de perceptie lokale informatiebehoefte en informatievoorziening. Uit dit proefonderzoek luidt de algemene conclusie dat in het vrije krachtenveld van de media dat daar waar bepaalde mediumtypen minder adequaat inspelen op de behoefte aan lokale informatievoorziening (regionale dagbladen) deze rol wordt overgenomen door andere mediumtypen (met name nieuws- en huis-aan-huisbladen, maar ook lokale/regionale ethermedia, gemeentelijke websites en gemeentelijke informatiebulletins). Deze substitutie blijkt er niet toe te leiden dat (grote) delen der bevolking het gevoel hebben

onvoldoende informatie te verkrijgen op lokaal bestuurlijk en politiek niveau.

De Kopgroep heeft onderzoek gedaan naar de positie van lokale en regionale media onder jongeren. Het onderzoek heeft aanvullende informatie opgeleverd voor het advies aan de staatssecretaris inzake de behoefte aan, het gebruik van en waardering voor lokale en regionale media door jongeren. In het onderzoek is een representatieve steekproef getrokken uit jongeren van 15-25 jaar woonachtig in Amsterdam, Rotterdam en de rest van landelijke regio's, om te kunnen onderzoeken wat de verschillen zijn tussen jongeren uit de grote steden en jongeren woonachtig in de rest van het land.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat televisie, internet en radio als meest gebruikt worden onder jongeren, zowel wat betreft de intensiteit als inzake het percentage regelmatig gebruik. Hoewel de geschreven pers niet veel onder doet voor internet, televisie of radio blijft de intensiteit waarmee men deze media raadpleegt ver achter. Gekeken naar de informatiebehoefte van de doelgroep is te zien dat zij meer mondiaal/landelijk georiënteerd zijn dan regionaal/lokaal. Jongeren richten zich voor informatie over culturele zaken veelal tot het internet, voor actualiteiten en politiek blijven traditionele media als televisie en krant de belangrijkste informatiebron. Huis-aan-huisbladen hebben een sterke positie wanneer het gaat om regionale en lokale informatievoorziening. Met betrekking tot de positie van dagbladen zijn het vooral de gratis dagbladen samen met de huis-aan-huisbladen die op landelijk niveau een sterke positie innemen. De positie van veel regionale dagbladen en dan vooral 'provinciale' kranten is evenwel nog sterker. Opgemerkt dient te worden dat de tevredenheid voor deze kranten niet altijd even groot is. Vaak acht men het nieuws achterhaald en is de focus op de regio te groot. In vergelijking met de dagbladen is de positie van de regionale en lokale televisie- en radiozenders aanzienlijk minder sterk. Jongeren blijken met name gecharmeerd van de commerciële zenders. De belangrijkste aanbeveling, ten aanzien van het versterken van de regionale pers als informatiebron van politiek en actualiteiten, is het dat de informatie up-to-date is en dat de focus op de regio niet té overheersend is.

Het boek 'Integratie of Identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren' houdt verband met de informatievoorziening van en voor allochtonen en jongeren. Het boek is grotendeels gebaseerd op een wetenschappelijke studie uitgevoerd onder leiding

van dr. Leen d'Haenens van de vakgroep Communicatiewetenschap van de Radboud Universiteit Nijmegen ten behoeve van een onderzoeksprogramma van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek met als titel: 'Allochtone jongeren als digitale burgers: de school als remediërende factor? Een verkennende survey'.

In het boek wordt een beschrijving van het mediagedrag van Turkse en Marokkaanse jongeren (12-19 jaar) woonachtig in Nederland en Vlaanderen gegeven. Het perspectief van overheid als contextbrenger, het normen- en waardenkader van de gezinnen waarbinnen de jongeren opgroeien en de verschillende jongerenculturen en de rol die de media, inclusief ICT, hierin spelen worden centraal gesteld. Nederland en Vlaanderen worden beschreven als steeds veranderende pluriforme samenlevingen waarvan etnisch-culturele groepen en ICT blijvende kenmerken vormen. De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- het bespreekbaar maken van bepaalde taboegevoelige onderwerpen en wil de media de allochtone jongeren daadwerkelijk bereiken dan moeten er meer 'gekleurde' mensen worden ingeschakeld;
- het positief aanspreken van allochtone jongeren met betrekking tot hun talenten, voor het verbeteren van het imago en het vertrouwen in de media;
- het zoeken naar manieren om allochtone jongeren meer en actiever bij de media te betrekken;
- het aantrekken van allochtone redactieleden voor een betere weerspiegeling van de multiculturele samenleving;
- het geven van inhoudelijk oriënterende, bindende richtlijnen voor de commerciële omroepen ter bevordering van de sociale cohesie;
- een geregelde 'monitoring' voor het in kaart brengen van het complete mediamenu van allochtone gezinnen, zowel kwalitatief als kwantitatief en dit alles geïnterpreteerd in de gebruikerscontext.

