

MASSA

COMMUNICATIE '83

INHOUD NR. 5/6, JAARGANG 11, 1983

Pag. 314

Drs. K.J. Alsem

Concentratiebewegingen op de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland

Pag. 340

Prof. Dr. P.S.H. Leeflang, Drs. H.H.M. Visser

Een aanzet tot de verklaring van de aanbodstructuur van een aantal segmenten op de dagbladenmarkt

Pag. 349

Drs. L.H.A. Lichtenberg

Commentaar op WRR-voorstudie M 9: De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland

Pag. 355

Dr. T.H.A. van der Voort

Meting van het geweldaanbod op televisie: een "objectieve" telmaat versus een "subjectieve" belevingsmaat

Pag. 366

Drs. B. Baarda, drs. M. Kuttschreuter

(Ver)tellen: agressie op de televisie

Pag. 371

Inhoud elfde jaargang 1983

MASSA

COMMUNICATIE '83

uitgegeven door de
STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

Onder redactie van:

drs. W.J.M. Asselbergs, prof. dr. E. de Bens, prof. dr. J.J. van Cuilenburg *,
prof. dr. G. Fauconnier, drs. P.M. Hendriksen *, prof. dr. J.H.J. van den Heuvel *,
drs. H.J. Smets, prof. dr. J.G. Stappers *, drs. J. Wieten, dr. C.M.J. van Woerkum

* leden kernredactie

Sekretariaat:

J.L.J. Janssen en P.W.M. Rutten
Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372
Auteurs die kopij willen toezenden wordt verzocht vooraf contact met het
sekretariaat op te nemen.

Administratie en druk:

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv
Bredaseweg 61 5038 NA Tilburg, tel. 013-425050, giro 1085553
Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te richten
aan dit adres.

Abonnementen:

- Gewoon abonnement : f 70,—
- Abonnement buitenland : f 90,—
- Studentenabonnement : f 50,—
- Los nummer : f 13,50
- Dubbel nummer : f 27,—

Advertenties:

prijzen: 1/1 pag.: f 300,—; 1/2 pag. f 165,—; drukspiegel 12,9 x 19 cm
korting bij herhaalde plaatsing

VOORSTUDIES EN ACHTERGRONDEN VAN MEDIABELEID

De redactie van 'Massacommunicatie' heeft het plan opgevat aan de studies die de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid in zijn serie 'voorstudies en achtergronden mediabeleid' publiceert, in de komende nummers aandacht te besteden.

Wij hebben de auteurs van de desbetreffende studie verzocht een artikel te schrijven waarin, naast een korte karakterschets van de studie, vooral de nadruk zou moeten liggen op datgene wat de auteurs zelf het belangrijkste vinden.

De artikelen zijn dus zoveel mogelijk persoonlijke evaluaties, met wellicht een persoonlijke stellingname, welke de betreffende auteurs in hun voorstudie niet wilden of konden publiceren.

Daarnaast zal iedere voorstudie door een of meerdere deskundige(n) becommentarieerd worden. Zij zullen indien mogelijk, tegelijkertijd reageren op de persoonlijke evaluaties.

Karel Jan Alsem*

Concentratiebewegingen op de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland

In dit artikel wordt aandacht geschonken aan een in opdracht van de WRR verrichte studie naar ontwikkelingen in de aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland gedurende de jaren 1970-1981.¹⁾ In deze studie bestaat het beschrijvende gedeelte voor een belangrijk deel uit een weergave van concentratiebewegingen. Daarnaast wordt getracht een kwantitatieve verklaring voor het concentratieverloop te vinden. Verder vindt een meer kwalitatieve analyse van de uitgevermarkt plaats aan de hand van beleidsachtergronden en ontwikkelingsrichtingen bij de grote uitgeverconcerns. Ten slotte wordt de financiële positie van dagbladen en tijdschriften beschreven en kwantitatief verklaard. In dit artikel worden de resultaten samengevat van de beschrijvende analyse van concentratiebewegingen. In een volgend artikel zullen P.S.H. Leeflang en H.H.M. Vis-

ser aandacht schenken aan de kwantitatieve verklaring van het concentratieverloop. Gezien de reikwijdte van de in de studie verrichte analyses is niet gekozen voor het publiceren van één artikel waarin alle aspecten – oppervlakkig – aan de orde zouden komen: zowel in het onderhavige als in het komende artikel wordt op een deel van de studie uitvoerig ingegaan.

Dit artikel is als volgt opgebouwd. Eerst wordt een beschrijving gegeven van de gehanteerde probleemstelling. Vervolgens wordt ingegaan op twee begripsmatige indelingen die voor de analyse van belang zijn. Daarna wordt beschreven volgens welke methode de concentratiebewegingen zijn gekwantificeerd. In de laatste paragraaf vindt de beschrijving van de markt van de periodiek verschijnende pers plaats. Tot slot worden de belangrijkste resultaten samengevat en worden enkele conclusies geformuleerd.

* De auteur dankt dr. G.J. van Helden en mevrouw drs. J.C. Hoekstra voor hun kritische opmerkingen.

Probleemstelling

Een belangrijke bepalende factor voor de structuur van een markt is de wijze waarop de totale omvang van de producten c.q. ondernemingen over die markt verdeeld is, de zogenaamde 'size-distribution'. Is die verdeling zodanig dat een relatief gering aantal producten c.q. ondernemingen een groot deel van de markt voor haar rekening neemt, dan wordt gesteld dat deze markt een hoge mate van concentratie bezit.

Concentratie geeft uitdrukking aan de mate waarin de macht op de markt berust bij een beperkt aantal subjecten (producten c.q. ondernemingen). Hoewel ook andere eigenschappen van de marktstructuur relevant kunnen zijn (zoals toetredingsbeperkingen) beperken wij ons tot de concentratie als dimensie van het begrip marktstructuur.

In vergelijking met het buitenland²⁾ wordt in Nederland aan concentratiebewegingen relatief weinig aandacht geschonken. Op een groot aantal markten is een structuuronderzoek uitgevoerd, maar empirisch onderzoek naar het verloop van de concentratie blijft vaak achterwege. Of een tekort aan datamateriaal hiervan de oorzaak is, wagen wij te betwijfelen. De markt voor de periodiek verschijnende pers vormt hierop geen uitzondering. Hoewel omtrent deze markt al jarenlang door verschillende organisaties omvangrijke (en openbare) gegevensbestanden worden opgebouwd, vindt onderzoek naar concentratiebewegingen nauwelijks plaats. Eén onderzoek waarin wel aandacht wordt besteed aan concentratie op de uitgeverijmarkt is uitgevoerd door Brouwer; zij heeft in het kader van een EEG-onderzoek een studie verricht naar de ontwikkeling van de concentratie op de Nederlandse markt van dagbladen, tijdschriften en schoolboeken.³⁾

In het onderhavige artikel wordt een beschrijving gegeven van ontwikkelingen in de concentratie op alle onder-

delen van de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland.

Tot de markt van de periodiek verschijnende pers behoort een viertal deelmarkten: dagbladen, tijdschriften, huis-aan-huisbladen en nieuwsbladen. Op haar beurt vormt de markt van de periodiek verschijnende pers een belangrijk onderdeel van de markt voor de massamedia. Tot laatstgenoemde markt worden tevens gerekend de boeken, de omroepen (radio en televisie) en de film; evenals in de WRR-studie worden deze in dit artikel buiten beschouwing gelaten.

Een indeling in deelmarkten en segmenten en in aggregatieniveaus

Bij de wijze waarop de concentratiebewegingen zullen worden geschetst spelen twee begripsmatige indelingen een belangrijke rol:

1. Een indeling in deelmarkten en segmenten;
2. Een indeling in aggregatieniveaus waarop individuele titels worden beschreven en geanalyseerd.

ad 1) Zoals eerder gesteld onderscheiden wij binnen de markt van de periodiek verschijnende pers vier deelmarkten: dagbladen, tijdschriften,

<i>deelmarkten</i>	<i>segmenten</i>
dagbladen	landelijke ochtendbladen landelijke avondbladen regionale ochtendbladen regionale avondbladen gespecialiseerde dagbladen
tijdschriften	opiniebladen familiebladen vrouwenbladen jeugdbladen hobbybladen sportbladen "gossip"-bladen omroepbladen vaktijdschriften
huis-aan-huisbladen	
nieuwsbladen	

huis-aan-huisbladen en nieuwsbladen. Tussen dagbladen en tijdschriften onderling bestaan grote verschillen. Deze beide deelmarkten worden daarom weer onderverdeeld in een aantal segmenten. De volgende indeling is gehanteerd:

ad 2) Een uitgever geeft vaak meerdere titels uit. Bovendien is het geen uitzondering dat twee of meer uitgeverijen in concernverband samenwerken. Door uitsluitend concentratiebewegingen op het niveau van de individuele titels te beschouwen wordt de concentratie sterk onderschat. De concentratieanalyse zal daarom plaatsvinden op drie aggregatieniveaus:

- bladniveau; op dit meest gedesaggregeerde niveau beschouwen wij alle individuele bladen;
- uitgeversniveau; hiertoe rekenen wij zowel zelfstandige als niet-zelfstandige uitgevers (de laatste zijn voor meer dan 50% in handen van een andere onderneming);
- concernniveau; onder een concern wordt hier verstaan: een samenwerkingsverband van twee of meer uitgevers, c.q. een meerderheidsdeelname van de ene onderneming op de betrokken markt in minstens één andere onderneming.

Hierbij dient te worden opgemerkt dat een concentratieanalyse op bladniveau alleen zinvol is indien werkelijk sprake is van concurrentie tussen bladen. Dat is het geval indien voldaan is aan twee omstandigheden:

1. de bladen worden door de consument als gelijksoortig beoordeeld; er is dan sprake van een homogene deelmarkt of een homogeen segment;
2. de bladen op die deelmarkt of op dat segment worden in hetzelfde (geografische) gebied verspreid.

Is aan één van beide voorwaarden niet voldaan, dan is alleen een concentratieanalyse op uitgevers- of concernniveau zinvol.⁴⁾

Kwantificering van het concentratieverloop⁵⁾

Het is gebruikelijk concentratie te meten door middel van marktaandelen. Deze marktaandelen kunnen betrekking hebben op de afzet (in aantal eenheden) of de omzet (in geld). Evenals dat in het algemeen gebruikelijk is, wordt hier de voorkeur gegeven aan de afzet; als maatstaf hiervoor is gekozen voor de totale betaalde oplage. Het marktaandeel van een blad wordt dan gevormd door de oplage van dat blad gedeeld door de totale oplage op de betreffende deelmarkt of op het betreffende segment. Marktaandelen zullen in het navolgende steeds in procenten worden uitgedrukt.

Er is een groot aantal maatstaven ontwikkeld waarmee concentratie kan worden gemeten. De belangrijkste verschillen tussen deze maatstaven zijn terug te voeren op de vraag of zij absolute dan wel relatieve concentratie meten (of beide). De absolute concentratie heeft betrekking op de gemiddelde grootte van alle of een aantal ondernemingen in een bedrijfstak. Bij de relatieve concentratie gaat het om de omvang van produkten c.q. ondernemingen in relatie tot elkaar. Voor de vaststelling van de horizontale marktmacht is de absolute concentratie relevant. Relatieve concentratie heeft meer te maken met de mate van (on-) gelijkheid tussen produkten c.q. ondernemingen in een markt. Door ons zullen twee concentratiemaatstaven worden gebruikt die absolute concentratie meten: de concentratie-ratio (CR-index) en de Hirschman-Herfindahl-index (HH-index).

De concentratie-ratio wordt veel gebruikt in empirisch onderzoek en is eenvoudig te interpreteren als het gezamenlijke marktaandeel van de grootste, bijvoorbeeld vier, produkten c.q. ondernemingen. Deze maatstaf meet uitsluitend absolute concentratie. Wij zullen concentratie-ratio's berekenen voor de grootste twee (CR2), vier

(CR4) en acht (CR8) produkten c.q. ondernemingen.

