

Vergaderjaar 2013–2014

31 777

Persbeleid

Nr. 27

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 19 november 2013

Introductie

De schrijvende pers en journalistiek zijn van groot belang voor de samenleving. Journalisten informeren ons en scherpen onze geest met informatie, opinie, debat en kritiek. Zij vervullen daarmee een belangrijke rol in de relatie tussen overheden, burgers en bedrijven. Vanuit zijn rol agendeert en duidt de journalist wat er in de samenleving leeft en heeft hij een controlerende functie op de macht. Dit alles kan alleen als de pers onafhankelijk is. Het kabinet staat daarom pal voor journalistieke onafhankelijkheid en vrijheid van de pers.¹

Naast deze noties is de journalistiek ook van belang voor de sociaal-culturele samenhang. Want berichtgeving in de Nederlandse taal over Nederlandse onderwerpen verbindt en vormt mede onze gezamenlijke identiteit. Dat geldt niet alleen nationaal maar zeker ook regionaal en lokaal.

Onafhankelijke journalistiek kan alleen goed functioneren met het nemen van eigen verantwoordelijkheid. Bij journalistiek horen kwaliteitsstandaarden en een beroepsethiek, zoals het principe van hoor en wederhoor en de verplichting om fouten te corrigeren. Onafhankelijkheid brengt een eigen verantwoordelijkheid voor bovenstaande zaken met zich mee. Dat vraagt om inspanningen van de sector, zoals het vormgeven van zelfregulering en reflectie.

Met deze brief informeer ik u over de ontwikkelingen in de schrijvende pers en journalistiek en over de rol die ik voor de overheid zie. Dit heb ik

¹ Artikel 7 Grondwet en artikel 10 Europees Verdrag van de Rechten van de Mens.

eerder aan uw Kamer toegezegd.² Achtereenvolgens schets ik: de ontwikkelingen in de journalistiek en het gevolg dat er is gegeven aan de aanbevelingen van de Commissie Brinkman (2009). Specifiek zal ik u informeren over de innovatieregelingen van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

De huidige ontwikkelingen

Digitalisering, globalisering en convergentie hebben een ingrijpende invloed op de perssector. De productie, distributie en het gebruik van het geschreven woord verschuift steeds meer naar het digitale domein. Daardoor verandert ook de nieuwsconsumptie en zijn er voor de media allerlei nieuwe mogelijkheden om berichtgeving te combineren met audiovisuele content en met directe communicatie met het publiek. De ontwikkelingen in Nederland passen in een brede internationale trend van verschuivingen in het mediagebruik van print naar digitaal.³ In Nederland wordt volop geprobeerd de journalistiek te innoveren. Dat leidt tot initiatieven als nieuwsapps en nieuwe journalistieke platforms als «De Correspondent» en «Follow the Money».⁴

De vele vernieuwingen die kranten de afgelopen jaren hebben doorgevoerd, zowel in verschijningsvorm, redactioneel als in abonnementsvormen, lijken te lonen.⁵ Er zijn krantentitels die lezers verliezen, maar ook titels die stabiel blijven. Weliswaar daalt het aantal lezers, maar er is nog steeds een harde kern van abonnees. In Nederland worden nog elke dag 3,8 mln exemplaren verspreid.⁶ Kranten worden daarnaast of in combinatie-abonnementen ook steeds vaker digitaal gelezen.

Ook de advertentiemarkt verandert. Advertentie-inkomsten lopen terug en ebben weg naar internet en spelers als Google en Facebook.⁷ Dit soort partijen bieden een groot platform voor content en aggregeren ook.⁸ De connectiviteit die deze spelers bieden, vertegenwoordigt een eigenstandige waarde. Naast de sterke positie van grote internationale spelers is internet een plaats waar veel aanbieders met elkaar concurreren. In de digitale wereld zijn gebruikers eraan gewend geraakt voor nieuws niet vanzelfsprekend te hoeven betalen. Verder is de advertentiemarkt onvergelijkbaar met die van gedrukte media, bijvoorbeeld omdat deze veel meer is toegesneden op de individuele consument.⁹ Het ruimhartig hergebruik van nieuws op internet en de aggregatie van nieuwsberichten door partijen zonder bronvermelding of directe links, leidt tot spanningen en conflicten tussen media over schendingen van het auteursrecht.

Kortom, het perslandschap transformeert door de digitalisering en veranderend mediagebruik. Sommigen zijn somber over de ontwikkelingen en gevolgen ervan. Maar de digitale revolutie biedt ook volop

² Kamerstuk 33 400, nr. 93. In deze brief zal ik ook ingaan op de motie Heerma: Kamerstuk 33 400, nr. 109.

