



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Het spook van de staatssteun; van 0-tarief tot innovatiepotje

Bakker, P.

Publication date

2009

Document Version

Final published version

Published in

De Nieuwe Reporter

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Bakker, P. (2009). Het spook van de staatssteun; van 0-tarief tot innovatiepotje. *De Nieuwe Reporter*, 16.6.2009. <http://www.denieuwereporter.nl/2009/06/het-spook-van-de-staatssteun-van-0-tarief-tot-innovatiepotje/>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Het spook van de staatssteun; van 0-tarief tot innovatiepotje



Subsidie. Staatssteun. Overheidsgeld. Tot een half jaar geleden waren dit taboewoorden als het om de dagbladsector ging. Hoe geloofwaardig ben je nog als je financieel afhankelijk bent van een overheid die je tegelijkertijd moest controleren? Maar sinds de instelling van de Commissie Brinkman is de geest van de overheidssubsidie uit de fles en waart het spook van de staatssteun door het Nederlandse medialandschap – en

door de rest van Europa.

“We willen helemaal geen subsidie” zei NRC Handelsblad hoofdredacteur Birgit Donker zaterdag 6 juni tijdens een discussie op de jaarlijkse UvA-dag; Telegraaf directeur Frank Volmer liet zich eind maart in een bijdrage aan De Nieuwe Reporter al op soortgelijke wijze uit: “ik heb nog geen enkele uitgever horen pleiten voor subsidie.” Trouw, toch niet de meest renderende krant van Nederland, wees resoluut het aanbod van Plasterk om banen voor jonge journalisten te subsidiëren van de hand.

Ferme taal. Maar wat willen kranten dan wel? Want ze hebben zich wel degelijk gemengd in de discussie rond de Plasterk-miljoenen. Ze willen vooral beleid van de overheid. Ze willen de afschaffing van de ‘oneerlijke concurrentie’ van de STER, een lager BTW tarief, minder inmenging van de NMa, steun bij de vervolging van schenders van het copyright en geen boetes als de krant door illegalen wordt bezorgd. Geen subsidie dus maar wel maatregelen die geld kosten. Als de overheid de gederfde inkomsten van de STER zou willen goedmaken komt dat op 200 miljoen per jaar neer terwijl een BTW 0-tarief op kranten de schatkist zo’n 50 miljoen zou kosten.

Veel kranten hebben zich vroeger – vooral na de invoering van de STER-reclame – absoluut niet afkerig getoond van overheidsgeld, terwijl via het Stimuleringsfonds ook nog steeds projecten van kranten gefinancierd worden. En waarom zo afkerig van een ondersteunende overheid? Er worden sectoren gestimuleerd die minder bijdragen aan de Nederlandse democratie: opera’s, poppenspelers, vertalers van Braziliaanse poëzie. Waarom banken, voetbalverenigingen, musea, filmhuizen en bibliotheken in stand gehouden moeten worden en kranten geen steun verdienen is niet duidelijk. Is DAF belangrijker dan het Eindhovens Dagblad, Roda JC van meer belang dan de Limburger en ABN AMRO waardevoller dan De Telegraaf?

Andere sectoren hebben geen problemen met staatssteun. Dan wordt de kaart van de werkgelegenheid getrokken, de nadruk gelegd op de economische ontwikkeling of ingespeeld op innovatiebehoefte. Alsof er bij kranten geen mensen werken en daar geen bijdrage aan de economie wordt geleverd. Zijn nieuwe drukmethoden, eReaders en iPhone applicaties geen innovaties? Voor het testen van internet op één treintraject werd enkele maanden geleden moeiteloos 15 miljoen uitgetrokken. Kranten zijn menieren die zich als de braafste jongetjes van de klas gedragen. Ook qua belastingmoraal. De Telegraaf is niet gevestigd op de Kaaimaneilanden terwijl PCM geen Noordeinde-constructie toepast om de belasting te ontduiken.

Bovendien is al veel wet- en regelgeving van invloed op de media. De regels van de NMa, de wet waarbij verlenging van abonnementen wordt geregeld en de regeling waarbij 2% van de STER-inkomsten gebruikt worden voor de pers zijn daarvan voorbeelden. Het gaat dus niet altijd om steun – soms zelfs om het omgekeerde.