De Hirschman-Herfindahl-index wordt gedefinieerd als de som van de gekwadrateerde marktaandeelen van alle produkten c.q. ondernemingen. In deze maatstaf worden de marktaandeelen met zichzelf vermenigvuldigd, waaronder de grote produkten c.q. ondernemingen relatief zwaarder wegen dan de kleine. Hoewel bij deze index de nadruk ligt op de meting van absolute concentratie, wordt in tegenstelling tot bij de CR-index, ook relatieve concentratie in de metingen betrokken. Een ander verschil met de concentratie-ratio is dat bij de HH-index de marktaandeelen van alle produkten c.q. ondernemingen in de berekeningen worden betrokken. Met een rekenvoorbeeld willen we het gedrag van de concentratie-ratio en de Hirschmann-Herfindahl-index verduidelijken. Stel er is een markt met vier aanbieders A, B, C en D. We onderscheiden nu drie marktsituaties. De marktaandeelen van de aanbieders zijn:

1. A: 25% B: 25% C: 25% D: 25%
2. A: 40% B: 40% C: 15% D: 5%
3. A: 50% B: 30% C: 15% D: 5%

In situatie 1 is de concentratie minimaal omdat alle aanbieders even groot zijn; de HH-index bereikt hier het minimum van 0,25 (het minimum van de HH-index is één gedeeld door het aantal aanbieders; het maximum is 1 in geval van één aanbieder). De CR2 bedraagt in situatie 1 50%. In situatie 2 worden de aanbieders A en B beiden groter. De CR2 stijgt naar 80%: de twee grootste aanbieders hebben 80% van de markt in handen. De HH-index stijgt naar 0,345. In situatie 3 stijgt het marktaandeel van aanbieder A ten koste van dat van B. De absolute concentratie stijgt hierdoor niet: de CR2 blijft 80%; de HH-index, die ook relatieve concentratie meet, stijgt naar 0,365.

Naast de hierboven genoemde concentratiemaatstaven geeft ook het aantal produkten c.q. ondernemingen

inzicht in de concentratie. Door ons zal derhalve op blad-, uitgevers- en concerniveau het verloop worden weergegeven van de CR2, CR4 en CR8, de HH-index, alsmede van het aantal bladen c.q. ondernemingen. Tenslotte merken we op dat de hoogte van de concentratie sterk afhangt van de begrenzing die men stelt ten aanzien van de markt waarbinnen de concentratie wordt gemeten. Zo zal de concentratie op het segment opiniebladen altijd groter zijn dan op de deelmarkt tijdschriften. Een vergelijking van de absolute hoogte van de concentratie tussen deelmarkten en/of tussen segmenten is derhalve weinig zinvol. In het navolgende zullen we daarom de concentratieontwikkeling in de loop van de tijd beschrijven waarbij wij gebruik maken van de bovenstaande maatstaven en begrippen. Bovendien wordt ook aandacht geschonken aan de omvang van de verschillende deelmarkten en segmenten.

Beschrijving van de concentratiebewegingen

In deze paragraaf wordt een beschrijving gegeven van de concentratieontwikkeling op de markt van de periodiek verschijnende pers.

Eerst worden achtereenvolgens de dagbladenmarkt en de tijdschriftenmarkt beschreven (zowel de totale deelmarkt als de afzonderlijke segmenten) voor de jaren 1970-1982 respectievelijk 1970-1981. Daarna komen de huis-aan-huisbladen en de nieuwsbladen aan de orde. Hierna wordt de positie van de verschillende concerns op de totale markt voor betalende lezers beschreven. Vanwege de omvang van de dataverwerking van de huis-aan-huisbladen en de nieuwsbladen moest de onderzoeksperiode voor deze deelmarkten, en daardoor eveneens voor de totale betalende lezersmarkt, beperkt blijven tot de jaren 1975-1979.

Dagbladen

Voor de dataverzameling met betrekking tot de jaren 1970-1975 zijn publicaties gebruikt van het inmiddels opgeheven Media Informatie Centrum (MIC); materiaal over de periode vanaf 1976 is ontleend aan publicaties van het Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit (Cebuco). Voor aanvullende informatie (zoals over fusies en opheffingen) zijn de septembernummers van het tijdschrift *De Journalist* geraadpleegd. De gebruikte oplagecijfers dekken circa 98% van de gehele dagbladenmarkt.⁶⁾ De cijfers hebben betrekking op het eerste kwartaal van een betreffend jaar.⁷⁾ Gevolgen van opheffingen, introducties, fusies, etc. vindt men daarom in de meeste gevallen eerst terug in de gegevens voor het daaropvolgende jaar.

De analyse in de WRR-studie heeft betrekking op de jaren 1970-1981. In deze paragraaf wordt het jaar 1982 eveneens in de beschouwing betrokken daar tijdens het schrijven van dit artikel de oplagegegevens over 1982 beschikbaar kwamen.

Totale dagbladenmarkt

In tabel 1 wordt het verloop van het aantal titels en de totale oplage weergegeven. Er wordt daarbij een onderscheid gemaakt in dagbladen met een

eigen hoofdredactie en (niet-zelfstandige) kopbladen.

Uit tabel 1 blijkt het volgende:

- Het aantal (zelfstandige) dagbladen met een eigen hoofdredactie neemt tot 1976 af (1970: 53; 1976: 48) en is daarna vrij stabiel.
- Het aantal kopbladen heeft hetzelfde verloop maar de afname is per saldo sterker dan bij de zelfstandige dagbladen: in 1970 zijn er 41 kopbladen, in 1976 35 en in 1982 34.
- Het totale aantal titels daalt in de periode 1970-1976 sterk - namelijk van 94 tot 83 - en blijft daarna vrij constant (1982: 82).

Uit een hier niet weergegeven analyse van de wijzigingen in het titelbestand is gebleken dat de totale afname van 12 titels tot stand is gekomen door 19 verdwenen en 7 nieuwe titels. Vrijwel alle verdwenen dagbladen waren regionaal en vertoonden voor het verdwijnen een dalend marktaandeel. Belangrijke wijzigingen in het titelbestand waren: de fusie van de Nieuwe Limburger en de Maas- en Roerbode (1972), de fusie van de NRC en het Algemeen Handelsblad (1975), het opgaan van de Kwartetbladen in *Trouw* (1975), de opheffing van *De Tijd* (1975) en de opheffing van *Het Vaderland* (1982).

Tabel 1: Aantal titels en totale oplage op de dagbladenmarkt, 1970-1982

jaar	dagbladen met eigen hoofdredactie	kopbladen	totaal aantal titels	totale oplage x 1.000
1970	53	41	94	4.036
1971	53	41	94	4.150
1972	51	40	91	4.164
1973	51	40	91	4.139 ^{a)}
1974	51	39	90	4.236
1975	49	36	85	4.252
1976	48	35	83	4.301
1977	48	34	82	4.377
1978	48	34	82	4.483
1979	49	33	82	4.561
1980	50	34	84	4.647
1981	49	34	83	4.690
1982	48	34	82	4.610

Bron: WRR

a) Daling veroorzaakt door prijsstijgingen

Uit tabel 1 blijkt voorts dat, ondanks het verdwijnen van veel titels, de totale oplage van dagbladen sterk is gegroeid: van ruim 4 miljoen in 1970 naar bijna 4,7 miljoen in 1981. Daarna lijkt het tij zich te keren: is de toename van 1981 al vrij gering, in 1982 is er sprake van een daling van de oplage met 1,7%. De totale dagbladenmarkt lijkt een verzadigingspunt te hebben bereikt.

In tabel 2 wordt het verloop weergegeven van enkele concentratiemaatstaven (alsmede van het aantal bladen c.q. ondernemingen op blad-, uitgevers- en concernniveau).

Uit tabel 2 blijkt het volgende.

Op bladniveau zien we in de jaren 1970-1975 de concentratie vrij sterk toenemen. Deze toename is vrijwel geheel toe te schrijven aan de versterking van de twee grootste kranten, De Telegraaf en het Algemeen Dagblad. Dit blijkt uit het feit dat de toename van het gezamenlijke marktaandeel van de grootste vier en acht kranten (CR4 en CR8) niet sterker is dan de toename van de CR2: alle drie ratio's nemen in de periode 1970-1975 met circa 3 procentpunt toe. In de periode 1975-1981 blijft de concentratie, gemeten met de HH-index, vrijwel onveranderd. In 1982 neemt de concentratie weer vrij sterk toe door een versteviging van de positie van De Telegraaf, het Algemeen Dagblad en de Volkskrant. Het gezamenlijke marktaandeel van de acht grootste uitgevers is, zo blijkt uit tabel 2, over de gehele periode slechts circa 2,5 procentpunt hoger dan dezelfde ratio op bladniveau. Naast het eigen (grote) dagblad geven de acht grootste uitgevers kennelijk nauwelijks andere dagbladen uit. Het verloop van de concentratie op uitgeversniveau is daardoor ongeveer gelijk aan het concentratieverloop op bladniveau: een toename tot 1975, daarna stabiel, en in 1982 weer een toename.

Een groot aantal dagbladen en dagbladuitgevers is in concernverband opgenomen. De concentratiemaatstaven op concernniveau zijn namelijk

aanzienlijk hoger (een factor 1,7 à 1,8) dan op blad- of uitgeversniveau. In 1970 hebben de grootste vier concerns (Holding Mij. De Telegraaf, NDU, Perscombinatie en VNU) 43,6% van de markt in handen. In de periode 1970-1975 neemt de concentratie zeer sterk toe en in 1975 is het gezamenlijk aandeel van de grootste vier concerns (waarbij VNU van de vierde plaats is verdrongen door Audet) gestegen naar 57,5%. Deze toename is vele malen groter dan de toename van de concentratie op blad- en uitgeversniveau. Dit wijst erop dat de grote concerns zich hebben verzekerd van een sterker pakket (assortiment) van dagbladen. In 1976 valt de concentratie op het niveau van de concerns iets terug en blijft daarna vrij stabiel. In 1982 neemt op dit niveau de concentratie nauwelijks toe. De versterking van de positie van de grote kranten van de concerns in 1982, is ten koste gegaan van de kleinere bladen van de concerns. In de ranglijst van de concerns is sinds 1975 slechts één verandering opgetreden: het concern Wegener is, door de overname van een groot aantal dagbladen en dagbladuitgevers, gestegen van de 12e naar de (in 1981) 7e plaats. De concentratie op concernniveau is hoog te noemen: in 1982 hebben de grootste acht concerns bijna 80% van de totale dagbladenmarkt in handen.

De segmenten op de dagbladenmarkt

In tabel 3 wordt voor enkele peiljaren de relatieve omvang van de segmenten op de dagbladenmarkt weergegeven.

Uit tabel 3 blijkt dat er – vooral in de periode 1970-1975 – binnen de segmenten landelijke dagbladen een verschuiving heeft plaatsgevonden van avond- naar ochtendbladen: het aandeel van de landelijke avondbladen is aanzienlijk gedaald, terwijl de relatieve omvang van de landelijke ochtendbladen in genoemde periode sterk is toegenomen. Na 1975 zet deze ontwikkeling zich in verminderde mate voort.