³ TNO/Andra Leurdijk e.a., *The Newspaper Publishing Industry*, JRC technical reports, Publication Office of the EU, 2012.

⁴ <https://decorrespondent.nl/home>, www.ftm.nl (Multimediaal platform voor financieel-economische (onderzoeks)journalistiek).

⁵ Zie HOI Media Auditing op www.hoi-online.nl. Zie voor meerjarig beeld de Mediamonitor 2012–2013 van het CvDM.

⁶ <http://www.denieuwewereporter.nl/2013/09/de-digitale-zeepbel-worden-digitale-kranten-wel-gelezen/>.

⁷ http://actueel.nl.pwc.com/site/content_en_technologie/entertainment_en_media/1799/bestedingen_entertainment_en_mediasector_ouder_druk.html.

⁸ Aggregeren is het geheel of gedeeltelijk doorplaatsen van berichten van andere media, al dan niet met een bronvermelding.

⁹ <http://www.journalismfestival.com/news/hal-varian-on-the-economics-of-the-newspaper-business>.

kansen voor vernieuwing. Met de opkomst van internet is een schatkamer aan informatie ontsloten. Er is voor de burger door toenemende connectiviteit ruimte om kennis en meningen snel te delen. Niet zelden worden debatten gevoerd door invloedrijke en/of vakbekwame personen die een opinie of toelichting schrijven op een blog. Via de sociale media worden deze artikelen gedeeld, besproken en wordt er door de traditionele media vervolgens aan gerefereerd. In die ontwikkeling zien we bepaalde journalistieke spelers en producten verdwijnen en tegelijkertijd nieuwe vormen van journalistiek aanbod ontstaan. Deze aanpassing is een logisch gevolg van hoe markt en samenleving reageren op veranderingen. In de volgende paragraaf ga ik in op de rol van de overheid in dit veranderend speelveld.

De rol van de overheid en de daaruit volgende acties

De overheid is altijd zeer terughoudend geweest om een actief beleid te voeren ten aanzien van de pers en journalistiek. Het belang van (redactionele) onafhankelijkheid gaat boven alles. Bovendien wil de overheid niet actief interveniëren in een marktsector die op eigen benen een economische en maatschappelijke functie vervult. Om die reden heeft financiële steun aan pers/journalistiek altijd een tijdelijk karakter en een bescheiden omvang. Ook de sector zelf hecht sterk aan terughoudendheid van de overheid. Deze redenering staat nog geheel overeind en is bevestigd in de gesprekken die ik in het afgelopen jaar voerde met de sector.

Oneigenlijke invloed van overheden, politici, bedrijven en overige belangengroepen op redactionele keuzes van media moet worden vermeden.¹⁰ De taak van de overheid dient zich te beperken tot het scheppen van gunstige voorwaarden voor kwaliteit, pluriformiteit en ondernemerschap in de media. Daaronder valt de verplichting om te zorgen dat er een gelijk speelveld is dat niet wordt verstoord, bijvoorbeeld door vergaande vormen van eigendomsconcentratie.

Recentelijk heeft «SEO economisch onderzoek» in opdracht van NDP Nieuwsmedia een studie gedaan naar de rol van de overheid ten aanzien van het nieuws en de markt.¹¹ Het rapport maakt aannemelijk dat er marktimperfecties zijn die een rol van de overheid kunnen legitimeren. Hoofdconclusie van het rapport is dat de huidige bekostiging van de nieuwsproductie door de publieke omroep niet langer via de publieke omroep zou moeten lopen, maar door een onafhankelijke commissie op aanvraag zou moeten worden toegekend aan producenten van journalistieke nieuwsproducties, die zowel publiek als privaat kunnen zijn. De empirische onderbouwing waarom het nieuwe voorgestelde model beter is, is naar mijn mening onvoldoende. Ook geloof ik niet dat het subsidiëren van de journalistieke activiteiten in de markt op projectbasis de oplossing zal brengen voor de huidige problemen van diverse mediapartijen die een gevolg zijn van de digitale revolutie. Dit alles neemt niet weg dat ik het SEO-rapport als bijdrage aan de gedachtevorming verwelkom.

Nieuwe businessmodellen in de perssector en innovatie zullen in de eerste plaats door de sector zelf ontwikkeld moeten worden. De sector moet hierin ook zelf investeren. De overheid kan innovatie stimuleren door: 1) het wegnemen van belemmeringen voor innovatie en samenwerking, 2) door toegang te bieden tot innovatieprogramma's en 3) door het leveren van een bijdrage aan innovatieve experimenten. Het belang van innovatie vinden we ook terug in de aanbevelingen van de Commissie

¹⁰ Kamerstuk 21 501-34, nr. 211.

¹¹ Nieuws en Markt, SEO economisch onderzoek, oktober 2013.