Het Bedrijfsfonds heeft besloten een subsidie van € 10.000 toe te kennen onder voorwaarde dat de prijs niet hoger werd dan € 29,90. Hiertoe is besloten daar het onderwerp van het onderhavige boek verband houdt met de informatievoorziening van en voor allochtonen en jongeren, een onderwerp dat reeds in een eerder stadium is

aangemerkt als een van de speerpunten in het eigen (onderzoeks)beleid.

3.2. Studie

In het verslagjaar zijn er twee publicaties uitgekomen in de serie Studies voor het Bedrijfsfonds voor de Pers. De eerste publicatie (S11) betreft een onderzoek naar de kennis, het informatiezoekgedrag en de beroepsopvattingen onder Nederlandse parlementaire journalisten, uitgevoerd door dr. Wijbrandt van Schuur en dr. Jan Vis van de Vakgroep Sociologie van de Rijksuniversiteit Groningen. De tweede publicatie (S12) betreft het overzichtswerk 'Wat is journalistiek?' geschreven door journalist en communicatie-wetenschapper Mark Deuze.

Beide studies, evenals eerdere studies, kunnen besteld worden bij het Bedrijfsfonds.

Dr. Wijbrandt van Schuur en dr. Jan Vis wetenschappers van de Vakgroep Sociologie van de Rijksuniversiteit Groningen hebben de resultaten weergegeven in het rapport 'Geen inzicht zonder kennis. Onderzoek naar politieke kennis en informatiezoekgedrag van parlementair journalisten', verschenen in de reeks Studies voor het Bedrijfsfonds voor de Pers (S11).

Uit dit onderzoek is gebleken dat parlementair journalisten gemiddeld een mager zesje scoren in een toets naar hun parate politieke kennis en dat journalisten opgeleid aan een School voor de Journalistiek over minder parate politieke kennis beschikken dan hun collega's met een andere vooropleiding. Het gemiddeld percentage goede antwoorden op de kennisvragen was 57 procent. Wanneer dit resultaat omgezet werd in een rapportcijfer leidde dit tot een mager zesje. Alumni van scholen voor de journalistiek zitten daar een punt onder, evenals vrouwelijke journalisten. Voor politiekstaatsrechtelijke kennis behaalden de journalisten gemiddeld een zeven (68 procent correcte antwoorden), maar kregen een dikke onvoldoende voor recente parlementaire geschiedenis (een vier) en voor statistische kerncijfers, zoals de omvang van de rijksbegroting of de hoogte van het minimumloon (een drie). Anders dan werd verwacht, bracht het onderzoek geen verschil aan het licht in kennis tussen journalisten

van de schrijvende pers en die van de radio en televisie. Van de departementale specialisten springen de financiële specialisten er in positieve zin uit.

Naar de opvatting van de onderzoekers is feitenkennis een noodzakelijke voorwaarde voor een goede uitoefening van het vak. Inzicht verwerft men wanneer men zowel bekend is met de feiten als met hun onderlinge samenhangen, inzicht dat niet gebaseerd is op feitelijk juiste kennis valt niet te onderscheiden van vooroordeel. Een minimum aan parate kennis is ook nodig om te weten wat en waar gezocht moet worden naar informatie. Overigens blijkt het 'sneeuwbalmodel' (journalisten met meer politieke kennis zoeken actiever naar nieuwe kennis) niet op te gaan. Parlementaire journalisten hebben een wat ambivalente verhouding tot politici. Enerzijds staan zij zelf nogal kritisch jegens Tweede Kamerleden. Zo vinden zij dat leden van de Tweede Kamer zich te weinig bezighouden met de hoofdlijnen van het beleid en niet op een goede manier bezig zijn met de meest knellende politieke problemen van het moment. Anderzijds menen de journalisten dat de Kamerleden het werk van parlementair journalisten wel positief waarderen. Overigens zijn de journalisten niet gespeend van enige zelfkritiek: meer dan tachtig procent vindt dat zij zelf vooral de waan van de dag volgen. Een kleine meerderheid spreekt ook van een 'papegaaiencircuit'. Net zoals in voorgaande studies blijkt dat een meerderheid van de parlementaire journalisten een centrumlinkse politieke voorkeur heeft. De vraag is dan of ze goede 'waakhonden van de democratie' zijn. De onderzoekers hebben geen verschillen gevonden tussen linkse en rechtse journalisten in de manier waarop ze het nieuws benaderen: de professionele cultuur lijkt sterker te zijn dan de politieke voorkeur.