Tabel 2: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op de totale dagbladenmarkt, 1970-1981

jaar	bladniveau					uitgeversniveau					concernniveau				
	aantal ^{a)}	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1970	77	17,2	27,3	42,3	0,0340	55	17,2	28,9	44,6	0,0374	16	25,7	43,6	66,2	0,0665
1971	77	16,9	27,6	42,6	0,0346	54	18,1	28,8	44,7	0,0382	16	26,6	44,3	66,9	0,0683
1972	73	17,7	27,3	42,9	0,0362	52	19,9	29,5	45,9	0,0409	15	31,5	49,8	73,1	0,0844
1973	72	18,5	28,1	43,8	0,0377	52	20,7	30,3	46,3	0,0421	15	33,8	52,0	74,4	0,0910
1974	71	19,6	29,0	44,4	0,0393	52	21,7	31,2	46,8	0,0437	15	34,5	52,6	74,2	0,0922
1975	65	20,5	30,1	45,6	0,0422	47	22,8	32,4	48,2	0,0470	13	35,6	57,5	77,7	0,1014
1976	63	20,5	30,2	45,2	0,0424	46	22,9	32,5	47,8	0,0469	13	34,3	56,1	76,4	0,0974
1977	61	20,6	30,2	44,8	0,0425	46	23,1	32,7	47,2	0,0470	13	35,0	56,6	76,8	0,0991
1978	61	20,9	30,5	44,6	0,0426	46	23,4	33,0	47,1	0,0474	13	35,0	56,4	76,6	0,0985
1979	61	20,8	30,3	44,1	0,0422	46	23,5	32,9	46,7	0,0472	13	34,9	56,2	76,5	0,0979
1980	62	20,6	30,0	43,5	0,0417	47	23,5	32,8	46,4	0,0470	13	35,7	57,0	77,4	0,1010
1981	61	21,0	30,3	43,5	0,0423	46	24,0	33,3	46,5	0,0482	12	35,0	56,3	79,1	0,1004
1982	60	22,5	32,1	45,3	0,0456	45	25,7	35,3	48,2	0,0522	12	35,2	56,6	79,4	0,1011

Bron: WRR

a) Het betreft hier het aantal dagbladen en dagbladcombinaties. Doordat van enkele kopbladen geen aparte oplagecijfers bekend zijn, (maar alleen gecombineerd met het zelfstandige dagblad) is het aantal in deze tabel lager dan het aantal titels in tabel 1.

Op de segmenten regionale dagbladen zijn de ochtendbladen slechts in geringe mate in betekenis toegenomen: sinds 1975 ligt het aandeel op circa 18%. Het belang van de regionale avondbladen, het grootste segment op de dagbladenmarkt, is niet veel veranderd: gedurende de gehele onderzoeksperiode wordt 40% van de totale dagbladoplage 's avonds regionaal verspreid. De winst van de ochtendbladen is dus niet ten koste gegaan van de regionale avondbladen. Overigens zal dit voor een deel worden veroorzaakt door de omstandigheid dat de beide regionale segmenten door hun geografische scheiding niet werkelijk met elkaar concurreren: ruwweg aangeduid vindt men alle regionale ochtendkranten onder de grote rivieren en de avondbladen boven de grote rivieren.

Ten slotte blijkt uit tabel 3 dat het aandeel van de gespecialiseerde dagbladen langzaam toeneemt, maar nog altijd zeer gering is.

In tabel 4 wordt voor de vijf dagbladsegmenten het verloop weergegeven van enkele concentratiemaatstaven. Daar regionale bladen landelijk gezien niet met elkaar concurreren, is bij die segmenten afgezien van een concentratie-analyse op bladniveau (zie ook paragraaf 4).

Uit tabel 4 kan het volgende worden afgeleid.

– Op het segment landelijke ochtendbladen⁸⁾ neemt de concentratie op

blad- en uitgeversniveau gedurende de gehele onderzoeksperiode langzaam toe. Alleen in 1975 doet zich een daling voor (HH-index 1974: 0,3164).⁹⁾ Op concernniveau stijgt de concentratie tot 1975 en is daarna vrij stabiel. Op alle niveaus is de concentratie hoog. Circa 72% voor de grootste twee (De Telegraaf en het Algemeen Dagblad, c.q. hun respectievelijke uitgever). Vrijwel het hele segment is in handen van drie concerns (Holding Mij. De Telegraaf, Perscombinatie, Elsevier-NDU).

– Bij de landelijke avondbladen⁸⁾ heeft de concentratie op alle niveaus hetzelfde verloop. Tot 1975 neemt de concentratie aanzienlijk toe, vooral als gevolg van het verdwijnen van twee titels (Het Vrije Volk en De Tijd) uit dit segment. Na 1975 neemt de concentratie geleidelijk af door een verzwaking van de positie van de grootste twee (tot 1980 Het Parool en het Nieuws van de Dag; daarna Het Parool en het NRC Handelsblad). In 1982 ligt de concentratie echter weer hoger. Circa 90% van het segment is in handen van (drie) concerns (dezelfde als bij de landelijke ochtendbladen: Perscombinatie, Elsevier-NDU en Holding Mij. De Telegraaf).

– Bij de regionale ochtendbladen is de concentratie op uitgeversniveau, gemeten met de HH-index, tot 1981 vrijwel constant gebleven. In 1982 is er voor het eerst sprake van een duidelijke stijging. Op dit segment zijn VNU

Tabel 3: Aandelen van de segmenten op de dagbladenmarkt (in % van de totale oplage)

jaar	landelijk ochtend	landelijk avond	regionaal ochtend	regionaal avond	gespecialiseerd
1970	23,59	19,88	16,08	39,57	0,88
1975	29,47	11,17	17,49	40,88	0,99
1980	29,34	10,66	18,20	40,61	1,25
1981	29,63	10,33	18,33	40,33	1,38 ^{a)}
1982	31,38	9,60	17,68	39,94	1,41

Bron: WRR

a) In Alsem, K. J. e.a., op cit., wordt hier 1,40 vermeld. Dit wordt veroorzaakt doordat de oplage van Cobouw in de door ons gebruikte bron (vanaf 1980 septembernummers van *De Journalist*) voor 1981 onjuist werd weergegeven, (zie *De Journalist*, september 1982). Het aandeel van de gespecialiseerde dagbladen werd daardoor te hoog. Ook de in de WRR-studie vermelde concentratiemaatstaven voor dit segment in 1981 wijken daardoor enigszins (maar niet sterk) af van de in dit artikel weergegeven, opnieuw berekende, cijfers.

Tabel 4: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op de dagbladsegmenten in de periode 1970-1982

landelijke ochtendbladen									
jaar	blad- en uitgeversniveau				concernniveau				
	aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1970	5	66,9	98,3	0,3003	4	66,9	98,3		0,3000
1975	5	69,5	98,4	0,3038	3	73,4	98,4		0,3441
1980	5	70,3	98,3	0,3050	3	72,0	98,3 ^{a)}		0,3411
1981	5	70,8	98,3	0,3087	3	72,0	98,3 ^{a)}		0,3430
1982	5	71,8	98,3	0,3156	3	72,3	98,3 ^{a)}		0,3473

landelijke avondbladen									
jaar	blad- en uitgeversniveau				concernniveau				
	aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1970	6	54,7	86,5	0,2216	5	54,7	88,3		0,2307
1975	4	72,6	100,0	0,3113	3	72,6	93,4 ^{b)}		0,3070
1980	4	63,6	100,0	0,2842	3	63,6	90,6 ^{b)}		0,2754
1981	4	61,5	100,0	0,2820	3	61,5	90,2 ^{b)}		0,2725
1982	4	67,0	100,0	0,2852	3	67,0	89,2 ^{b)}		0,2735

regionale ochtendbladen										
jaar	uitgeversniveau				concernniveau					
	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1970	12	29,6	54,3	84,9	0,1057	3	59,6	62,2 ^{b)}		0,1852
1975	12	30,8	55,5	84,9	0,1067	4	68,3	85,4 ^{b)}		0,2481
1980	12	31,0	56,3	85,4	0,1077	4	68,8	90,7 ^{b)}		0,2615
1981	12	30,9	56,2	85,2	0,1074	4	68,6	90,4 ^{b)}		0,2597
1982	12	32,0	58,3	88,4	0,1143	4	71,2	90,1 ^{b)}		0,2714

regionale avondbladen										
jaar	uitgeversniveau				concernniveau					
	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1970	32	17,3	24,0	46,9	0,0436	13	17,9	31,8	56,2	0,0458
1975	26	20,9	26,0	58,6	0,0576	11	31,7	48,6	71,7	0,0817
1980	25	18,8	34,4	57,2	0,0562	11	26,7	44,4	74,6	0,0784
1981	24	18,7	34,6	57,4	0,0576	9	30,9	50,2	78,2	0,0887
1982	24	19,0	34,7	57,6	0,0577	9	31,0	50,4	78,3	0,0891

gespecialiseerde dagbladen									
jaar	blad- en uitgeversniveau			HH-index	concernniveau				
	aantal	CR2	CR4		aantal	CR2	CR4	HH-index	
1970	4	88,1		0,3957	1	46,0 ^{c)}		0,2113	
1975	4	87,6		0,3952	2	47,1 ^{b)}		0,1632	
1980	4	69,3		0,3153	2	57,9 ^{b)}		0,1688	
1981	4	66,9		0,3111	2	63,0 ^{b)}		0,1992	
1982	4	68,2		0,3121	2	62,6 ^{b)}		0,1980	

a) Als b) en; feitelijk betreft het hier een CR3.

b) Wordt geen 100% door de aanwezigheid van zelfstandige uitgevers.

c) Als b) en; feitelijk betreft het hier een CR1.

d) Zie noot a) bij tabel 3.

en Audet verreweg de grootste concerns, beide met een aandeel van circa eenderde. Hun gezamenlijk aandeel, en daarmee de concentratie, stijgt in de periode 1970-1975 sterk. Tot 1981 blijft de concentratie op con-

cerniveau min of meer stabiel om in 1982 weer hoger uit te komen. Op dit segment hebben vier concerns circa 90% van de oplage in handen.

– Door een afname van het aantal uitgevers neemt op het segment regiona-

le avondbladen de concentratie op uitgeversniveau in het begin van de jaren zeventig (tot 1973) toe; daarna blijft de concentratie, gemeten met de HH-index, de gehele onderzoeksperiode vrijwel stabiel. Sijthoff Pers is op dit segment het grootste concern. Op concerniveau neemt de concentratie tot 1973 aanzienlijk toe; tot 1980 blijft het niveau stabiel en het stijgt in 1981 door de fusie van Wegener met de Holding Utrechts Nieuwsblad. Wegener krijgt daardoor de tweede plaats op dit segment. Door het grote aantal concerns is de concentratie hier minder hoog dan op de andere segmenten: sinds 1981 circa 50% voor de grootste vier.

— Op het segment gespecialiseerde dagbladen is de concentratie op bladen uitgeversniveau tot 1975 stabiel; daarna daalt de concentratie sterk en is na 1980 weer stabiel. Op concerniveau wisselt de concentratie sterk doordat slechts twee concerns op dit segment actief zijn. Sinds 1981 hebben zij (Kluwer en Sijthoff Pers) circa 63% van het segment in handen.

Tijdschriften

Evenals bij de dagbladen zijn voor de tijdschriften (exclusief vaktijdschriften) voor de jaren 1970-1975 publicaties van het MIC als gegevensbron gebruikt. Voor oplagecijfers van de vaktijdschriften bestaan geen betrouwbare bronnen voorzover het de jaren vóór 1975 betreft. Voor latere jaren is voor zowel de vaktijdschriften als de niet-vaktijdschriften de oplage-documentatie van de Nederlandse Organisatie van Tijdschrift-Uitgevers (NOTU) geraadpleegd. De uitgevers aangesloten bij deze branche-organisatie geven minder dan 10% van alle in Nederland verschijnende tijdschrifttitels uit; wel hebben zij met elkaar een marktaandeel van ongeveer 80% gemeten in oplagen.¹⁰⁾ Gemeten in titels is het door ons gebruikte cijfermateriaal dus zeer onvolledig. Gemeten in oplage wordt circa 20% van de gehele tijd-

schriftenmarkt buiten beschouwing gelaten.