Brinkman.¹² De analyse en aanbevelingen van de Commissie Brinkman zijn nog steeds actueel. Tot welke acties deze hebben geleid wordt hieronder besproken.

Ontwikkelingen in het persbeleid van de overheid

In 2009 heeft de commissie Brinkman uitvoerig de situatie in de pers en journalistiek geanalyseerd. Daaruit is een groot aantal aanbevelingen gekomen waar de afgelopen jaren mee is gewerkt. De sector zelf heeft ondertussen ook niet stil gezeten. In deze paragraaf schets ik welke acties zijn ondernomen. Dat doe ik aan de hand van drie thema's:

- 1) Wegnemen van belemmeringen voor ondernemen
- 2) Ruimte voor journalistiek
- 3) Stimuleren van innovatie en talentontwikkeling

1) Wegnemen van belemmeringen voor ondernemen

Uitgevers willen het liefst ondernemingsgewijs journalistieke producten op de markt brengen. En de afgelopen jaren zien we ook steeds meer nieuwe innovatieve journalistieke initiatieven. Het is belangrijk dat deze initiatieven met zo min mogelijk belemmeringen kunnen worden ontplooid. Hieronder wordt een aantal maatregelen besproken die zijn genomen om dat zo veel mogelijk te faciliteren. En ook hebben de uitgevers zelf stappen gezet.

Afschaffing Tijdelijke wet mediaconcentraties

Mediabedrijven willen crossmediaal samenwerken om zich te kunnen ontwikkelen tot multimediale ondernemingen. Om dat te faciliteren is de Tijdelijke Wet Mediaconcentraties per 1 januari 2011 afgeschaft. Als gevolg daarvan zijn er meer kansen voor de branche voor crossmediale samenwerking en kunnen dagbladuitgevers zich ontwikkelen tot multimediale ondernemingen. Zo is Telegraaf Media Groep (TMG) actief met dagbladen, tijdschriften, internet en radio (Sky Radio Groep); De Persgroep met dagbladen en radio (Q-Music BV); Sanoma met tijdschriften, internet en televisie (SBS Broadcasting BV). Het Commissariaat voor de Media monitort de ontwikkelingen op de voornaamste Nederlandse mediamarkten en rapporteert daar jaarlijks over. Zijn jongste Mediamonitor (2012–2013) heb ik onlangs naar de Kamer gezonden.¹³

Gezamenlijk distributieapparaat

Met gezamenlijke distributie en bezorging van dagbladen kan de sector aanzienlijke kostenbesparingen behalen. De Nederlandse Dagbladpers (NDP) heeft mij laten weten dat de vorming van een gezamenlijk bezorgbedrijf op koers ligt en dat de integratie medio 2014 zal zijn voltooid. De NDP voorziet hiervoor geen mededingingsrechtelijke obstakels. Er waren afgelopen jaren problemen met krantenbezorging door illegalen (Wet arbeid vreemdelingen). Dit heeft geleid tot stevige boetes door de Inspectie SZW voor dagbladbedrijven. De sector heeft maatregelen genomen om deze overtredingen terug te dringen en dat lijkt vruchten af te werpen: het aantal overtredingen is sterk teruggelopen.

¹² De volgende editie, adviesrapport tijdelijke commissie innovatie en toekomst pers, 23 juni 2009, Zie ook: www.commissiebrinkman.nl.

¹³ Mediamonitor 2012–2013, Commissariaat voor de Media, Hilversum 2013.

Gelijk BTW tarief print en digitaal

De gehele Europese uitgeefsector pleit al enkele jaren voor een laag BTW-tarief voor digitale journalistieke publicaties. Naarmate de convergentie tussen gedrukte en digitale publicaties vordert, is het onderscheid in tarifiering tussen deze producten meer gekunsteld aan het worden. Zoals bekend heeft de Europese Unie een belangrijke bevoegdheid ten aanzien van de BTW-tarieven; een besluit over het plaatsen van bepaalde producten in het lage BTW-tarief kunnen lidstaten niet zelfstandig nemen. Nederland zet zich binnen de EU in om een verlaagd btw-tarief mogelijk te maken voor digitale boeken en kranten.¹⁴ Hierbij past wel de kanttekening dat het in de nieuwe digitale omgeving veelal gaat om nieuwe diensten of producten die moeilijk passen in de gangbare classificatie. De Europese Commissie heeft dan ook in oktober 2013 een expertgroep ingesteld om nader onderzoek te doen naar de belastingheffing in de digitale economie. De expertgroep moet in de eerste helft van 2014 rapporteren aan de EU.¹⁵

