

Media in Nederland: lezen

30-01-2013 09:46

Verbrokkeling

De gedrukte media zijn de afgelopen jaren achteruit gegaan in betekenis. Er is zelfs sprake van verbrokkeling. Symbool daarvoor staat het uiteenvallen van het grote concerns PCM en NDC|VBK, waarin kranten, tijdschriften en boeken een plaats vonden. Op een enkel initiatief na, zoals de investering in 2005 door bladenman Derk Sauer in de nieuwe boekenuitgeverij Nieuw Amsterdam, zijn er binnen de wereld van de print nauwelijks mediumoverstijgende ontwikkelingen. Waarschijnlijk zijn de beperkte winstkansen daarvan de belangrijkste oorzaak.

Boeken

Op het gebied van de boeken speelt de overheid in Nederland een stimulerende rol. Bij dit medium vooral door het hanteren van een wettelijk verplichte minimum verkoopprijs. Deze vaste boekenprijs heeft ook wel een verlamdende werking op de sector. In dat licht is het niet zo vreemd dat in ons land Belgen te vinden zijn op toonaangevende posities. In hun land is de concurrentie veel groter bij afwezigheid van overheidsregulering. In 2010 is het Belgische Lannoo door de aankoop van Unieboek /Het Spectrum uit de boedel van PCM de grootste boekenuitgever van Nederland geworden. De afgelopen jaren werden gekenmerkt door een toegenomen belang van de verkoop van boeken via internet, met een dominante rol voor Bol.com, de retailer die is begonnen als boekverkoper. Maar qua omzet is de boekenbranche geen hoofdrol speler. Elk jaar worden er ook minder boeken verkocht.

E-books

De verkoop van e-books loopt in ons land aanzienlijk achter bij landen als de VS, Engeland, Duitsland en Frankrijk. Uitgevers zijn weinig actief als het gaat om het uitgeven van elektronische boeken. Het belangrijkste initiatief kwam nog van Bol.com (in samenwerking met Sony), maar ook dat bedrijf heeft geen groot aanbod aan e-books kunnen afdwingen, zoals dat buiten ons land wel is gebeurd door de Amerikaanse internetwinkel Amazon.com. Het e-book staat veel steviger in landen waar dat bedrijf wel aanwezig is. De Nederlandse staat heeft door het hanteren van het hoge btw-tarief ook niet meegewerkt aan de ontwikkeling van het medium. Wellicht dat een investering in de distributie van elektronische boeken door de overheid via bibliotheken daar verandering in kan brengen, maar waarschijnlijk zal de komst van een bedrijf als Amazon.com en het verlagen van de btw meer effect hebben.

Dagbladen

Nederland behoort tot de grootste producenten van dagbladen (dagelijks worden er ruim 4 miljoen gedrukt), maar ook de invloed van dit medium is tanende. Het dagblad moet het dan ook helemaal doen zonder steun van de staat. Enige tijd geleden is er wel discussie geweest over een vorm van overheidssteun aan de kranten, maar een plan van minister Plasterk om advertentieopbrengsten van de omroepen aan te wenden voor de dagbladen heeft het in 2009 niet gehaald. Ook vorig jaar is de neergang niet tot stilstand gekomen.

De Telegraaf was in 2011 ondanks een daling van 4,5 % met een oplage van ruim 640.000 exemplaren nog

steeds veruit de grootste krant van ons land. De gratis krant *Metro* staat op de tweede plaats, maar de oplage van dat dagblad daalde in 2011 zelfs met ruim 20 % tot 360.000. Ook bij de kranten is de belangrijke rol van onze zuiderburen opmerkelijk. De Belg Van Thillo werd in 2010 met zijn Persgroep eigenaar van het *Algemeen Dagblad*, de *Volkskrant* en *Trouw* (de nummers 3, 5 en 8 van ons land). Zijn landgenoot Peter Vandermeersch werd hoofdredacteur van *NRC Handelsblad*, vorig jaar met ruim 200.000 exemplaren een van weinige stijgers.

Digitale kranten

De opkomst van betaalde digitale kranten verloopt nog maar moeizaam, hoewel het elektronische dagblad wel langzaam terrein wint. Maar niet genoeg om het tij te keren. Anders dan in een land als Rusland hebben de dagbladen hier meer invloed op de politiek dan omgekeerd. *De Telegraaf* heeft onder hoofdredactie van Sjuul Paradijs een duidelijk rechtse koers gevaren die het blad tot een belangrijke politiek factor heeft gemaakt. Die krant kwam ook met een van de weinig crossmediale avonturen vanuit de dagbladen: de oprichting van de omroepvereniging Wakker Nederland waarmee de Telegraaf Media Groep een – nog weinig indrukwekkende – brug heeft geslagen naar de met overheidssteun gefinancierde publieke omroepen.

Tijdschriften

De uitgevers van tijdschriften hebben het in Nederland altijd helemaal zonder overheidssteun moeten doen. Keiharde commerciële rendementseisen staan centraal en het is een wereld van fusies en overnames. Toen de rendementen op marktinformatie groter werden dan de inkomsten uit de magazines werd VNU, het belangrijkste uitgeefbedrijf voor magazines van ons land, in 2001 verkocht aan het Finse mediaconcern Sanoma. In de tijd van de Verenigde Nederlandse Uitgeverijen werden al veel succesvolle start-ups opgekocht, met eigen introducties is de marktleider nooit erg gelukkig geweest. Dat patroon is voortgezet onder de Finnen. Het tijdschrift *LINDA.*, nota bene gebouwd rond de persoonlijkheid van de zus van mediamagnaat John de Mol, werd door Sanoma gekocht van het kleine Mood for Magazines. Het is nu een van de kaskrakers. Ook de verkoop van de meeste traditionele tijdschriften loopt achteruit. Het is dus niet vreemd dat een bedrijf als Sanoma zijn blikken richt op andere media.