

MACHT, MARKT EN MEDIA

Waarom wordt deze krant gemaakt, denkt u? Om u uw dagelijkse uurtje actueel leesplezier te gunnen, of om geld mee te verdienen? Dat laatste natuurlijk. Denkt u dat het bij de Volkskrant, Trouw of het Parool anders is? De makers van die kranten denken van wel. Ik denk dat dat onzin is. Adam Smith zei het al: de bakker bakt het brood niet uit naastenliefde, maar om de kost mee te verdienen.

De genoemde kranten, maken samen met NRC Handelsblad, alle deel uit van het PCM-concern, dat vorig jaar nog een winst van *f* 34 mln. maakte, maar dat nu in zwaar weer terechtgekomen is. Nieuw geld is nodig, maar zou u investeren in zo'n stelletje journalisten?

PCM wordt verscheurd door een Amsterdam-Rotterdam conflict. Een derde van de aandelen is in handen van Rotterdamse financiers, harde rendementseisers dus. Zij geven AD en NRC uit met als doel om winst te maken. De rest van de aandelen is in handen van de Amsterdamse krantenmakers. Zij geven kranten uit om te informeren, winst is voor hen bijzaak. Volgens mij leidt de winstdoelstelling tot kranten van betere kwaliteit. Klaarblijkelijk vindt u dat ook, anders zou u wel iets anders lezen.

Een dubbele doelstellingen leidt tot conflicten en is niet te handhaven. Het PCM-bestuur had Pieter Bouw, ex-topman van KLM, ingehuurd om deze boodschap te komen brengen. Zijn conclusie: de Amsterdammers moeten de macht aan de markt overdragen. Voorspelbare reactie van de redacties: dit gaat ten koste van de pluriformiteit. Slechte economen zijn het ook nog daarginds: het uitsluitend streven naar winst zal juist tot meer diversiteit leiden.

Nu we toch over de media hebben: hebt u zich wel eens afgevraagd waarom we het maken van kranten wel aan de markt overlaten, maar het maken van TV en Radio niet? Waarom hebben we publieke zenders en moet elke Nederlander elk jaar gedwongen *f* 100 betalen om elke dag die pulp over zijn hoofd uitgestort te krijgen? Het antwoord is niet dat we de publieke zenders nodig hebben om de pluriformiteit en

de kwaliteit van het nieuws- en amusementsaanbod te garanderen. Het antwoord is wel dat de politici te bang voor de media zijn om ze aan te durven pakken.

Hoe machtig de media zijn, konden we eerder dit jaar zien toen het kabinet aankondigde de frequenties voor de commerciële radio omroep te zullen veilen. Ik luister met plezier naar de commerciëlen, ik vind ook hier de kwaliteit beter dan bij de publieke, maar de vele spotjes met “stop de veiling” vergalden toen mijn genot. Ze waren wel effectief: veel luisteraars stuurden een e-mail naar de Tweede Kamer en die nam unaniem een motie aan die Kok en de zijnen opdroeg de bestaande partijen een voorkeurspositie te geven. Ook toen moest Bouw in actie komen. Sindsdien is van de veiling weinig meer vernomen.

Behoorde u tot de dommen, die zich liet verleiden een mail te versturen? Zou u hetzelfde gedaan hebben als Shell en Esso u hadden opgeroepen de veiling voor nieuwe pompstations tegen te houden? Let wel, zo'n veiling biedt Tango kans de markt te betreden, en die is toch wel 15 cent per liter goedkoper. Dat scheelt de gemiddelde automobilist *f* 300,-- per jaar. Gunt u dat de aandeelhouders van Shell?

U zult het met me eens zijn dat de benzine bij Tango dezelfde is als die bij de andere maatschappijen. Geloof u dan wel dat een nieuwkomers op de radiomarkt andere muziek zal uitzenden dan een bestaand station als Sky of 10FM? Kom nou, ze zijn alle commercieel, de nieuwkomers zullen dus wel uitkijken iets anders uit te zenden dan datgene wat nu (veel) winst maakt.

Renderen doet de markt zeker goed, erg goed zelfs. Daarom waren de commerciële stations er ook zo in geïnteresseerd u voor hun karretje te spannen. Martin Banga, de baas van Sky Radio, heeft gezegd dat zijn station *f* 50 mln. winst per jaar maakt en dat in de VS grif 20 tot 30 keer de jaarwinst betaald wordt. Dit brengt de waarde voor Sky op minstens *f* 1 miljard. Vindt u dat die jongens in Het Gooi dat zomaar in hun eigen zak mogen steken?

Eric van Damme