Samenwerking in regionale mediacentra

In regionale mediacentra kunnen print- en omroepmedia, alsmede nieuwe (online) initiatieven de journalistieke krachten bundelen. Daarmee kunnen zij gezamenlijk de journalistieke infrastructuur in de regio versterken.¹⁶ Om dit soort vormen van publiek-private samenwerking op journalistiek gebied te faciliteren is recentelijk aan de Mediawet een experimenteel artikel toegevoegd, dat per 1 januari 2014 in werking treedt. Tot dan toe zijn deze samenwerkingsverbanden een nevenactiviteit waarvoor het Commissariaat voor de Media voorafgaand toestemming moet verlenen. Vanaf 1 januari kan worden volstaan met een simpele melding aan het Commissariaat. De verwachting is dat dankzij deze vereenvoudiging het aantal samenwerkingsprojecten zal toenemen. Dat is zeker van belang in de pioniersfase, waarin veel samenwerkingsverbanden zich bevinden.

Daarnaast zijn in 2012 en 2013 met steun van het Stimuleringsfonds voor de Pers enkele experimenten met Regionale Media Centra van start gegaan: in de Amsterdamse regio, in West-Brabant en in Zeeland. De eerste indruk van het fonds is dat de regeling interessante projecten heeft opgeleverd, maar dat de meeste nieuwsorganisaties in de regio (nog) niet toe zijn aan vergaande stappen met betrekking tot samenwerking. Het vraagt tijd om verschillen tussen nieuwsorganisaties te overbruggen en een deel van de zelfstandigheid op te geven. Ik vind echter dat de versterking van de journalistieke krachten in de regio een urgente kwestie is. Uit recent onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Pers blijkt dat de journalistieke nieuwsvoorziening op veel plaatsen onder grote druk staat.¹⁷ Dit is voor mij dan ook een belangrijk aandachtspunt.

De Raad voor Cultuur zal in de toekomstverkenning over de publieke omroep de brede ontwikkelingen in het medialandschap betrekken. Ik heb begrepen dat de Raad daarbij ook specifiek aandacht zal besteden aan de regionale nieuwsvoorziening en de samenwerking in de regio. Ik zal de adviezen van de Raad op dit punt betrekken in mijn beleidsreactie die in het voorjaar van 2014 aan uw Kamer wordt gestuurd.

¹⁴ Kamerstuk 32 827, nr. 44.

¹⁵ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-983_en.htm.

¹⁶ Kamerstuk 31 777, nr. 26.

¹⁷ Quint Kik & Lammert Landman, *Nieuwsvoorziening in de regio*, Diemen, AMB, 2013.

Beschikbaarheid programmegegevens publieke omroep

Kranten en tijdschriften hebben jarenlang gepleit voor het verruimen van de beschikbaarstelling van programmegegevens van de publieke omroep. Dit biedt hen mogelijkheden voor product vernieuwing, zoals het uitbrengen van eigen programmagidsen. Deze verruiming is mogelijk gemaakt met een wijziging van de Mediawet 2008 in 2012.¹⁸ De programmegegevens van de publieke omroep dienen nu tegen marktconforme tarieven ter beschikking te worden gesteld. Tot dusverre hebben uitgevers hier geen gebruik van gemaakt. Zij zien op de (krimpende) markt van programmagidsen geen aantrekkelijke verdienmogelijkheden.

2) Ruimte voor journalistiek

Mijn beleid is erop gericht om ruimte te bieden aan de journalistiek. Ruimte past bij deze onafhankelijke, creatieve en ondernemende bedrijfstak. In dat verband zijn een paar thema's relevant, die hieronder de revue passeren.

Persbureaus

Tijdens mijn recente werkbezoek aan het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) is mij nog eens duidelijk geworden hoe belangrijk de rol van persbureaus als leveranciers van betrouwbaar nieuws is: zij zijn als het ware de grondstofleveranciers voor alle typen media. In 2011 is uitgebreid onderzoek gedaan naar de positie van de Nederlandse persbureaus. Dit onderzoek is op 6 december 2011 aan de Kamer aangeboden.¹⁹ Er was en is nu geen reden om persbureaus financieel te steunen. Belangrijkste argument is dat ik vind dat de overheid zeer terughoudend moet zijn bij het nemen van een actieve rol bij het in stand houden van de nieuwsvoorziening. Zeker waar het gaat om de levering van journalistieke «grondstof» past de overheid terughoudendheid. Bovendien zijn er twee grote algemene persbureaus die onderling concurreren (ANP en Novum).

Beeldmateriaal publieke omroep beschikbaar stellen aan derden

De commissie Brinkman adviseerde dat de publieke omroep tegen redelijke condities videomateriaal levert voor de websites van derden die primair gericht zijn op journalistieke informatie. Ter uitvoering van deze aanbeveling is de NOS een experiment gestart met een gratis nieuwsfragmentenkanaal gericht op andere media. In het kader van de goedkeuringsprocedure hebben diverse grote commerciële mediabedrijven, verenigd in NDP Nieuwsmedia, onlangs hun mondelinge zienswijze gegeven. Ik ga de argumenten wege en zal vervolgens besluiten of ik toestemming geef voor dit nieuwe aanbodkanaal van de publieke omroep.

