

Gelijk speelveld voor alle media nodig

Ruim veertig hoofdredacteurs en uitgevers doen in een brandbrief een dringend beroep minister Plasterk meer te doen voor kranten en tijdschriften.

Geachte Heer Plasterk,

De ondertekenaars van deze brief maken zich zorgen over de economische situatie van dagbladen en tijdschriften. Niet alleen omdat ze in deze sector werken, maar ook omdat gedrukte media van vitaal belang zijn voor een pluriforme pers (in de breedste zin van het woord) en daarmee voor een gezonde democratie.

In dit licht zijn de ondertekenaars teleurgesteld over de 'persbrief' die u op 14 november 2008 naar de Tweede Kamer heeft gestuurd. Daarin hanteert u helaas een enge omschrijving van het begrip pers, hoewel u juist beweert een 'breed mediabeleid' te willen voeren. Zou u dat inderdaad doen, dat had u in uw analyse ook de publieke omroepen betrokken.

U schrijft dat u weinig kunt doen voor de geschreven media, aangezien de overheid nu eenmaal op afstand moet blijven van de pers om haar onafhankelijkheid niet aan te tasten. Daarbij is het, volgens u, niet aan de overheid verlieslijdende exploitaties overvloed te houden. Ook al omdat dit een ongewenste precedentwerking kan hebben.

Dit mag allemaal waar zijn, maar de ondertekenaars zouden deze opmerkingen graag in verband brengen met de jaarlijkse steun van circa 700 miljoen euro aan de publieke omroep. Een minister die een 'breed mediabeleid' zegt na te streven kan beide type media niet los van elkaar beschouwen. Het is wellicht niet mogelijk en niet wenselijk de gedrukte media financieel te steunen, maar u kunt als verstrekker van subsidie



Op het Velperplein in Arnhem staat sinds vorige week weer een klassieke krantenkiosk. Mogelijk kaart hij ook elders terug. Foto Harry Cock

aan de publieke omroep wel zorgen voor een eerlijker speelveld. De gedrukte media ondervinden op verschillende vlakken concurrentie van de publieke omroep. Zoals:

- de reclame op de publieke omroep heeft een negatieve invloed op de advertentievolume en -tarieven bij de gedrukte media.
- de tijdschriften die door de omroepen naast hun rtv-gidsen in de markt worden gezet met grote campagnes (Mundo, Kissu, Eva, Vier)
- de omroepgegevens, dat wil

zeggen data die met geld van de overheid zijn verzameld, zijn nog steeds niet beschikbaar voor de gedrukte media zoals ze beschikbaar zijn voor de rtv-gidsen van de publieke omroep.

- de internetsites van de publieke omroep trekken niet alleen bezoekers weg bij de sites van de gedrukte media, maar ook adverteerders.

De ondertekenaars willen zich zeker niet keren tegen al het goede dat de publieke omroepen te bieden hebben, maar vragen zich wel af of het publiceren van tijdschriften

en het bouwen van websites niet wat ver staan van de oorspronkelijke taak van de publieke omroep. In elk geval zorgen deze activiteiten, samen met het uitzenden van reclame, voor concurrentievervalsing. De gedrukte media moeten immers opboksen tegen een concurrent die zich financieel gesteund weet door de overheid, waardoor het extra moeilijk is voldoende middelen te vergaren die weer nodig zijn om innovaties te plegen. Echte pluriformiteit van de media is niet gebaat bij eenzijdigheid van de kant van de overheid.

We zouden graag zien dat u bovenstaande aspecten in een nader brief aan de Tweede Kamer belicht.

Met hartelijke groeten,

Koert van Bekkum, adjunct-hoofdredacteur Nederlands Dagblad; Pieter Bergwerf, hoofdredacteur Nederlands Dagblad; Annemiek Besseling, hoofdredacteur Brabants Dagblad; Barbara van Beukering, hoofdredacteur Het Parool; Jan Bonjer, algemeen hoofdredacteur AO; Eef Bos, algemeen hoofdredacteur De Telegraaf; Pieter

Broertjes, hoofdredacteur de Volkskrant; Bart Brouwers, hoofdredacteur Spits; Frits Campagna, directeur/uitgever Het Parool; Paul Disco, directeur/uitgever De Groene Amsterdammer; Birgit Donker, hoofdredacteur NRC Handelsblad en nrc next; Alex Engbers, hoofdredacteur de Senter; Frits van Exter, hoofdredacteur Vrij Nederland; Louis van de Geijn, hoofdredacteur centrale redactie Wegener Nieuwsmedia; Karin van Gilst, uitgever Vrij Nederland/directeur Weekbladen Tijdschriften; Bert Groenewegen, bestuursvoorzitter PCM; Rob Haans, uitgever de Volkskrant; Marcel Hienst, hoofdredacteur Cobouw; Ad van Heiningen, adjunct-hoofdredacteur De Gelderlander; Toine van Herwaarden, uitgever Elsevier; Peter Jansen, hoofdredacteur Provinciale Zeeuwse Courant; Antonio Joustra, hoofdredacteur Elsevier; Wim Kranendonk, hoofdredacteur Reformatorisch Dagblad; Jacques Kuyf, algemeen directeur FD Mediagroep; Femke Leemeyer, uitgever Weekbladen Tijdschriften; Roel Lefink, hoofdredacteur Agrarisch Dagblad; Jan Geert Major, hoofdredacteur HOC Media (Alphen, de Gooi- en Eemlander, Haarlems Dagblad/Umruider Courant, Leidsch Dagblad, Noordhollands Dagblad); Rimmer Mulder, hoofdredacteur Leeuwarder Courant; Joop van der Meer, voorzitter raad van bestuur Wegener; Gert Jan Oelderik, uitgever NRC Handelsblad en nrc next; Kees Pijnappels, hoofdredacteur De Gelderlander; Stef Rietbergen, directeur-uitgever De Gelderlander; Willem Schoonen, hoofdredacteur Trouw; Xandra Schutte, hoofdredacteur De Groene Amsterdammer; Pieter Sijpersma, hoofdredacteur Dagblad van het Noorden; Kees Spaan, voorzitter Nederlandse Dagbladpers; Henk Steenhuis, hoofdredacteur HP/De Tijd; Harm Tilman, hoofdredacteur De Architect; Paul Verhoeff, directeur Reed Business Amsterdam; Frank Volmer, directeur van De Telegraaf; Ruud de Wit, hoofdredacteur Vastgoedmarkt; Henk van Weert, hoofdredacteur Eindhovens Dagblad.