Prof. M. Deuze, journalist en communicatiewetenschapper, biedt aan de hand van Nederlands en internationaal onderzoek een overzicht van wie journalisten zijn, waarom ze doen wat ze doen en wat journalistiek is aan het begin van de eenentwintigste eeuw. Deze onderzoeksresultaten zijn gepubliceerd in het boek 'Wat is journalistiek?' verschenen als nummer 12 in de serie Studies van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

Het boek bestaat uit drie delen. In het eerste deel bespreekt Deuze belangrijke

rapporten, studies, boeken en adviezen die de laatste jaren over het wel en wee van de journalistiek in Nederland zijn verschenen. In het tweede deel wordt het werk van wetenschappers over journalisten en journalistiek overzichtelijk en toegankelijk in kaart gebracht. In deel drie maakt Deuze de balans op van bijna vijftig jaar journalistenonderzoek in Nederland. Bovendien laat hij zien wat de meest wezenlijke ontwikkelingen in de beroepsgroep zijn. ‘Wat is journalistiek?’ wordt afgesloten met aanbevelingen voor de journalistieke praktijk, het bestuderen van de journalistiek en het leren journalist te zijn. Mark Deuze promoveerde in 2002 op een Engelstalig proefschrift over hetzelfde onderwerp. Waar in dat proefschrift hoofdzakelijk de internationale en wetenschappelijke context van journalisten wordt beschreven, wordt in dit boek dieper ingegaan op het specifiek nationale, het eigentijdse en het meest praktische van het onderzoek naar journalisten en journalistiek in Nederland. Bovendien zijn hierin actuele onderzoeksresultaten verwerkt.

3.3. Seminar

GEA adviesgroep en het Bedrijfsfonds voor de Pers hebben op woensdag 1 december een ‘**platform for publishers**’ georganiseerd in het Planetarium te Amsterdam. Dit seminar beoogde in de vorm van een ideeënmarkt een bijdrage te leveren aan de positieverbetering van zelfstandige uitgeverijen. Daarenboven was het doel kleine uitgeverijen te helpen met het omgaan en oplossen van problemen waar zij in de praktijk mee worden geconfronteerd. Het seminar bood een gevarieerd programma. De presentaties omvatte uiteenlopende onderwerpen, zoals het ontwikkelen van een bladformule; de vormgeving van een blad; lezers- en abonneemarketing, advertentiewerving en -exploitatie; organisatie van grafische productie en verzending; multimediaal uitgeven; distributie en losse verkoop.

Het evenement was bedoeld voor directies, bestuurders en andere sleutelfunctionarissen van uitgeverijen, persorganen, stichtingen, instituten en organisaties gericht op het uitgeven van periodieken. De periodieken betroffen nieuws- en opiniërende bladen en

krantachtige nieuwsuitgaven, publieksbladen, special interest-, vakbladen en wetenschappelijke tijdschriften. Afhankelijk van hun interesse of probleemgebied konden de deelnemers zelf een dagprogramma samen stellen door middel van keuzes te maken uit verschillende bij te wonen programmaonderdelen. Daarbij werd de mogelijkheid geboden om in contact te komen met een deskundige.

4. Financieel jaarverslag 2004

Financieel

Balans per 31 december 2004 (na voorgestelde resultaatbestemming)

		2004		2003	
		EUR	EUR	EUR	EUR
Vaste activa					
Inrichting en inventaris	1	P.M.		P.M.	
Som der vaste activa			P.M.		P.M.
Vlottende activa					
Steunverleningskredieten	2	2.424.413		2.280.413	
Te vorderen interest	3	298.198		425.083	
Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen	4	20.030		96.475	
Liquide middelen	5	12.768.820		14.093.029	
Som der vlottende activa			15.511.461		16.895.000
			15.511.461		16.895.000
Vermogen	6		11.191.247		12.701.908
Voorzieningen					
Voorziening kredietverlening	7		1.438.379		1.564.379
Verplichtingen uit hoofde van steunverleningskredieten			223.264		257.124
Kortlopende schulden	8		2.658.571		2.371.589
			15.511.461		16.895.000