Mediadebat en Nieuwsmonitor

Tot enkele jaren geleden is (tijdelijke) steun verleend aan een aantal projecten die gericht waren op het versterken van de rol van de journalistiek in de samenleving. Dit betrof het bevorderen van het debat in het vak via stichting Mediadebat en ondersteuning in de vorm van onderzoek naar berichtgeving over actuele thema's via de Nieuwsmonitor. Het doel van deze activiteiten was om de discussie in de journalistiek, de mediasector en de samenleving over de kwaliteit van de journalistiek te voeden. De aanleiding vormde de studies van de Raad voor Maatschappelijke

¹⁸ Staatsblad 2012, nr. 319.

¹⁹ Kamerstuk 31 777, nr. 26.

Ontwikkeling (RMO) en de Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) over de verhouding politiek-overheid. Hierop werd het drieluik zelfregulering opgesteld met als derde luik de versterking van de Raad voor de Journalistiek.²⁰ De ondersteuning van de activiteiten uit dit drieluik is enkele jaren geleden beëindigd, maar het debat over de versterking van de kwaliteit van de journalistiek is daarmee bepaald niet stilgevallen.²¹ De sector pakt dit goed op en dat waardeer ik.

Zelfregulering in de journalistiek; uitvoering motie-Heerma

Onderdeel van kwaliteitsbewaking binnen de sector is een goede klachtenprocedure bij het medium zelf en zelfregulering door aansluiting bij een klachtenorgaan als de Raad voor de Journalistiek. Een zorgvuldige en evenwichtige berichtgeving is immers in het belang van zowel de maatschappij als de uitgevers en journalisten zelf.

Het lid Heerma maakt zich zorgen over een afbrokkelend draagvlak binnen de mediasector voor zelfregulering. In een motie vroeg hij de regering om overleg te voeren met betrokken partijen ter versterking van de zelfregulering in de pers.²² De afgelopen maanden heb ik gesprekken gevoerd met NDP Nieuwsmedia (die de Nederlandse nieuwsmedia vertegenwoordigt), alsook met de Raad voor de Journalistiek (hierna: de Raad) over zelfregulering. Hieruit blijkt eenduidig dat de sector vindt dat dit een verantwoordelijkheid van de sector zelf is en dat de overheid afstand moet houden. Ook het voeren van het debat over de kwaliteit van de journalistiek is aan de sector zelf.

De afgelopen jaren heeft de Raad financiële steun gekregen om vorm te geven aan een nieuwe werkwijze en om het draagvlak voor zelfregulering binnen de sector te verbreden. De Raad is vervolgens aan de slag gegaan en heeft zeer recent een nieuwe werkwijze gepresenteerd en zijn procedures aangepast.²³ Kenmerkend voor de nieuwe aanpak is meer aandacht voor dialoog met de sector, minder juridisering en in de werkwijze meer rekening houden met de digitale realiteit. De Raad constateert dat steeds meer media-organisaties werken met ombudsmensen en interne klachtenprocedures kennen. Ik deel het oordeel van de Raad dat dat ook de beste weg is: «eerst klagen bij het medium, daarna pas naar de Raad.»

Dit vraagt ook van media dat zij transparant zijn over hun professionele beginselen. Om dit te realiseren is aanbevolen dat mediaorganisaties hun journalistieke uitgangspunten moeten opstellen en openbaar maken. En zij moeten een eigen klachtenprocedure hebben. Met zo'n werkwijze kan de aanspreekbaarheid van media worden verbeterd.²⁴ Ik zal in gesprek gaan met sectororganisaties en media-instellingen om te bezien hoe zij hieraan vorm en inhoud kunnen geven.

De Raad positioneert zich in de nieuwe werkwijze nadrukkelijk als het volgende loket. Klachten worden pas in behandeling genomen als het medium eerst de kans had zich er zelf over uit te spreken. Het criterium bij het beoordelen van klachten is «journalistieke zorgvuldigheid».

²⁰ RMO, *Medialogica*, 2003. ROB, *Politiek en Media, pleidooi voor een LAT-relatie*, 2003.

²¹ Zie bijvoorbeeld de dit jaar door het Mediafonds en De Balie georganiseerde serie debatten onder de naam «De Verkenners» en een expertbijeenkomst georganiseerd door de NTR. Ook de NVJ stimuleert het debat. Maar ook De Nieuwe Reporter, Red de Journalistiek, journalismlab en andere internetsites.