Vruchtbaarder dan de ja/nee subsidie-discussie is de vraag wat de overheid überhaupt kan om ervoor te zorgen dat de pers een gezonde bedrijfstak blijft. De situatie is in de afgelopen jaren zo fundamenteel veranderd dat nieuwe – en meer radicale – perspectieven welkom zijn. Opties die in het verleden onbespreekbaar waren, zijn dat nu wel. Daarbij is het goed naar het buitenland te kijken omdat daar de overheid op inventieve wijze de pers een handje helpt. Hieronder 10 opties – geen uitputtende opsomming – die de overheid heeft om de pers te steunen.

1. Lastenverlaging

In Denemarken en Groot-Brittannië is er een BTW 0-tarief voor kranten. In de VS is een wet in voorbereiding waarbij dagbladen die door een non-profit trust worden uitgegeven, vrijgesteld worden van belasting. Ook kan de overheid sociale lasten verlagen, loonsubsidies geven of ervaringsplaatsen stimuleren. Het plan van Plasterk voor tijdelijke banen voor jonge journalisten is zo'n maatregel. In Spanje heeft de overheid voorgesteld om sociale lasten een jaar later te laten betalen – naast het scheppen van soepele kredietfaciliteiten.

2. Compensatiebeleid

Na invoering van de STER-reclame eind jaren zestig kwam er een compensatiebeleid waarbij kranten een deel van de gederfde reclame-inkomsten terugkregen. De roep om de STER geheel of deels af schaffen past hierin. In Frankrijk wordt dit door Sarkozy gedaan – de publieke omroep wordt volledig gecompenseerd maar was desondanks niet blij vanwege de toegenomen invloed van de overheid. De concurrentie op de advertentiemarkt wordt minder alhoewel het de vraag is in hoeverre dagbladen profiteren. Naar dit leerstuk zijn in Nederland de afgelopen jaren twee forse studies gedaan. De eerste van eind jaren zestig resulteerde in de compensatieregeling. Een nieuwe studie waarbij de effecten van zo'n maatregel onderzocht worden, zou nodig zijn. Dat hoeft niet alleen via econometrische rekenmodellen te gaan, ook interviews met adverteerders en mediabureaus kunnen inzicht geven in de motieven voor het advertentiebeleid.

3. Distributie

Nu zijn uitgevers verantwoordelijk voor iedereen die kranten bezorgt, ook al zitten er andere bedrijven tussen. Het opheffen van die ketenaansprakelijkheid zou de uitgever ontslaan van controle en waarschijnlijk de bezorging goedkoper maken. Belangrijkste nadeel is het dubieuze sociale karakter van deze praktijk. Gevreesd moet worden dat de achilleshiel van de productieketen niet met zo'n lapmiddel gered kan worden. In veel landen (Denemarken, Frankrijk, Zweden, Griekenland) is steun op distributie gericht. De post – een staatsbedrijf in veel landen – doet bijvoorbeeld een deel van de bezorging tegen een laag tarief. In Griekenland is de korting maximaal 90% terwijl ook telefoonverkeer voor kranten goedkoper is. In Denemarken zijn rechtstreekse distributiesubsidies van maximaal €2.3 miljoen per dagbladtitel, iets waar ook gratis en buitenlandse kranten gebruik van maken.

4. Mededinging

De mededingingswetgeving (marktaandeel, cross-ownership) beperkt de speelruimte van de pers. Tot de invoering van de Tijdelijke Mediawet waardoor er meer ruimte kwam voor cross-ownership, is de wetgeving in Nederland eerder verscherpt dan verlicht. Afspraken over abonnementen en advertentietarieven werden verboden. Voordeel bij minder strikt beleid is meer ondernemingsvrijheid op het gebied van groei, overnames en samenwerking. In de VS en Groot-Brittannië wordt vooral op dit paard gewed, hopende dat regionale fusies kranten daar zal redden van de ondergang. Voor Nederland – waar we al bijna uitgefuseerd zijn – zouden ruimere mogelijkheden voor publiek-private samenwerking meer op z'n plaats zijn.

5. De Publieke Omroep off line

De websites van publieke omroep zijn uitgevers een doorn in het oog – een discussie die in Groot-Brittannië al langer wordt gevoerd vanwege de uitbundige online aanwezigheid van de BBC. Ook in Denemarken waar de publieke omroep de best bezochte nieuwswebsite exploiteert, speelt het. De overheid kan de activiteiten van omroepen strikter definiëren waardoor online niet alles meer kan.