Naast tijdschriften van niet bij de NOTU aangesloten uitgevers zijn bij de concentratie-analyse een aantal tijdschriften weggelaten, waarvan voor een groot aantal jaren oplagegegevens ontbreken.¹¹⁾ Over de periode 1970-1981 wordt in de publicaties van het MIC en de NOTU van in totaal 86 verschillende tijdschriften (vaktijdschriften buiten beschouwing gelaten) minstens één oplagespecificatie gegeven. Van 24 hiervan ontbreken echter oplagecijfers over een dusdanig groot aantal jaren dat het niet mogelijk is op basis van het beschikbare materiaal betrouwbare tijdreeksen samen te stellen (zie noot bij tabel 6). Onder de weggelaten titels vallen alle 'pop'-bladen, de jeugdbladen van Malmberg, twee opiniebladen, het (grote) familieblad *Het Beste*, en een aantal tijdschriften van zelfstandige uitgevers (waaronder *De Kampioen van de ANWB*). Hierdoor wordt met name de omvang van het segment jeugdbladen onderschat. Het over de gehele periode weglaten van onvolledige tijdreeksen heeft als nadeel dat de dekking van het gebruikte datamateriaal daalt; een voordeel is echter dat van de ontwikkeling van de concentratie in de loop van de tijd een betrouwbaarder beeld wordt verkregen dan wanneer alleen in bepaalde jaren bepaalde tijdschriften worden weggelaten. Bij de beschrijving van de tijdschriftenmarkt als geheel worden de omroepbladen en de vaktijdschriften in eerste instantie buiten beschouwing gelaten. Voor de vaktijdschriften gebeurt dit omdat een groot aantal abonnementen op vakbladen samenhangt met een lidmaatschap van een vereniging en omdat we van dat segment slechts voor vijf jaren (1975-1979) over gegevens beschikken. De omroepbladen hebben zeer specifieke kenmerken waardoor ze moeilijk vergelijkbaar zijn met andere tijdschriften. Eerst komt de tijdschriftenmarkt exclusief omroepbladen en vaktijdschriften aan de orde. Daarna worden de tijdschriftseg-

menten (exclusief de omroepbladen en de vaktijdschriften) behandeld. Hierna worden respectievelijk de omroepbladen en de vaktijdschriften afzonderlijk beschreven. Ten slotte wordt de totale tijdschriftenmarkt (inclusief omroep- en vakbladen) kort beschreven.

Tijdschriftenmarkt (exclusief omroep- en vakbladen)

In tabel 5 wordt de totale oplage en het verloop van enkele concentratiemaatstaven voor de jaren 1970-1981 weergegeven.

Uit de tabel blijkt dat de totale oplage in de periode 1970-1979 fors toeneemt: van ruim 5 miljoen in 1970 naar ruim 7,8 miljoen in 1979. Na 1979 lijkt de oplage zich te stabiliseren. Het aantal introducties en opheffingen op de tijdschriftenmarkt is bijzonder hoog. In 1970 zijn er 30 titels. In de periode 1970-1981 worden maar liefst 34 nieuwe titels geïntroduceerd (drie daarvan vallen buiten onze berekeningen), terwijl 17 titels worden opgeheven. Met name in de laatste twee jaar (1980 en 1981) worden veel nieuwe tijdschriften op de markt gebracht (12 introducties). Uit andere (hier niet weergegeven) cijfers blijkt dat de oplage van een aantal bestaande grote

tijdschriften de laatste jaren een dalende tendens gaat vertonen. De uitgevers trachten het verlies aan marktpositie tegen te gaan door het introduceren van titels die gericht zijn op speciale doelgroepen uit het lezerspubliek. Ten aanzien van de concentratie merken we het volgende op (zie ook tabel 5).

Op bladniveau zien we dat alle concentratiemaatstaven in de periode 1970-1980 fors afnemen. Het gezamenlijke marktaandeel van de grootste acht tijdschriften daalt in genoemde periode van 63,0% naar 48,3%, een verlies van bijna 15 procentpunt. De groei van de tijdschriftenmarkt is dus vooral ten goede gekomen aan de kleinere tijdschriften. Na 1980 lijkt de afname van de concentratie tot een einde te komen: de Hirschman-Herfindahl-index neemt zelfs licht toe.

Het gezamenlijke marktaandeel van de twee grootste uitgevers (De Geillustreerde Pers en Spaarnestad, beide behorend tot het VNU-concern) is in 1970 zeer hoog (68,5%) maar neemt in 1972 met ruim 16 procentpunt af (verschuiving van tijdschriften binnen het VNU-concern). Ook de HH-index daalt daardoor in 1972 sterk. Tot 1976 zien we de CR2 en de HH-index dan weer stijgen. In de periode 1976-1981 nemen beide maatstaven weer af. Het grillige verloop van de concentratie-

Tabel 5: Totale oplage en concentratiemaatstaven op de tijdschriftenmarkt (exclusief omroep- en vakbladen), 1970-1981

jaar	totale oplage x 1000	bladniveau				uitgeversniveau				concernniveau				
		aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR3	HH-index	aantal	CR2	HH-index
1970	5.091	30	25,8	41,0	63,0	0,0676	9	68,5	90,9	99,4	0,2770	5	86,9	0,5052
1971	5.189	30	25,1	39,8	61,9	0,0653	10	65,4	85,0	98,4	0,2465	4	86,3	0,4875
1972	5.275	30	25,0	39,5	62,0	0,0647	10	49,1	80,7	98,5	0,1847	3	86,6	0,4900
1973	5.378	32	23,7	38,5	60,6	0,0610	11	48,5	80,0	98,1	0,1796	3	86,0	0,4776
1974	6.056	35	21,5	36,5	58,1	0,0558	12	53,9	82,7	97,5	0,1935	3	86,9	0,5246
1975	6.333	36	21,7	36,9	57,3	0,0554	12	55,5	81,9	96,7	0,1961	4	85,7	0,5287
1976	6.873	40	20,2	34,8	54,0	0,0504	13	55,8	81,3	95,8	0,1972	5	85,9	0,5315
1977	7.454	41	18,4	32,3	51,2	0,0460	14	52,8	75,4	92,7	0,1792	5	80,8	0,4812
1978	7.695	40	17,7	32,3	50,9	0,0451	14	51,7	73,7	91,8	0,1738	5	78,4	0,4644
1979	7.823	40	17,8	31,3	49,3	0,0436	15	49,9	70,4	88,0	0,1620	4	76,0	0,4351
1980	7.871	41	18,0	30,6	48,3	0,0425	15	48,3	70,0	87,6	0,1586	4	76,2	0,4318
1981	7.797	44	17,8	32,7	49,2	0,0435	15	46,4	71,2	88,7	0,1560	4	75,6	0,4279

Bron: WRR

maatstaven op uitgeversniveau wordt sterk beïnvloed door beslissingen die op concerniveau worden genomen over de toedeling van tijdschriften aan de diverse tot het concern behorende uitgeverijen. Het beoordelen van de mate van concentratie op uitgeversniveau is daardoor minder zinvol. Wel is nog vermeldenswaard dat het aandeel van de zelfstandige (niet in concernverband opgenomen) uitgevers is toegenomen van 5,1% in 1970 naar 14,0% in 1981. Op de tijdschriftenmarkt zijn slechts enkele concerns werkzaam. Het grootste tijdschriftenconcern is de VNU, die over de gehele periode tussen de 64 en 71% van de tijdschriftenmarkt in handen heeft. Dit concern neemt derhalve een sterk overheersende positie in en is 5 à 6 maal zo groot als Kluwer, het tweede concern. De concentratie op deze markt is derhalve bijzonder hoog en wordt grotendeels bepaald door het marktaandeel van de VNU en in mindere mate door dat van Kluwer. Gemeeten aan het gezamenlijke aandeel van beide concerns blijft de concentratie tot 1976 vrij constant (CR2 circa 86%)

en neemt daarna sterk af naar 76% sinds 1979.

De segmenten op de tijdschriftenmarkt (exclusief omroep- en vakbladen)

In tabel 6 worden voor de jaren 1970-1981 de aandelen weergegeven van de segmenten op de tijdschriftenmarkt.

Bij de interpretatie van tabel 6 dient rekening te worden gehouden met het feit dat de omvang van het segment jeugdbladen sterker wordt onderschat dan die van de andere segmenten. De meest opvallende zaken in tabel 6 zijn:

– De introductie van de gossipbladen in 1974 is een groot succes: in het jaar van de introductie wordt een aandeel van ruim 10% behaald en in 1978 behoort ruim 19% van de totale oplage toe aan gossipbladen.

Na 1979 valt een verzadiging te constateren;

– Het segment vrouwenbladen is in 1970 het grootst met bijna een derde van de totale oplage. Door een aantal

Tabel 6: Verdeling van de totale oplage van de tijdschriftenmarkt (exclusief omroep- en vakbladen) over de tijdschriftsegmenten (aandelen in %), 1970-1981.

jaar	opiniebladen ^{a)}	familiebladen ^{b)}	vrouwenbladen ^{c)}	jeugdbladen ^{d)}	hobbybladen ^{e)}	sportbladen ^{f)}	gossipbladen ^{g)}
1970	6,43	13,50	32,40	18,47	25,28	3,92	–
1971	6,26	13,50	31,10	18,67	25,79	4,68	–
1972	5,98	13,67	32,80	18,04	26,32	3,20	–
1973	6,15	13,62	32,02	17,01	27,38	3,82	–
1974	6,30	12,64	23,39	15,85	28,01	3,27	10,54
1975	6,13	11,94	24,40	15,02	26,83	3,04	12,66
1976	5,75	12,32	24,99	14,97	25,52	2,75	13,70
1977	5,66	11,50	23,44	14,45	24,82	2,46	17,67
1978	4,79	13,57	23,06	14,26	22,84	2,47	19,02
1979	4,72	12,62	22,83	13,92	25,63	2,37	17,90
1980	4,76	12,67	23,05	14,82	25,77	2,43	16,58
1981	4,74	13,07	22,74	15,40	25,05	2,37	16,65

Bron: WRR

- a) Exclusief De Groene Amsterdammer en De Nieuwe Linie.
 b) Exclusief Het Beste, Gezond Gezin, Lach, Leef.
 c) Exclusief Denken en Doen, Eva, Opzij, De Plattelandsvrouw.
 d) Exclusief Bobo, Disneyland, Hitkrant, Muziek Express, Okki, Popfoto, Taptoe, Disk, Muziekrant Oor.
 e) Exclusief Commentaar, Eigen Huis & Interieur, Kampioen, Moto '73, Onkruid.
 f) Sinds 1974 alléén Voetbal International.
 g) Volledig.

opheffingen (bijvoorbeeld in 1973: Prinses) en door oplagedalingen (concurrentie van de gossipbladen) daalt het aandeel naar circa 23% in 1978; daarna stabiliseert het aandeel zich;

- Het aandeel van de familiebladen is vrij stabiel. De achteruitgang van de oplage van enkele grote familiebladen (vooral Panorama) wordt op dit segment gecompenseerd door introductie van relatief veel nieuwe titels;
- Het segment opiniebladen heeft, na de opheffing van Accent in 1977, een aandeel van minder dan 5%.

In tabel 7 wordt het verloop van de concentratie op de tijdschriftsegmenten in beeld gebracht. Hiervoor is al gesteld dat op de tijdschriftenmarkt het verloop van de concentratie op uitgeversniveau grotendeels bepaald wordt door beslissingen die op concernniveau worden opgenomen. Een analyse van de concentratie op uitgeversniveau zal voor de segmenten daarom niet plaatsvinden.

Uit tabel 7 (en uit hier niet weergegeven cijfers voor tussenliggende jaren) kan het volgende worden afgeleid.

- Bij de opiniebladen neemt de concentratie op bladniveau tot 1977 sterk af. Sinds dat jaar is er echter sprake van een toenemende concentratie. Op concernniveau vertoont de concentratie tot 1977 een wisselend verloop, veroorzaakt door veranderingen in de samenstelling van de op dit segment actieve concerns. Sinds 1978 ligt het totale concernaandeel vrij stabiel rond 48%. Meer dan de helft van dit segment is derhalve in handen van zelfstandige uitgevers.