²² Kamerstuk 33 400 VIII, nr. 109.

²³ <http://www.rvdj.nl/over-de-raad/berichten/nieuwe-werkwijze-raad-voor-de-journalistiek>.

²⁴ Aanbeveling in proefschrift van H.P. Groenart, *Van boete naar beloning. Publieksverantwoording als prille journalistieke prioriteit*, 2013.

De nieuwe koers blijkt nu geleidelijk vruchten af te werpen. Zo is het draagvlak van de Raad recentelijk weer versterkt met de terugkeer van RTL en Elsevier. Dat stemt mij uiteraard positief. Maar een aantal belangrijke partijen heeft zich nog niet aangesloten: bijvoorbeeld Het Parool en de Telegraaf Media Groep en omroepen als de TROS en Powned hebben de Raad nog niet erkend. Ik acht het in beginsel wenselijk dat media-instellingen zich in het kader van zelfregulering aansluiten, maar het is uiteindelijk aan de instellingen zelf om dat ook daadwerkelijk te doen. Voor mensen met klachten over media-instellingen, ongeacht of die wel of niet bij de Raad zijn aangesloten, staat overigens altijd nog de gang naar de rechter open.

3) Stimuleren van innovatie en talentontwikkeling

Om ook in de toekomst in de mediemarkt te kunnen blijven ondernemen en te investeren in journalistiek is het van cruciaal belang dat de sector innoveert en jonge mensen blijft trekken. Het voorgaande kabinet heeft daar extra geld voor uitgetrokken en ook het huidige kabinet investeert daar nu nog in via het Stimuleringsfonds voor de Pers. In deze paragraaf blik ik terug op de evaluatie van de tijdelijke subsidieregelingen op dit terrein en beschrijf ik hoe ik verder innovatie wil stimuleren. Zie voor een evaluatie de bijlage bij deze brief.

Stimuleringsregeling voor Jonge Journalisten (2010–2012)

De Jonge Journalistenregeling was bedoeld om dagbladen (betaald, gratis, gespecialiseerd) en opinieweekbladen de gelegenheid te bieden om jonge journalisten aan te stellen op gesubsidieerde plaatsen. Ook persbureaus konden er een beroep op doen. Voor deze regeling was eenmalig € 4 miljoen beschikbaar. Met deze regeling konden deze bedrijven overgaan tot aanstelling van circa 60 jonge journalisten voor een periode van maximaal twee jaar. De feitelijke uitvoering lag in handen van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) en de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Ondernemingen die aan de eisen van de regeling voldeden, konden hun aanvragen indienen bij de Toewijzingscommissie van NUV/NVJ. Op basis van de evaluatie van de regeling mag worden gesteld dat de regeling heeft beantwoord aan zijn doelstelling. Deze regeling had van meet af aan een éénmalig karakter en wordt daarom niet herhaald.

Voor de toekomst van de sector is het van belang dat ook de journalistieke opleidingen goed aansluiten op de eisen die de nieuwe digitale omgeving stelt. Dit is voor mij een aandachtspunt voor de toekomst.

Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie

De Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie stond in 2010 en 2011 open voor innovatieve projecten die gericht zijn op journalistieke producten, diensten of werkwijzen. Hieronder valt een breed scala aan journalistieke functies op het gebied van nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming over de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van politieke meningsvorming. In totaal was € 8 miljoen beschikbaar voor de regeling. Aanvragende partijen moesten ten minste de helft van de totale kosten zelf financieren of door derden laten financieren. Het fonds beoogde met deze «matching»-voorwaarde het commitment aan de kant van de aanvragers te versterken; bijkomend voordeel is dat het beschikbare budget op deze manier feitelijk werd verdubbeld. Uit de evaluatie van het bureau Dialogic (zie bijlage) blijkt dat de regeling een bijdrage aan de innovatie heeft geleverd. Gelet op het tijdsbestek, de tijdelijkheid en het bedrag was dat een beperkte bijdrage.

Het fonds zelf heeft in 2012 en 2013 de werkwijze doorgezet en nieuwe initiatieven ontwikkeld. Het nieuwe project *The Challenge* biedt laatstejaarsstudenten en net afgestudeerden de kans hun vernieuwende journalistieke ideeën om te zetten in een concreet plan.²⁵ En op de website Persinnovatie.nl deelt het fonds opbrengsten van de innovatieprojecten die zijn gesteund. Verder initieert het fonds onderzoek dat van belang is voor de journalistieke bedrijfstak.

Nieuwe koers voor het Stimuleringsfonds voor de Pers

Met de opzet en uitvoering van de innovatieregelingen heeft het fonds bewezen in staat te zijn zich aan te passen aan de veranderende journalistieke realiteit. De nieuwe werkwijze van het fonds gericht op innovatie is voor mij dan ook de juiste koers, ook voor de toekomst. Dit sluit ook aan bij de toekomstplannen van het fonds zelf.