Staat van baten en lasten over 2004

	2004		2003	
	EUR	EUR	EUR	EUR
Baten				
Interestbaten minus -lasten		527.359		625.438
Liquide middelen		701		782
Overige baten		<u> </u>		<u> </u>
		528.060		626.220
Lasten				
Individuele steunverlening				
■ Subsidies:				
- Financiële steun t.b.v. persorganen		251.525		377.278
- Financiële steun t.b.v. onderzoek in opdracht van derden en gezamenlijke projecten van persorganen		794.823		217.075
- Financiële steun t.b.v. minderhedenbladen		174.710		34.550
- Financiële steun t.b.v. journalistieke internet-informatie-producten		274.154		469.017
	9	<u>1.495.212</u>		<u>1.097.920</u>
■ Voorziening kredietverlening	10	<u>-126.000</u>		<u>126.000</u>
		1.369.212		1.223.920
Onderzoekskosten		209.963		133.023
Apparaatskosten				
Bestuurskosten		72.809		75.185
Personeelskosten		196.477		232.837
Bureaunkosten		139.811		190.910
Algemene kosten		50.449		32.070
		<u> </u>		<u> </u>
		459.546		531.002
Saldo		<u><u>-1.510.661</u></u>		<u><u>-1.261.725</u></u>

Toelichting behorende tot de jaarrekening 2004

Algemeen

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

Doelstelling van het Bedrijfsfonds voor de Pers is het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers voor zover die van belang is voor de informatie en opinievorming. Taken van het Bedrijfsfonds zijn onder andere het verlenen van financiële steun ten behoeve van persorganen en het verrichten dan wel doen verrichten van onderzoek met betrekking tot het functioneren van de pers. De verantwoordelijkheid voor het cultuur- en mediabeleid berust bij de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en 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 ten behoeve van dagbladen, waarvan de exploitatie in het jaar waarover steun wordt verleend verlieslijdend is geweest als gevolg van hun oplage en verspreidingspositie, de zogenaamde Compensatieregeling voor Dagbladen;
- als steun in de vorm van een uitkering voor gezamenlijke projecten van persorganen, gericht op structurele verbetering van de exploitatiepositie van die persorganen binnen een redelijke termijn;

- als steun in de vorm van een uitkering ten behoeve van organisatieonderzoek gericht op de structurele verbetering van de exploitatie van een persorgaan;
- als steun in de vorm van een uitkering voor onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel mits het onderzoek past in de doelstellingen van het Fonds.

Verder kan sinds 12 juli 2002 steunverlening aan uitgevers plaatsvinden op grond van de “Tijdelijke subsidieregeling minderhedenbladen en journalistieke internetinformatieproducten”. De uitvoering van deze regeling is door de staatssecretaris van OCW opgedragen aan het Bedrijfsfonds 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 Bedrijfsfonds voor de Pers ter beschikking werden gesteld ten behoeve van de financiële steunverlening door het Fonds. Eind 1991 is de Mediawet op een aantal punten gewijzigd in het kader van de Wet Landelijke Commerciële Omroep. Een aanpassing van de wijze van financiële voeding van het Bedrijfsfonds maakte deel uit van deze wetswijziging.

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

Vanaf het jaar 1989 tot en met het jaar 2004 zijn voor het Bedrijfsfonds geen financiële middelen beschikbaar gekomen uit hoofde van de daartoe in de Mediawet getroffen

regelingen, omdat naar het oordeel van de verantwoordelijke bewindspersoon, de financiële middelen, waarover het Fonds reeds beschikte, voldoende waren te achten voor de uitoefening van de functie van het Bedrijfsfonds in deze jaren. Gelet op de situatie waarin de persbedrijfstaking verkeert en de geconstateerde toename van het aantal aanvragen heeft het Fonds de staatssecretaris bij het aanbieden van de begroting 2005 in overweging gegeven het voedingspercentage hoger dan nul te stellen om de uitoefening van de functie van het Bedrijfsfonds de komende jaren veilig te kunnen stellen.