- Omdat regelmatig nieuwe familiebladen worden geïntroduceerd neemt de concentratie op bladniveau op dit segment sterk af. De oplage van familiebladen wordt vrijwel geheel verzorgd door de concerns VNU en Kluwer. Door de daling van het aandeel van VNU neemt de concentratie op concernniveau tot 1980 af. In 1981 is er sprake van een lichte stijging.

- Bij de vrouwenbladen blijft op titelniveau de absolute concentratie, geme-

ten als het gezamenlijke marktaandeel van de grootste twee, vrij constant. De relatieve concentratie, die in de HH-index tot uitdrukking komt, vertoont tot 1979 een duidelijke daling doordat het verschil tussen de aandelen van Margriet en Libelle sterk is geslonken. Sinds 1978 neemt de concentratie langzaam toe. Dit segment wordt sterk beheerst door de VNU dat sinds 1976 een aandeel van circa 94% heeft.

- De concentratie op bladniveau is bij de jeugdbladen tot 1979 stabiel en neemt daarna af door de introductie van enkele nieuwe titels. Op het segment jeugdbladen (exclusief popbladen, zie tabel 6) neemt de VNU een monopoliepositie in: alle jeugdbladen worden gedurende de gehele onderzoeksperiode door VNU uitgegeven, waarbij met name de VNU-uitgevers Oberon en Malmberg zich op de uitgave van jeugdbladen hebben toegelegd.

- De hobbybladen vormen een zeer heterogene tijdschriftengroep. In feite betreft het in onze analyse een verzamelaar van enkele groepen 'specialinterest'-bladen, waaronder de handwerkbladen, de woontijdschriften, de doe-het-zelf-bladen en de tijdschriften (de Kampioenen) van de ANWB.¹²⁾ Op dit segment vinden veel introducties en opheffingen plaats. Door een (netto-)toename van het aantal titels en door een daling van de oplage van de grote titels (met name Knip en Marion) is de concentratie op bladniveau bij de hobbybladen aanzienlijk gedaald: het gezamenlijke marktaandeel van de twee grootste bladen is in 1970 nog 60% maar ligt in 1981 op circa 27%. Naast VNU heeft op dit segment Kluwer een hoog marktaandeel (in 1979 respectievelijk 41,1 en 30,4%). Tot 1978 is de absolute concentratie op concernniveau vrij constant (VNU en Kluwer gezamenlijk circa 86%), maar sinds 1979 is de overheersende positie van VNU en Kluwer minder sterk door introducties van concurrerende titels.

- Een interpretatie van concentratieverschijnselen voor de gossipbladen

Tabel 7: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op blad- en concernniveau op de tijdschriftsegmenten^{a)} in de periode 1970-1981

		bladniveau			concernniveau			
opiniebladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	HH-index	
1970	5	65,4	91,4	0,2595	2	74,0 ^{b)}	0,2896	
1975	6	61,6	83,9	0,2293	3	54,3	0,2082	
1979	5	67,6	92,5	0,2671	2	47,4 ^{b)}	0,1450	
1980	5	67,8	92,3	0,2686	2	47,8 ^{b)}	0,1505	
1981	5	70,0	92,6	0,2799	2	48,2 ^{b)}	0,1598	
familiebladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	HH-index	
1970	3	79,8	100,0 ^{c)}	0,3955	2	100,0	0,6774	
1975	4	73,2	100,0	0,3564	2	100,0	0,6073	
1979	6	57,8	82,9	0,2248	3	90,8	0,5130	
1980	6	56,4	81,9	0,2170	2	90,1 ^{b)}	0,4986	
1981	8	51,6	76,9	0,1860	2	92,2 ^{b)}	0,5316	
vrouwenbladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	HH-index	
1970	5	79,7	98,5	0,3435	3	98,5	0,7731	
1975	5	80,4	98,2	0,3419	2	100,0	0,9643	
1979	6	77,3	93,2	0,3152	3	97,1	0,8716	
1980	6	77,9	92,3	0,3182	3	97,0	0,8530	
1981	6	78,5	92,2	0,3215	3	96,6	0,8474	
jeugdbladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2 ^{d)}	HH-index
1970	5	60,6			0,2662	1	100,0	1,0
1975	5	63,6			0,2696	1	100,0	1,0
1979	5	62,8			0,2656	1	100,0	1,0
1980	6	59,5			0,2411	1	100,0	1,0
1981	7	56,8			0,2201	1	100,0	1,0
hobbybladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	HH-index
1970	10	60,0	79,2	96,6	0,2091	3	84,2	0,3607
1975	13	39,6	67,3	87,4	0,1319	3	85,9	0,3690
1979	13	30,2	55,1	85,1	0,1060	3	71,5	0,2615
1980	13	28,9	53,1	83,7	0,1022	2	72,4 ^{b)}	0,2691
1981	14	26,8	49,6	80,2	0,0944	2	74,5 ^{b)}	0,2861
gossipbladen								
jaar	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	HH-index
1970	—	—	—	—	—	—	—	—
1975	2	100,0			0,7878	1	87,9 ^{b)}	0,7733
1979	4	76,3			0,3229	3	87,8	0,4203
1980	4	76,5			0,3209	2	87,3 ^{b)}	0,3919
1981	3	89,4			0,4115	2	89,4 ^{b)}	0,4002

Bron: WRR

- a) De sportbladen zijn hier buiten beschouwing gelaten, daar voor slechts 1 sportblad voldoende oplagecijfers voorhanden zijn.
 b) Wordt geen 100% door de aanwezigheid van zelfstandige uitgevers.
 c) Feitelijk betreft het hier een CR3.
 d) Feitelijk betreft het hier een CR1.
 e) Als b) en d).

Tabel 8: Totale oplage, aantal titels en concentratiemaatstaven op uitgevers- en concernniveau op het segment vaktijdschriften, 1975-1979

jaar	totale oplage x 1000		uitgeversniveau					concernniveau			
			aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	HH-index
1975	1.920	184	56	38,4	49,9	65,7	0,1143	4	44,9	61,8	0,1310
1976	1.977	185	58	30,9	43,8	62,2	0,0798	4	37,2	54,6	0,0911
1977	1.967	189	52	32,7	46,5	64,5	0,0878	4	39,3	58,2	0,1037
1978	2.080	196	53	26,7	39,9	59,0	0,0666	4	41,4	60,5	0,1100
1979	2.165	199	54	26,0	38,2	59,6	0,0660	4	41,9	61,6	0,1114

Bron: WRR

vanaf 1974 is weinig zinvol. Het gaat hier voornamelijk om een relatief nieuw segment. Het succes van de innovator (Story) is snel nagevolgd, met name door Privé. Pas aan het eind van de zeventiger jaren lijkt het segment de fase van (explosieve) groei te zijn gepasseerd (zie tabel 6). Vanaf die tijd (1977) kan men de concentratie op een zinvolle wijze beoordelen. In dit verband kan worden vermeld dat de concentratie zowel op blad- als op concernniveau in 1977 relatief hoog ligt, daarna vrij stabiel is en in 1981 weer hoger uitkomt.

Vaktijdschriften

Voor dit segment is de onderzoeksperiode beperkt tot de jaren 1975-1979. Van de 315 in de NOTU oplage-documentatie (deel II) voorkomende Nederlandstalige vaktijdschriften zijn 284 in de berekeningen meegenomen. Van de 106 niet meegenomen vaktijdschriften zijn te weinig oplagecijfers voorhanden om een betrouwbare tijdreeks te verkrijgen. De hierna te presenteren cijfers geven dus een onvolledig beeld van dit segment.

In tabel 8 wordt het aantal titels, de totale oplage en het verloop van de concentratie weergegeven. Door de grote heterogeniteit binnen dit segment is van werkelijke concurrentie tussen titels geen sprake. Een concentratie-analyse op bladniveau blijft hier daarom achterwege (zie ook paragraaf 3).

Uit tabel 8 blijkt het volgende. De gezamenlijke oplage van de in onze berekeningen opgenomen vaktijdschriften neemt van 1975 tot 1979 toe van 1,9 miljoen naar ruim 2,1 miljoen (toename van 12,7%). Het aantal titels groeit eveneens, maar minder sterk. Zowel op uitgevers- als op concernniveau hebben alle concentratiemaatstaven in 1975 – het begin van de onderzoeksperiode – hun hoogste waarde. In 1976 neemt de concentratie op beide niveaus sterk af. Door een afname van het aantal uitgevers neemt de concentratie in 1977 op uitgeversniveau weer even toe, om daarna verder te dalen. Op concernniveau vertoont de concentratie na 1976 een stijgende lijn.

Het concern Elsevier-NDU heeft het grootste aandeel op dit segment: sinds 1976 bedraagt dit circa 23%. Daarachter volgen Kluwer en VNU met in 1979 aandelen van respectievelijk 18,7 en 13,8%. Het aandeel van de zelfstandige uitgevers is relatief hoog: circa 38%. Boekencentrum B.V. is de grootste zelfstandige uitgever met een aandeel van circa 6%.

Omroepbladen

In tabel 9 wordt voor de omroepbladen het verloop van de totale oplage en de concentratie op blad- en uitgeversniveau weergegeven.

Het blijkt dat de totale oplage van omroepbladen is toegenomen van bijna 2,9 miljoen in 1970 naar bijna 4,0 mil-

Tabel 9: Totale oplage en concentratiemaatstaven op blad- en uitgeversniveau op het segment omroepbladen*, 1970-1981

jaar	totale oplage x 1000	bladniveau				uitgeversniveau			
		aantal	CR2	CR4	HH-index	aantal	CR2	CR4	HH-index
1970	2.864	7	37,7	71,5	0,1615	6	50,7	84,6	0,2110
1975 ^{b)}	3.333	8	39,0	68,2	0,1555	6	50,5	82,6	0,2019
1979	3.825	10	35,7	61,0	0,1311	8	45,9	76,0	0,1723
1980	3.900	10	34,9	60,0	0,1289	8	45,6	75,3	0,1704
1981	3.989	10	33,8	58,3	0,1259	8	44,7	73,6	0,1665

Bron: WRR

- a) Hoewel Holding Mij, De Telegraaf en de VNU de exploitatie verzorgen van respectievelijk Tros Kompas en de AVRO-bode en Televisier worden alle omroepen door ons als zelfstandige uitgevers beschouwd.
 b) 1975 Exclusief Visie (EO).

joen in 1981. Deze toename komt grotendeels voor rekening van TROS-Kompas en Veronica. De relatieve positie van de meeste overige omroepbladen is achteruitgegaan. Uit de – hier niet weergegeven – aandelen van de individuele bladen blijkt dat vooral Studio en Televisier fors in aandeel zijn achteruitgegaan. De Mikrogids daarentegen doet het na de introductie in 1974 bijzonder goed. Daardoor weet de KRO de achteruitgang van haar positie te beperken. De AVRO is met haar beide omroepbladen nog wel de grootste uitgeefster maar zij wordt op de voet gevolgd door de TROS.

Ten aanzien van de concentratie kunnen we zien (tabel 9) dat deze, gemeten met de HH-index, zowel op bladniveau als op uitgeversniveau een dalende tendens laat zien. Het gezamenlijke marktaandeel van de twee grootste omroepen, AVRO en TROS, ligt in 1981 iets onder de 45%.

Totale tijdschriftenmarkt

Tot slot van de paragraaf over de tijdschriften beschouwen wij de totale tijdschriftenmarkt, dat wil zeggen de tijdschriftenmarkt inclusief omroepbladen en vaktijdschriften. Daar de heterogeniteit binnen de totale tijdschriftenmarkt zeer hoog is, is de concentratieanalyse hier beperkt tot het concerniveau. De onderzoeksperiode is dezelfde als bij de vaktijdschriften: 1975-1979.