Voor de toekomst wil ik daarom dat het fonds voortaan vanuit de regulier beschikbare middelen innovatie blijft stimuleren. Ook zal ik het fonds vragen te onderzoeken of er een betere aansluiting kan komen met bijvoorbeeld het innovatiebeleid voor de creatieve industrie vanuit het topsectorenbeleid. Mogelijk zijn hier nuttige dwarsverbanden te leggen waarmee ook de innovatie van pers en journalistiek kan worden gestimuleerd.

Dit past ook in de doorontwikkeling van het fonds. Het fonds stimuleert de kwaliteit, diversiteit en onafhankelijkheid van de journalistiek door met geld, kennis en onderzoek de vernieuwing van de journalistieke infrastructuur te bevorderen. Het heeft daarvoor een jaarlijks budget van € 2,3 miljoen. Het fonds steunt de journalistiek door vanuit een duidelijk omschreven verantwoordelijkheid met grote betrokkenheid en tegelijk respectvolle afstand, behulpzaam te zijn bij de zoektocht naar nieuwe rendabele uitgeefmodellen en journalistieke modellen. Dat heeft geleid tot aanpassingen in karakter (van geld naar kennis), werkveld (van persorgaan naar journalistieke infrastructuur) en werkwijze (van instituut naar service-gerichte organisatie).

Ik steun deze koersverandering. Om dat beter tot uitdrukking te brengen wil ik de naam van het fonds wijzigen in *Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*. Ook wil ik in de Mediawet 2008 de wettelijke taak en instrumenten van het fonds aanpassen aan de nieuw gegroeide journalistieke realiteit en de werkwijze van het fonds.

Tenslotte

Digitalisering, globalisering en convergentie hebben een ingrijpende invloed op pers en journalistiek. De digitale revolutie maakt dat sommige van de bestaande spelers van de markt zullen verdwijnen. Daar staat tegenover dat nieuwe spelers een journalistieke functie zullen gaan vervullen. De overheid heeft in die ontwikkelingen een terughoudende rol, vanwege het belang van redactionele onafhankelijkheid.

De overheid vervult wel een (bescheiden) rol als het gaat om het scheppen van voorwaarden voor kwaliteit, pluriformiteit en ondernemerschap. In dat kader heb ik beschreven hoe ik belemmeringen voor ondernemen wil wegnemen, ruimte voor journalistiek wil scheppen en een stimulans wil bieden voor innovatie en talentontwikkeling.

²⁵ <http://www.persinnovatie.nl/8147/nl/challenge-homepage>.

De rol van het Stimuleringsfonds bij innovatieve experimenten is een goed voorbeeld van het scheppen van voorwaarden voor een sector in verandering. Het fonds gaat vanuit zijn reguliere middelen innovatie verder stimuleren.

Een punt van aandacht is de journalistieke nieuwsvoorziening in de regio. Bundeling van krachten lijkt hier noodzakelijk, bijvoorbeeld in de vorm van regionale mediacentra en door sterkere samenwerking in de regio. De Raad voor Cultuur zal dit thema betrekken in zijn toekomstverkenning. Ik zal de adviezen van de Raad op dit punt meenemen bij mijn beleidsreactie die ik in het voorjaar van 2014 naar uw Kamer stuur.

De Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
S. Dekker

Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie

De Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie waarvoor € 8 miljoen beschikbaar werd gesteld ging van start in 2010 en stond tot en met 2011 open voor innovatieve projecten die gericht zijn op journalistieke producten, diensten of werkwijzen. Hieronder valt een breed scala aan journalistieke functies op het gebied van nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming over de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van politieke meningsvorming.²⁶ Aanvragende partijen moeten ten minste de helft van de totale kosten zelf financieren of door derden laten financieren. Het fonds beoogt met deze «matching»-voorwaarde het commitment aan de kant van de aanvragers te versterken; bijkomend voordeel is dat het beschikbare budget op deze manier feitelijk wordt verdubbeld.

Onlangs heeft een onafhankelijke evaluatie plaats gevonden over de periode 2010–2011.²⁷ De evaluatie is beperkt tot deze twee jaren, omdat het merendeel van de projecten die in die periode werd gesteund inmiddels is afgerond.²⁸ In 2010–2011 werden 210 projectaanvragen ingediend, waarvan er 56 zijn gehonoreerd.²⁹

Hoofdconclusie van de evaluatie is dat de regeling heeft bijgedragen aan stimulering en versterking van de innovatie in pers en journalistiek. Die bijdrage is volgens de onderzoekers beperkt gelet op het relatief bescheiden budget en de korte looptijd van de regeling: innovatiestimulering is in hun ogen een kwestie van langere adem. De onderzoekers stellen vast dat de regeling effectief is waar het gaat om agendering van innovatie en bijdraagt aan het ontstaan en onderhouden van een gunstig innovatieklimaat in de sector. Volgens de onderzoekers verdient het daarom aanbeveling om de regeling – met enkele verbeterpunten – nog een tijd voort te zetten.