Tijdens het kennismakingsgesprek met staatssecretaris mr. M.C. van der Laan op 9 september 2003 is de voeding van het Bedrijfsfonds ter sprake gebracht. Zij heeft vervolgens per brief van 16 december 2003 aangegeven dat zij vooralsnog van mening is dat het fonds over voldoende middelen beschikt om zijn taken naar behoren uit te voeren. Verder heeft zij 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 Bedrijfsfonds. Een eventueel besluit over een toekomstige dotatie zou mede gebaseerd worden op het advies over het toekomstig persbeleid dat het fonds voor 2004 in het vooruitzicht had gesteld.

Grondslagen van waardering en resultaatbepaling

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 het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers een besluit tot uitkering is genomen.

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

de specifieke risico's in elk van de uitstaande kredieten. De mutaties in deze voorziening worden in de Staat van Baten en Lasten verantwoord onder het hoofd "Voorziening kredietverlening".

Bij de kredietverlening aan persorganen is in het algemeen overeengekomen dat er rente over het verstrekte krediet moet worden voldaan. In sommige gevallen wordt gelijktijdig bepaald dat indien overigens 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 2004 is in verband hiermee EUR 23.972 aan kosten verantwoord onder bureaunkosten.

2 Steunverleningskredieten

	2004 EUR	2003 EUR
Stand 1 januari	2.280.413	1.966.413
Bij: verstrekte nieuwe kredieten	270.000	359.000
Af: omzetting steunverleningskrediet in financiële steun t.b.v. persorganen	-126.000	-45.000
Af: ontvangen aflossing	-	-
	<hr/>	<hr/>
Stand 31 december	2.424.413	2.280.413
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

3 Te vorderen interest

	2004 EUR	2003 EUR
Deposito's	251.734	391.573
Spaarrekeningen	46.464	33.510
	<u>298.198</u>	<u>425.083</u>

4 Vooruitbetaalde en te ontvangen bedragen

	2004 EUR	2003 EUR
Stichting Diversity Affairs	10.000	10.000
Banda Uitgeverij	6.000	-
Vooruitbetaalde abonnementen	2.645	2.928
Vooruitbetaalde kopieerkosten	639	625
Historisch Nieuwsblad	-	54.718
Vergoeding verhuiskosten	-	10.745
Huur en servicekosten pand	-	8.959
Waarborgsommen	-	8.073
Overige	746	427
	<u>20.030</u>	<u>96.475</u>

5 Liquide middelen

Het saldo van de liquide middelen per 31 december 2004 bestaat uit de op de bankrekeningen beschikbare middelen. De onder de liquide middelen opgenomen deposito's zijn als volgt samengesteld:

Looptijd	Rente	Bedrag EUR
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

	2004 EUR	2003 EUR
Stand 1 januari	12.701.908	13.963.633
Af: saldo boekjaar	-1.510.661	-1.261.725
Stand 31 december	<u>11.191.247</u>	<u>12.701.908</u>

7 Voorziening kredietverlening

	2004 EUR	2003 EUR
Stand 1 januari	1.564.379	1.438.379
Bij: toevoeging ten laste van het resultaat	-	126.000
Af: onttrekking ten gunste van het resultaat	-126.000	-
Stand 31 december	<u>1.438.379</u>	<u>1.564.379</u>

8 Kortlopende schulden

	2004 EUR	2003 EUR
Overige schulden en overlopende passiva	<u>2.658.571</u>	<u>2.371.589</u>

Overige schulden en overlopende passiva

	2004 EUR	2003 EUR
Uitkeringen uit hoofde van individuele steunverlening	2.573.341	2.293.729
Overige	85.230	77.860
	<u>2.658.571</u>	<u>2.371.589</u>

9 Subsidies

	2004 EUR	2003 EUR
Financiële steun ten behoeve van persorganen:		
■ Stichting Diversity Affairs ten behoeve van het blad Mzine	151.240	-5.269
■ Boom Courantuitgeverij ten behoeve van het project internet-portaal (Prima Plaza)	-19.715	-
■ Banda Uitgeverij ten behoeve van het nieuwsblad van Noord Oost Friesland	120.000	
■ Casas Media ten behoeve van de Landelijke Allochtonenkrant en Weekkrant Suriname (betreft omzetting krediet in financiële steun t.b.v. persorganen)	-	41.899
■ Katholiek Nieuwsblad ten behoeve van een beleids- en actieplan	-	340.648
	<hr/>	<hr/>
	251.525	377.278