De gezamenlijke oplage van alle door ons beschouwde tijdschriften stijgt van ruim 11,5 miljoen in 1975 naar ruim 13,5 miljoen in 1979. Het grootste segment is dat van de omroepbladen (al neemt haar aandeel af), gevolgd door de vaktijdschriften. Het gezamenlijke aandeel van de omroep- en vakbladen daalt van 45,3% in 1975 naar 41,8% in 1977 en blijft daarna vrij stabiel.

Tabel 10: Aandelen van de segmenten op de totale tijdschriftenmarkt (in %)

jaar	totale oplage x 1000	opinie-bladen	familie-bladen	vrouwen-bladen	jeugd-bladen	hobby-bladen	sport-bladen	gossip-bladen	omroep-bladen	vaktijdschriften
1975	11.587	3,35	6,52	13,34	8,21	14,67	1,66	6,92	28,77	16,57
1976	12.176	3,25	6,96	14,10	8,45	14,41	1,55	7,73	27,32	16,24
1977	12.815	3,29	6,69	13,64	8,41	14,44	1,43	10,28	26,48	15,35
1978	13.420	2,78	7,89	13,40	8,29	13,27	1,44	11,05	26,18	15,71
1979	13.501	2,73	7,32	13,23	8,07	14,85	1,37	10,37	26,02	16,04

Bron: WRR

Tabel 11: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op concerniveau op de totale tijdschriftenmarkt

jaar	aantal	CR2	CR4	HH-index
1975	6	49,2	58,9	0,1712
1976	7	50,7	58,8	0,1800
1977	7	49,8	58,5	0,1743
1978	7	48,8	57,8	0,1668
1979	6	47,5	57,8	0,1580

Bron: WRR

Ook op de totale tijdschriftenmarkt is de VNU verreweg het grootste concern met een aandeel van circa 38%; dat is bijna viermaal zo groot als Kluyer, die een (stabiel) aandeel heeft van bijna 10%. Op de derde plaats volgt Elsevier-NDU met in 1979 een aandeel van 6,7%.

Kijken we naar het verloop van de concentratie (tabel 11), dan zien we dat zowel de CR2 als de HH-index in 1976 relatief hoog liggen, maar dat zij daarna gestaag afremmen.

Huis-aan-huisbladen

De gegevensbron die voor de deelmarkt van de huis-aan-huisbladen is geraadpleegd is het *Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit*. Dit tweemaal per jaar verschijnende boek geeft een vrijwel compleet overzicht van alle in Nederland verschijnende periodieken. Met betrekking tot de huis-aan-huisbladenmarkt is het

Handboek de enige bron die een goed inzicht in het aantal titels kan geven. Daar staat als nadeel tegenover dat de in het Handboek vermelde oplagecijfers niet nauwkeurig zijn: met het oog op aantrekken van adverteerders verstreken veel uitgevers te hoge oplagegegevens. In oplage gemeten wordt de omvang van de huis-aan-huisbladenmarkt daardoor overschat. Het verloop van de marktaandeelen en de concentratie wordt hierdoor echter nauwelijks beïnvloed.

Zoals gesteld is de onderzoeksperiode hier beperkt tot de jaren 1975-1979.

Omdat huis-aan-huisbladen een regionale verspreiding kennen, kan landelijk gezien, niet van werkelijke concurrentie op bladniveau worden gesproken. Een concentratie-analyse vindt daarom alleen op uitgevers- en concerniveau plaats.

Het weergegeven cijfermateriaal heeft betrekking op het laatste kwartaal van de desbetreffende jaren.¹³⁾

De huis-aan-huisbladenmarkt maakt in de jaren 1975-1979 zowel in aantal titels als in oplage een sterke groei door. In 1975 zijn er 444 titels met een gezamenlijke oplage van 13,5 miljoen; in 1979 zijn er 528 titels met een totale oplage van 16,9 miljoen. Dit is gemiddeld vier exemplaren per gezin. De gemiddelde oplage ligt in 1979 op ruim 32.000. Zie voor deze gegevens tabel 12.

Tabel 12: Aantal titels, totale en gemiddelde oplage en dagbladbelang op de op de huis-aan-huisbladenmarkt

jaar	aantal titels ^{a)}	totale oplage x 1000	gemiddelde oplage	dagbladbelang		
				abs.	in titels %	in oplage %
1975	444	13.465	30.464	170	38,3	57,3
1976	463	14.450	31.276	188	40,6	56,4
1977	482	14.519	30.185	190	39,4	58,0
1978	508	15.302	30.240	202	39,8	57,9
1979	528	16.872	32.076	211	40,0	56,2

Bron: WRR

a) Van enkele titels waren er te weinig oplagecijfers bekend. In 1975, 1978 en 1979 vielen 2 titels uit, in 1976 en 1977 slechts 1.

Er hebben op de huis-aan-huisbladenmarkt veel introducties en opheffingen plaatsgehad. De toename van het aantal titels met 84 is als volgt tot stand gekomen: in de periode 1975-1979 worden 162 huis-aan-huisbladen geïntroduceerd, waarvan 22 vóór 1979 ook al weer waren verdwenen. Daarnaast werden nog 56 andere bladen van de markt genomen.

Van alle titels is circa 40% in handen van dagbladuitgevers of -concerns. Dit percentage ligt vrij stabiel. Gemeten in oplage ligt het dagbladbelang hoger dan gemeten in titels: in 1979 bedraagt het 56,2%. Het verschil tussen de beide percentages duidt erop dat de grote huis-aan-huisbladenman vooral door dagbladuitgevers worden uitgegeven. Overigens ligt het door ons berekende dagbladbelang lager dan vaak wordt aangenomen. Dit verschil wordt veroorzaakt door een tweetal tekortkomingen waarmee berekeningen van het dagbladbelang vaak te kampen hebben. Ten eerste wordt soms niet de gehele huis-aan-huisbladenmarkt beschouwd. Met name als veel titels van zelfstandige huis-aan-huisbladuitgevers worden weggelaten komt het dagbladbelang veel hoger te liggen.¹⁴⁾ Ten tweede worden tot de dagbladuitgevers soms uitgevers gerekend die niet (meer) actief zijn op de dagbladenmarkt waardoor het dagbladbelang eveneens wordt overschat.¹⁵⁾

niveau lijkt niet erg hoog: de grootste acht uitgevers hebben in 1979 gezamenlijk 27% van de markt in handen. Op concernniveau ligt de concentratie hoger. Dit blijkt uit de HH-index die bijna driemaal zo hoog is als op uitgeversniveau. Dit verschil wordt vooral veroorzaakt door de zeer sterke positie van het concern Wegener, dat de gehele onderzoeksperiode een markt-aandeel van circa 20% bezit. Dit concern is bij benadering viermaal zo groot als nummer twee, de Perscombinatie. Overigens vertonen de kleinere concerns weinig verschil in aandeel: in 1979 hebben het tweede tot en met het zesde concern (Perscombinatie, Holding Mij. De Telegraaf, VNU, Sijthoff Pers en Audet) een aandeel van 4 à 5%. De concentratie op concernniveau neemt pas af na 1977.

Nieuwsbladen

Gegevens over deze deelmarkt zijn ontleend aan de jaarlijkse publicatie van de Bond van Adverteerders (BvA) Overzicht huis-aan-huis- en nieuwsbladen. Voor wat betreft de nieuwsbladen is dit overzicht vrijwel volledig en bevat het vrij betrouwbare oplagecijfers (veelal door accountants gecontroleerd).

De onderzoeksperiode is, evenals bij de huis-aan-huisbladen, beperkt tot de jaren 1975-1979.

Tabel 13: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op de huis-aan-huisbladenmarkt, 1975-1979

jaar	uitgeversniveau					concernniveau				
	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1975	247	11,5	20,4	31,5	0,0208	13	25,9	34,7	47,4	0,0534
1976	253	10,5	18,8	29,6	0,0190	13	25,6	35,0	47,4	0,0527
1977	258	10,8	19,2	29,3	0,0187	13	26,1	35,6	48,6	0,0548
1978	262	10,5	18,5	28,3	0,0180	13	25,4	34,4	48,2	0,0524
1979	261	10,1	17,4	27,0	0,0171	13	24,4	33,6	46,7	0,0501

Bron: WRR

Uit tabel 13 (concentratiemaatstaven) blijkt dat in de periode 1975-1979 de concentratie op uitgeversniveau gestaag afneemt. De concentratie op dat

De nieuwsbladenmarkt is relatief klein in omvang. Het aantal titels daalt van 140 in 1975 naar 126 in 1979. Er wordt op deze markt bijzonder weinig geïnt-

Tabel 14: Aantal titels en gemiddelde oplage op de nieuwsbladenmarkt

	1975	1976	1977	1978	1979
aantal titels	140	138	135	129	126
totale oplage	841.458	856.427	877.313	840.033	811.459
gem. oplage	6010	6206	6499	6512	6440

Bron: WRR

roduceerd: in de periode 1975-1979 slechts 7 nieuwe titels, waarvan 2 vóór 1979 ook al weer waren verdwenen. Van de 19 andere verdwenen nieuwsbladen is het merendeel omgezet in een huis-aan-huisblad. De totale oplage daalt sinds 1977 en bedraagt in 1979 ruim 811.000. De gemiddelde oplage is laag: rond de 6.500. Circa 83% van de nieuwsbladenmarkt is in handen van zelfstandige uitgevers. Het gezamenlijke aandeel van de concerns is derhalve zeer gering; er is daarbij geen dominant concern. Een analyse van de concentratie op concernniveau is hier weinig zinvol. Om dezelfde reden als die genoemd bij de huis-aan-huisbladen geldt dat ook voor het bladniveau.

Op uitgeversniveau blijkt de concentratie niet hoog te zijn; het gezamenlijke aandeel van de grootste acht ligt de hele periode onder de 27%. De grootste drie uitgevers van nieuwsbladen in de jaren 1975-1979 zijn Boom Pers Couranten Uitgeverij, Uitgeverij De Echo en de Barneveldse Drukkerij en Uitgeverij (BDU). Door een afname van het aantal uitgevers vertoont de concentratie sinds 1976 een stijgende tendens.

De totale markt voor betalende lezers

In het voorgaande zijn de verschillende deelmarkten (en hun segmenten) van de periodiek verschijnende pers geanalyseerd. Daarbij is gebleken dat veel concerns op meerdere deelmarkten actief zijn. In deze paragraaf zullen we aandacht schenken aan de aandelen van de concerns in de *totale lezersopbrengsten* op de markt van de periodiek verschijnende pers. Het gaat hier om de vraag in welke mate consumenten (lezers) geld besteden aan producten (bladen) van de verschillende concerns.