Het fonds heeft de innovatieregeling ook na 2011 voortgezet, bekostigd uit de eigen middelen, dus met een aanzienlijk lager budget: in plaats van € 8 miljoen (voor 2010 en 2011 samen) werd in 2012 circa € 0,5 miljoen toegekend; voor 2013 is circa € 0,9 miljoen beschikbaar.³⁰ Ieder jaar is de regeling aangepast en bijgesteld op basis van opgedane ervaringen. Daarmee zijn diverse verbeterpunten uit de evaluatie inmiddels al in praktijk gebracht. In 2012 is het fonds gestart met *The Challenge: Reinventing Journalism*; deze regeling is gericht op jonge journalisten met de duidelijke opdracht om de journalistiek opnieuw uit te vinden en heeft veel aandacht voor begeleiding voor en na subsidieverlening.³¹ Ervaringen die hiermee zijn opgedaan zijn deels al toegepast bij de Innovatieregeling.

²⁶ Het Stimuleringsfonds heeft tot doel het handhaven en bevorderen van de pluriformiteit van de pers, voor zover die van belang is voor de informatie en opinievorming (artikel 8.3 Mediawet 2008).

²⁷ Dialogic: Evaluatie Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie, Utrecht, oktober 2013.

²⁸ Over de projecten die in 2012 en 2013 werden gesteund, valt op dit moment nog niet veel te zeggen, omdat zij nog in uitvoering zijn.

²⁹ Zie ook www.persinnovatie.nl

³⁰ In 2012: 53 aanvragen, waarvan 8 gehonoreerd; in 2013 zijn 2 rondes gehouden: ronde 1 leverde 34 aanvragen op waarvan 7 werden gehonoreerd; ronde 2 leverde 58 voorstellen op, waarvan 14 zijn geselecteerd. Op 13 december a.s. besluit het fonds welke aanvragen zullen worden gesteund.

³¹ In 2012 was hiervoor € 100.000,- beschikbaar, in 2013 € 150.000,-.

Het is positief dat de regeling een (beperkte) bijdrage aan de innovatie heeft geleverd. Maar ik wil ook opmerken dat de regeling was bedoeld als een tijdelijke regeling. Ik zie dan ook geen grond om de regeling in de oorspronkelijke omvang (€ 8 miljoen extra middelen) te continueren. Wel blijft het Fonds vanuit de regulier beschikbare middelen innovatie stimuleren.

Stimuleringsregeling voor Jonge Journalisten (2010–2012)

De regeling waarvoor € 4 miljoen beschikbaar werd gesteld, was bedoeld om dagbladen (betaald, gratis, gespecialiseerd) en opinieweekbladen de gelegenheid te bieden om jonge journalisten aan te stellen op gesubsidiëerde plaatsen. Ook persbureaus konden er een beroep op doen. Met deze regeling konden deze bedrijven overgaan tot aanstelling van circa 60 jonge journalisten voor een periode van maximaal twee jaar. De feitelijke uitvoering lag in handen van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) en de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ): ondernemingen die aan de eisen van de regeling voldeden, konden hun aanvragen indienen bij de Toewijzingscommissie van NUV/NVJ.

De Toewijzingscommissie heeft subsidie toegekend aan 31 redacties voor in totaal 55 plaatsen: 2 persbureaus, 3 opinieweekbladen en 26 dagbladen. Uit een inventarisatie bij de betreffende redacties in september 2013 is gebleken dat 27 jonge journalisten daar nog steeds werkzaam zijn: 18 journalisten kregen een contract voor onbepaalde tijd en 9 een contract voor bepaalde tijd.³²

Op basis van de evaluatie van de regeling mag worden gesteld dat de regeling heeft beantwoord aan zijn doelstelling. Deze regeling had van meet af aan een éénmalig karakter. Herhaling ervan is dan ook niet aan de orde.

³² Het Stimuleringsfonds heeft uit eigen middelen een soortgelijke regeling gemaakt ten behoeve van de *nieuwsbladpers*: in totaal zijn 15 jonge journalisten hiermee aan het werk geholpen in periode 2011–2013. Daarvan hebben er 8 een verlengde aanstelling gekregen (2 vast, 6 tijdelijk). Vier jonge journalisten zijn als freelancer aan de slag gegaan.