	2004 EUR	2003 EUR
Financiële steun ten behoeve van onderzoek in opdracht van derden en gezamenlijke projecten van persorganen:		
■ Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ) ten behoeve het onderzoek Investigative Journalism in Europe	38.300	-2.864
■ Raad voor de Journalistiek ten behoeve van een onderzoek	-8.930	-
■ Cebuco ten behoeve van een katernenonderzoek voor Het Nederlands Dagblad, Het Reformatorisch Dagblad, de Barneveldse Krant en het Friesch Dagblad	-	-5.629
■ The Amsterdam School of Communications Research (ASCoR) ten behoeve van het onderzoek Diversificatie en Pluriformiteit in het nieuws	29.453	-
■ Mira Media (v/d Stichting Omroep Allochtonen) ten behoeve van haalbaarheidsonderzoek Dag van de Media	-	-4.175
■ Freelancers Associatie ten behoeve van een onderzoek naar de positie van freelance journalisten	6.700	30.000
■ Nederlandse Vereniging van Journalisten ten behoeve van een onderzoek via een internetexperiment naar de relatie tussen internet en de nieuwsvoorziening in wijken	-	98.500
■ Stichting Het Nederlands Persmuseum ten behoeve van het onderzoeks- en tentoonstellingsproject "Van levensles tot lifestyle"	-	28.743
■ Cebuco ten behoeve van het haalbaarheidsonderzoek naar standaardisatie van kleur van het drukwerk van dagbladen	-4.000	30.000
■ Etnomediair ten behoeve van een onderzoek naar het bereik van cultuurgebonden media in Nederland	-42.500	42.500
■ Nederlandse Nieuwsbladpers (NNP) ten behoeve van het onderzoek 60 jaar nieuwsbladgeschiedenis	30.000	-
Transporteren	49.023	217.075

	2004 EUR	2003 EUR
<i>Transport</i>	49.023	217.075
■ Bond van Adverteerders (BVA) ten behoeve van onderzoek naar de toekomst van media en mediagebruik in Nederland (Toekomstraad)	10.000	-
■ Netkwesties B.V. ten behoeve van een onderzoek	40.800	-
■ NNP Organisatie van Lokale Nieuwsmedia ten behoeve van professionalisering van lokale kranten	15.000	-
■ Media Groep Limburg ten behoeve van onderzoek naar de uitwerkingen van een nieuwe journalistieke methodiek	680.000	-
	<hr/> 794.823	<hr/> 217.075
Financiële steun t.b.v. minderhedenbladen		
■ Solo Caribisch Nederlands Magazine ten behoeve van het blad Solo Positivo	-	34.550
■ Stichting Fudsek ten behoeve van het blad Mavis Magazine	115.000	-
■ Maasland Uitgeverij ten behoeve van het blad Archipel	59.710	-
	<hr/> 174.710	<hr/> 34.550

	2004 EUR	2003 EUR
Financiële steun t.b.v. journalistieke internet-informatie-producten		
■ Marokko Media ten behoeve van de nieuwssite nieuws.marokko.nl	-	66.768
■ Stichting Rebel Today ten behoeve van het internetplatform Rebeltoday	-20.000	155.000
■ Vereniging De Nieuwe Omroep ten behoeve van de site Moveryourass.tv	-590	105.185
■ Oneworld.nl ten behoeve van de nieuwssite Wereld.Nieuws	-	142.064
■ Stichting HinduLife ten behoeve van een promotiecampagne voor het digitale magazine HinduLife	67.464	-
■ Twentedigitaal.nl B.V. ten behoeve van het brengen van lokaal nieuws voor de Twentse bevolking via internetportals	179.760	-
■ Stichting Nedsom ten behoeve van een internet-informatieproduct	47.520	-
	<hr/> 274.154	<hr/> 469.017
	<hr/> 1.495.212	<hr/> 1.097.920

10 Voorziening kredietverlening

Verwezen wordt naar de specificatie onder het hoofd "Voorziening kredietverlening" op pagina 40.

Accountantsverklaring

Opdracht

Wij hebben de in dit rapport opgenomen jaarrekening 2004 van het Bedrijfsfonds voor de Pers te Den Haag gecontroleerd. De jaarrekening is opgesteld onder verantwoordelijkheid van het Bestuur van het fonds. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake de jaarrekening te verstrekken.

Werkzaamheden

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

Oordeel

Wij zijn van oordeel dat de jaarrekening een getrouw beeld geeft van de grootte en de samenstelling van het vermogen op 31 december 2004 en van het resultaat over 2004 in overeenstemming met in Nederland algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving.

Tot het geven van nadere toelichting zijn wij graag bereid.

Hoogachtend,

KPMG Accountants N.V.

L.H. Barg RA