Teneinde opbrengstcijfers te berekenen zijn per deelmarkt per blad de oplagecijfers vermenigvuldigd met de in het Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit vermelde prijs van het jaarabonnement. Hierbij is afgezien van het verschil in prijs van een los nummer en van een nummer per abonnement. Een andere kanttekening die moet worden gemaakt is dat in de berekeningen alleen Nederlandstalige bladen zijn opgenomen, waarvan bovendien voldoende oplagecijfers bekend moeten zijn. Door dit laatste worden met name de opbrengsten uit tijdschriften onderschat. De hier vermelde uitkomsten kunnen

Tabel 15: Verloop van enkele concentratiemaatstaven op uitgeversniveau op de nieuwsbladenmarkt, 1975-1979

jaar	aantal	CR2	CR4	CR8	HH-index
1975	110	8,3	14,5	24,9	0,0158
1976	109	8,1	14,3	24,5	0,0157
1977	106	8,6	14,8	25,2	0,0161
1978	102	8,6	16,5	25,8	0,0171
1979	99	10,1	17,1	26,8	0,0178

Bron: WRR

Tabel 16 Positie concerns op de totale markt van betalende lezers in 1975 en 1979 (lezersopbrengsten in 1.000 gld.)^{a)}

		3 V.N.U.		1 Elsevier		102 N.D.U.		105 Elsev./NDU 4 Telegraaf		103 Perscomb.		106 Audet		2 Kluwer		107 Sijthoff			
		Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%		
1975	Dagbladen	33.871	15	—	—	89.171	99	—	—	103.889	97	88.823	99	53.266	100	9.505	24	43.078	100
	Tijdschr. tot.	199.416	85	32.657	100	—	—	—	—	2.919	3	—	—	—	—	29.814	76	—	—
	Nwsbl.	—	—	—	—	682	1	—	—	491	—	1.082	1	—	—	—	—	—	—
	Totaal	233.287	100	32.657	100	89.853	100	—	—	107.299	100	89.905	100	53.266	100	39.319	100	43.078	100
Marktaandeel		29,6		4,1		11,4				13,6		11,4		6,8		5,0		5,5	
1979	Dagbladen	49.008	14	—	—	—	—	116.052	65	138.843	81	109.732	99	74.523	100	12.916	19	53.844	100
	Tijdschr. tot.	299.399	86	—	—	—	—	62.554	35	31.310	18	—	—	—	—	56.646	81	—	—
	Nwsbl.	—	—	—	—	—	—	1.230	1	1.009	1	—	—	—	—	—	—	—	—
	Totaal	348.407	100	—	—	—	—	179.836	100	171.162	100	110.657	100	74.668	100	69.562	100	53.844	100
Marktaandeel		30,2				15,6		14,8		9,6		6,5		6,0		4,7			
		111 V. d. Loeff		110 Utr. Nwsb.		109 Hazewinkel		122 Wegener		6 Reader's Dgt.		112 Damiate		5 Kon. Tijl.		7 I.C.U.		Totaal	
		Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%	Opbr.	%
1975	Dagbladen	21.222	100	17.439	100	16.647	99	6.767	90	—	—	12.891	89	6.845	92	—	—	503.414	64
	Tijdschr. tot.	—	—	—	—	—	—	—	—	11.008	100	—	—	—	—	2.851	100	278.665	100
	Nwsbl.	—	—	—	—	154	1	717	10	—	—	1.637	11	563	8	—	—	5.326	1
	Totaal	21.222	100	17.439	100	16.801	100	7.484	100	11.008	100	14.528	100	7.408	100	2.851	100	787.405	100
Marktaandeel		2,7		2,2		2,1		1,0		1,4		1,8		0,9		0,4		100	
1979	Dagbladen	28.638	100	24.222	100	23.002	100	16.655	96	—	—	16.757	97	10.935	93	—	—	675.127	59
	Tijdschr. tot.	—	—	—	—	—	—	—	—	17.256	100	—	—	—	—	4.742	100	471.907	41
	Nwsbl.	68	—	—	—	—	—	771	4	—	—	480	3	886	7	—	—	5.514	—
	Totaal	28.706	100	24.222	100	23.002	100	17.426	100	17.256	100	17.237	100	11.821	100	4.742	100	1.152.548	100
Marktaandeel		2,5		2,2		2,0		1,5		1,5		1,5		1,0		0,4		100	

Bron: WRR

a) Door afrondingen is de som van percentages soms niet 100; "-" betekent een percentage < 0,5

Voorbeeld:	V.N.U.	Betekent:	Lezersinkomsten V.N.U. in 1975 op de dagbladenmarkt 33.871.000 (15% van de totale lezersinkomsten van het concern), op de totale tijdschriftenmarkt 199.416.000 (85% van het concern-totaal) en op de nieuwsbladenmarkt 0, totaal 233.287.000. Aandeel ten opzichte van de totale lezersopdrachten van alle concerns: 29,6%.
	Opbr. %		
Dagbl.	33.871 15		
1975 Tijdschr. tot	199.416 85		
Nwsbl.	— —		
Totaal	233.287 100		
Marktaandeel	29,6		

evenwel toch indicatief zijn voor de werkelijke ontwikkelingen.

Evensals bij de vaktijdschriften en de nieuwsbladen is de onderzoeksperiode hier 1975-1979.

Wellicht ten overvloede vermelden we nog dat de huis-aan-huisbladen hier buiten beschouwing blijven omdat zij gratis worden verspreid.

In tabel 16 wordt voor alle concerns de positie op de lezersmarkt weergegeven in de jaren 1975 en 1979.¹⁶⁾ Uit de tabel kan het volgende worden afgeleid.

De dagbladen trekken de meeste abonnementsgelden naar zich toe, al is in de periode 1975-1979 het aandeel gedaald van 64% naar 59%. Het aandeel van de tijdschriften ligt sinds 1977 op 41% en de nieuwsbladen halen jaarlijks (minder dan) 1%. Ondanks het feit dat de opbrengsten van dagbladen groter zijn dan die van tijdschriften haalt het tijdschriftenconcern VNU de hoogste omzet naar zich toe (circa 30% van het totaal van alle concerns). Bij dit concern maken de opbrengsten uit tijdschriften minimaal 86% uit van de totale opbrengsten. De fusie tussen Elsevier en NDU brengt dit concern op de tweede plaats met een aandeel in 1979 van 15,6%, een aandeel dat de helft is van dat van de VNU. De derde plaats wordt ingenomen door Holding Mij. De Telegraaf met in 1979 een aandeel van 14,8%. Het aandeel van de Perscombinatie daalt langzaam van 11,4% (in 1975) naar 9,6% (in 1979); de lezersinkomsten van dit concern komen geheel uit dagbladen en nieuwsbladen. De concerns Audet, Kluwer en Sijthoff weten een aandeel te behalen van 5 à 6%. De overige concerns komen in de onderzoeksperiode niet boven de 3%. Het is opvallend dat vrijwel geen enkel concern zich actief richt op zowel de dagbladenmarkt als op de tijdschriftenmarkt. Weliswaar opereren enkele concerns op beide deelmarkten (VNU, Telegraaf, Kluwer) maar een duidelijke spreiding van de activiteiten over dagbladen en tijdschriften heeft zich ner-

gens voorgedaan. Een uitzondering hierop vormt de combinatie Elsevier/NDU. De fusie tussen Elsevier en NDU is juist ontstaan vanuit de bij beide concerns levende behoefte aan diversificatie.¹⁷⁾

Het gezamenlijke aandeel van de grootste vier concerns op de totale markt van betalende lezers is aanzienlijk: tot 1978 ligt het vrij constant op 66% en in 1979 stijgt het door de fusie Elsevier/NDU naar ruim 70%.

Samenvatting en conclusies

In dit artikel is een beschrijving gegeven van ontwikkelingen in de concentratie op de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland.

Tot de markt van de periodiek verschijnende pers behoort een viertal deelmarkten: dagbladen, tijdschriften, huis-aan-huisbladen en nieuwsbladen. De deelmarkten van de dagbladen en de tijdschriften worden weer onderverdeeld in segmenten. Bij de dagbladen worden bijvoorbeeld de segmenten landelijke ochtendbladen en landelijke avondbladen onderscheiden, binnen de deelmarkt van de tijdschriften treft men bijvoorbeeld de segmenten opiniebladen en 'gossipbladen' aan.

De deelmarkten dagbladen en tijdschriften worden in dit artikel beschreven voor respectievelijk de jaren 1970-1982 en 1970-1981. Voor de huis-aan-huisbladen en de nieuwsbladen is de analyse beperkt tot de jaren 1975-1979.

Eén uitgever geeft vaak meerdere titels (dagbladen, huis-aan-huisbladen e.d.) uit. Bovendien is het geen uitzondering dat twee of meer uitgevers in concernverband samenwerken. Daarom wordt bij de analyse van concentratiebewegingen een onderscheid gemaakt in drie aggregatieniveaus: bladniveau (i.c. titel), uitgeversniveau en concernniveau.

Een concentratie-analyse op bladniveau is alleen zinvol indien er sprake kan zijn van concurrentie tussen titels. Dit is het geval op een homogene

deelmarkt of een homogeen segment waarbinnen alle bladen in hetzelfde gebied worden verspreid (bijvoorbeeld op het tijdschriftensegment opiniebladen). In alle andere gevallen (bijvoorbeeld bij de regionale dagbladen of de huis-aan-huisbladen) dient de concentratie op uitgevers- of concernniveau te worden geanalyseerd.

Op de dagbladenmarkt hebben zich de volgende ontwikkelingen voorgedaan. In de periode 1970-1981 neemt de totale oplage op deze deelmarkt toe van ongeveer 4 tot 4,7 miljoen exemplaren per dag; op elke honderd gezinnen zijn er gemiddeld 115 kranten. In 1982 daalt de gezamenlijke oplage echter naar ruim 4,6 miljoen. Voor de totale dagbladenmarkt lijkt er sprake te zijn van een verzadiging. Wat de segmenten van de dagbladenmarkt betreft, de belangrijkste ontwikkeling hierbij is geweest de forse afname van het marktaandeel van de landelijke avondbladen: van bijna 20% in 1970 naar 9,6% in 1982. Het belang van de landelijke ochtendbladen is sterk gestegen; het aandeel van de regionale ochtendbladen is in geringe mate toegenomen.

Het aantal titels op de dagbladenmarkt neemt in de onderzoeksperiode sterk af: van 94 in 1970 naar 82 in 1982. Naast enkele kopbladen zijn ook per saldo vijf zelfstandige dagbladen met een eigen hoofdredactie verdwenen. Ondanks de daling in het aantal titels is, zoals gesteld, de totale oplage toegenomen. Deze ontwikkelingen hebben invloed gehad op het niveau van de concentratie. Op de totale dagbladenmarkt neemt zowel op blad-, uitgevers- als concernniveau de concentratie sterk toe in de periode 1970-1975. In de jaren 1976-1981 is het concentratieniveau stabiel. Het krapper worden van de markt in 1982 gaat echter gepaard met een lichte toename van de concentratie op blad- en uitgeversniveau. De toename van de concentratie in de jaren 1970-1975 op blad- en uitgeversniveau is in belangrijke mate toe te schrijven aan de versterking van de positie van de grootste

kranten (met name De Telegraaf en het Algemeen Dagblad). Relatief gezien is de concentratietoename op concernniveau het sterkst. Dit wordt verklaard door de omstandigheid dat concerns enkele zelfstandige uitgevers hebben overgenomen en doordat de grote concerns bladen hebben overgenomen van kleine concerns.

De concentratiebeweging is ook onderzocht voor de segmenten van de dagbladenmarkt. Bij de landelijke avondbladen is de toename van de concentratie over de periode 1970-1975 sterker dan bij de landelijke ochtendbladen; dat wordt veroorzaakt door de vermindering van het aantal titels op het segment landelijke avondbladen. De sterkste toename van de concentratie (op concernniveau) treedt op bij de regionale avondbladen. Wat betreft de absolute hoogte van de concentratie op concernniveau voor de segmenten geldt het volgende.

De landelijke segmenten (zowel ochtend- als avondbladen) worden beheerst door de drie grootste concerns op de dagbladenmarkt: Holding Mij. De Telegraaf, Elsevier-NDU en de Perscombinatie. Ook het segment regionale ochtendbladen wordt door enkele concerns beheerst, al betreft het hier andere concerns dan op de landelijke segmenten: VNU en Audet hebben beide een marktaandeel van circa een derde. Op het segment regionale avondbladen zijn relatief veel, en minder overheersende concerns actief; de concentratie is daardoor laag. Uit het bovenstaande blijkt dat de meeste concerns zich vooral richten op een deel van de dagbladenmarkt. Daardoor is de concentratie op de segmenten aanzienlijk sterker dan de concentratie op de dagbladenmarkt als geheel. Zo weten op drie van de vier grote dagbladsegmenten de grootste twee concerns gezamenlijk een aandeel te behalen van circa 70%. Op de totale dagbladenmarkt wordt een dergelijk marktaandeel pas bereikt door de grootste zes concerns. Op de tijdschriftenmarkt (exclusief om-

roepbladen en vaktijdschriften) doen zich de volgende ontwikkelingen voor. De totale oplage neemt in de periode 1970-1979 fors toe van ruim 5 miljoen naar 7,8 miljoen, uitgedrukt als het aantal exemplaren per verschijning; in de jaren 1980 en 1981 blijft de totale oplage nagenoeg constant. Wat de (omvang van de) segmenten betreft is het meest opvallend dat de gossipbladen na hun introductie in 1974 explosief zijn gegroeid; na 1979 raakt de markt op dit punt verzadigd. Mede door de komst van de gossipbladen is het aandeel van de vrouwenbladen tot 1978 gedaald; daarna is het aandeel van dit segment vrij stabiel.