6. Copyright & auteursrecht

Op internet verdwijnt veel content van dagbladen naar andere plekken zonder dat er gelinkt wordt of op andere wijze de bron wordt genoemd. Eigenlijk biedt bestaande wetgeving uitgevers al veel mogelijkheden. De actie van Trouw om een digitaal incassobureau in te zetten lijkt vruchten af te werpen – het is vooral de vraag waarom dat zo lang moest duren en waarom andere uitgevers dat niet doen. In Franstalig België hebben uitgevers Google News (waar overigens wel wordt gelinkt naar de originele content) verboden nieuws van hun websites te gebruiken. In Rusland is voorgesteld de boetes voor het weglaten van bronvermelding fors te verhogen.

7. Subsidie

In veel landen worden kranten rechtstreeks gesubsidieerd, in Europa gaat het om Rusland, de Oekraïne, Moldavië, Estland, Oostenrijk, België, Finland, Italië, Zweden en Noorwegen. Italië en Frankrijk zijn koplopers met bedragen van meer dan €100 miljoen per jaar, Zweden doneert ruim €50 miljoen. In Spanje (Catalonië) krijgen kranten subsidie per verspreid exemplaar. In Luxemburg worden alle zes dagbladen jaarlijks gesteund met een bedrag van bijna €1 miljoen. Elke krant krijgt hetzelfde, omgeacht de omvang, wat er bijvoorbeeld voor zorgt dat Luxemburg nog steeds een communistisch dagblad kent. Ook het aangeven van een maximum (zoals bij de Deense distributiesteun) heeft een egalitair karakter. Meestal is een systeem waarbij steun gegeven wordt aan titels die aan bepaalde voorwaarden voldoen (max. 50%

advertenties, minimaal 5 dagen per week, lokale distributie).

8. Marketing

Het Franse 18-jarigenplan is een voorbeeld van steun aan marketing, terwijl ook in Nederland en in Schotland (voor 17-jarigen) aan zo'n maatregel wordt gedacht. In België wordt de pendant van 'Krant-in-de-klas' financieel door de overheid gesteund.

9. Advertentieplicht

In Griekenland is advertentieplicht één van de belangrijkste inkomstenbronnen. Zo'n plicht betreft bijvoorbeeld aankondigingen, vergaderingen, personeel, hoorzittingen, aanbestedingen, wetgeving, jaarverslagen, faillissementen etc. Ook bedrijven kunnen dus door de overheid verplicht worden te adverteren. Het is beleid dat ook lokaal of provinciaal gevoerd kan worden. Wijziging kunnen grote gevolgen hebben. In Hong Kong verdeden The Standard als betaalde krant toen de plicht om jaar- en kwartaalcijfers te publiceren verviel. In Philadelphia heeft een uitgever de overheid aangeklaagd vanwege het beëindigen van de plicht om in de drie grootste betaalde kranten te adverteren. De overheid kan er ook voor kiezen om advertenties te gunnen. De huis-aan-huisbladen van PCM kregen een klap toen de Rotterdamse overheid koos voor de Telegraaf-bladen. Dat is ook een vorm van steun – net als Postbus 51.

10. Stimulerings- en innovatiefondsen

Het Stimuleringsfonds voor de Pers financiert onderzoek en nieuwe initiatieven op het gebied van nieuws en informatie. In feite valt het werk van de Commissie Brinkman binnen hetzelfde wettelijke kader. In Portugal en Frankrijk zijn soortgelijke fondsen voor multimedia projecten, in Spanje wil de overheid onderzoek naar de Kindle DX betalen. Via het Stimuleringsfonds – aangevuld met andere innovatiefondsen – kan er een platform worden gecreëerd waar media- en journalistiek-innovaties onderzocht en uitgebreed worden. Zoiets zou via samenwerking tussen universiteiten, hogescholen, onderzoeksinstituten en het Stimuleringsfonds tot stand kunnen komen waarbij er aan meerdere vormen kan worden gedacht: een publiek/privaat onderzoeksinstituut, promotieplekken of misschien wel een professor media-innovaties.

Op 23 juni publiceert de commissie Brinkman haar eindrapport. Hopelijk een scherpe analyse van de mediemarkt met een innovatie-potje voor zwakke broeders, mooie journalistieke uitvindingen en online-geld-verdienen. Maar een inventieve overheid kan veel meer als ze de pers als een essentiële democratische voorziening beschouwt.