In tegenstelling tot de dagbladenmarkt doen zich op de tijdschriftenmarkt regelmatig en veelvuldig introducties en opheffingen van titels voor. Komen er in onze analyse in 1970 30 titels voor, in de periode 1970-1981 worden 34 nieuwe titels geïntroduceerd terwijl 17 titels worden opgeheven. Met name in 1980 en 1981 worden veel nieuwe tijdschriften op de markt gebracht. De achtergrond hiervan is dat een aantal bestaande grote (publieks)tijdschriften (zoals Margriet, Panorama en Story) in oplage dalen. Uitgevers trachten het verlies aan marktaandeel tegen te gaan door de introductie van titels die gericht zijn op speciale doelgroepen in het lezerspubliek.

Is op de dagbladenmarkt sprake van een toenemende concentratie, althans tot 1975, op de tijdschriftenmarkt neemt de concentratie gestaag af. Dit geldt voor alle niveaus: blad-, uitgevers- en concernniveau. Voor het bladniveau wordt de dalende concentratie veroorzaakt door de toename van het aantal bladen. Op concernniveau is de allesoverheersende marktpositie van de VNU opvallend. In 1981 heeft dit concern een marktaandeel dat bijna zesmaal zo groot is als dat van nummer twee, Kluwer (64%) resp. 12%). De concentratie op concernniveau is op deze markt derhalve zeer hoog. Ook op de tijdschriftsegmenten vertoont de concentratie een dalende tendens. Wel zien we op enkele segmen-

ten ná 1977/1978 de neergaande concentratiebeweging omslaan in een opgaande beweging. Het duidelijkst doet zich dit voor bij de opiniebladen. Overigens zijn op dit segment concerns het minst nadrukkelijk aanwezig; meer dan de helft van de oplage van opiniebladen wordt verzorgd door zelfstandige uitgevers. De verspreiding van familie-, vrouwen- en jeugdbladen wordt bijna geheel verzorgd door de VNU en Kluwer.

In het voorgaande zijn vaktijdschriften en omroepbladen buiten beschouwing gelaten, daar deze bladen door hun geheel eigen kenmerken moeilijk vergelijkbaar zijn met andere tijdschriften. Bij de vaktijdschriften is de onderzoeksperiode beperkt tot de jaren 1975-1979. In 1975 is de concentratie op dit segment het hoogst. Daarna vertoont de concentratie op uitgeversniveau een dalende tendens, terwijl op concernniveau de concentratie na een afname in 1976 een stijgende lijn vertoont.

De totale oplage van omroepbladen stijgt sterk: van 2,8 miljoen in 1970 tot 4 miljoen in 1981. Door komst en groei van nieuwe omroepen en omroepbladen neemt de concentratie de gehele onderzoeksperiode gestaag af.

Kijken we naar de totale tijdschriftenmarkt (inclusief omroepbladen en vaktijdschriften) dan blijkt dat genoemde twee segmenten de grootste zijn. De concentratie ligt in 1976 hoger dan in 1975, maar vertoont daarna een gestage afname.

De huis-aan-huisbladenmarkt maakt een sterke groei door. Hier is de onderzoeksperiode beperkt tot vijf jaren, van 1975 tot en met 1979. In 1975 is de totale oplage 13,5 miljoen exemplaren (444 titels) en in 1979 groeit de oplage tot 16,9 miljoen exemplaren (528 titels). Er zijn veel introducties en opheffingen. Van het totale aantal huis-aan-huisbladen is ongeveer 40% in handen van dagbladuitgevers; uitgedrukt in oplagecijfers is het belang van dagbladuitgevers nog groter, namelijk circa 57%. Op uitgeversniveau neemt de concentratie vrij sterk af,

voor de jaren 1977-1979 geldt dit ook voor het concernniveau; op bladniveau zijn geen concentratiebewegingen vastgesteld. Wegener is het grootste concern met een marktaandeel van ongeveer 20%.

De nieuwsbladenmarkt is relatief klein in omvang. Het aantal titels neemt af van 140 in 1975 tot 126 in 1979 (gemiddelde oplage slechts rond 6500). Ook hier is de onderzoeksperiode, evenals bij de analyse voor de huis-aan-huisbladen, beperkt tot de jaren 1975 tot en met 1979. Op uitgeversniveau neemt de concentratie toe. Slechts circa 18% van de deelmarkt is in handen van concerns; er is daarbij geen dominant concern.

Kijken we naar de totale markt voor betalende lezers (dagbladen, tijdschriften, nieuwsbladen) dan is het opvallend dat vrijwel geen enkel concern de activiteiten heeft gespreid over zowel de dagbladenmarkt als de tijdschriftenmarkt. Weliswaar opereren enkele concerns op beide deelmarkten maar gemeten in (lezers)opbrengsten ligt in 1979 het aandeel van de nevenactiviteit bij geen enkel concern boven de 20%. De uitzondering hierop vormt Elsevier-NDU, ontstaan uit een fusie tussen een tijdschriftenconcern (Elsevier) en een dagbladconcern. Op de totale markt voor betalende lezers haalt de VNU de grootste omzet naar zich toe (circa 30% van het totaal van alle concerns). In 1979 komt Elsevier-NDU op de tweede plaats met vlak daarachter Holding Mij, De Telegraaf (beiden circa 15%). De Perscombinatie ziet haar aandeel afnemen van 11,4% in 1975 tot 9,6% in 1979. Het gezamenlijke aandeel van de grootste vier concerns is aanzienlijk: in 1979 circa 70%.

Tot slot van dit artikel willen wij aan de resultaten van onze concentratie-analyse enkele concluderende opmerkingen met betrekking tot het overheidsbeleid verbinden.¹⁸⁾

We hebben geconstateerd dat zowel op de gehele markt van de periodiek verschijnende pers als op individuele deelmarkten en segmenten de concentratie op concernniveau hoog is.

Grote delen van de markt zijn in handen van slechts enkele concerns. Moet men hieruit concluderen dat de overheid monopoliebeperkende maatregelen moet nemen? Naar onze mening niet. Concentratie in de sector van de periodiek verschijnende pers behoeft geen ongezonde zaak te zijn. Wij hebben hiervoor de volgende argumenten.

Ten eerste biedt het economische draagvlak van een (relatief groot) uitgeverconcern mogelijkheden welke bij kleine uitgevers niet aanwezig zijn. Zo kan een groot concern gemakkelijker inspelen en anticiperen op technologische vernieuwingen dan bij een kleinere ondernemingsschaal mogelijk is. Ook is het aandeel van de vaste kosten sterk toegenomen de laatste jaren, zodat men bij een kleine ondernemingsschaal gevoeliger zal zijn voor fluctuaties in de afzet dan het geval is bij een relatief grotere schaal. Voorts maakt het economische draagvlak van een concern het mogelijk om tijdens verlieslijdende titels op de markt te houden middels commercieel succesvolle titels binnen datzelfde concern. Voorbeelden van dit laatste zijn: de VNU handhaaft het weekblad De Tijd, ondanks een verliesgevende exploitatie; Perscombinatie houdt Trouw en Het Parool, beide marginale bladen, in de markt via haar belangen op de huis-aan-huisbladenmarkt.

Een tweede argument is dat concernvorming een pluriform media-aanbod niet in de weg staat. Hiervoor geven wij drie voorbeelden: de VNU, met een zeer groot marktaandeel op de tijdschriftenmarkt, voorziet in een uiterst gevarieerd aanbod van tijdschriften; Elsevier-NDU brengt onder meer twee sterk verschillend georiënteerde dagbladen op de markt: het Algemeen Dagblad en het NRC-Handelsblad; Perscombinatie heeft als expliciete doelstelling om een bijdrage te leveren aan de pluriformiteit van de pers.

Als derde argument noemen we de scheiding tussen beheer (directie) en redactie welke bij dagbladen en tijdschriften in Nederland middels redac-

tiestatuten is gegarandeerd. Dit beperkt de mogelijkheden van vercommercialisering.

Bij het voorgaande dienen twee aanvullende opmerkingen te worden gemaakt. De eerste is dat titels die *structureel* verliesgevend zijn wél uit de markt worden genomen. In sommige gevallen kan dat de pluriformiteit van het media-aanbod schaden. De tweede is dat het voorgaande is gebaseerd op een concentratie-analyse over de jaren 1970-1981, waarbij bij dagbladen het eerste kwartaal van 1982 in de beschouwing is betrokken, terwijl de huis-aan-huis- en nieuwsbladen alleen over de periode 1975-1979 zijn geanalyseerd. De door ons geformuleerde conclusies gelden uitsluitend voor die onderzoeksperiode. In aansluiting op dit laatste merken wij op dat het onze verwachting is dat de structuur van de markt van de periodiek verschijnende pers zich de komende jaren zal gaan wijzigen. Niet alleen spelen de nieuwe media hierbij een grote rol, ook het gebrek aan koopkracht bij het publiek en de teruglopende advertentie-uitgaven van het bedrijfsleven zijn er de oorzaak van dat de bedrijfstak van de periodiek verschijnende pers er financieel slechter voor komt te staan. Daardoor zullen verdere concentratie-ontwikkelingen optreden. Dit betekent zowel het wegvallen van verlieslijdende titels als een versterking van de tendens tot

concernvorming. Er kan dan een bedrijfstakstructuur ontstaan die de overheid noopt tot ingrijpen, waar dat in de huidige omstandigheden minder voor de hand ligt.

Zoals gesteld zullen de omstandigheden zich na de door ons beschouwde jaren waarschijnlijk sterk wijzigen. De gevolgen daarvan lijken zich bij de dagbladen nu al af te tekenen: voor (het eerste kwartaal van) 1982 constateerden wij een daling van de oplage en een stijging van de concentratie op bladniveau. Ook bij de tijdschriften doen zich tekenen voor die erop wijzen dat de concentratie niet verder afneemt. Binnen de door ons onderzochte periode kunnen deze indrukken echter nog niet voldoende kwantitatief worden onderbouwd. Teneinde inzicht te verkrijgen in de meest recente concentratiebewegingen op de markt van de periodiek verschijnende pers zou een concentratie-analyse, zoals in dit artikel beschreven, jaarlijks of bijvoorbeeld eens in de drie jaar moeten plaatsvinden. Een dergelijk onderzoek is relatief eenvoudig uit te voeren daar betrouwbaar en recent cijfermateriaal met betrekking tot de markt van de periodiek verschijnende pers jaarlijks voldoende voorhanden is en aangezien de daartoe vereiste programmatuur reeds ten behoeve van de WRR-studie is ontwikkeld.

NOTEN

1. Aisem, K.J., M.A. Boorsma, G.J. van Helden, J.C. Hoekstra, P.S.H. Leeflang, H.H.M. Visser, *De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland*, WRR, Voorstudies en achtergronden media-beleid nr. M9, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982.
2. Zie bijvoorbeeld Aaronovitch, S. en M.C. Sawyer, *Big Business: Theoretical and Empirical Aspects of Concentration and Mergers in the United Kingdom*, Londen, McMillan, 1975.
3. Brouwer, M., *A study of the Evolution of Concentration in Dutch Press, Magazines and Schoolbooks Publishing Industries*, Brussel, juni 1978.
4. Een andere mogelijkheid is het uitvoeren van een concentratie-analyse op regionaal niveau. Daar dit voor de markt als geheel minder relevant is, is een dergelijke analyse niet uitgevoerd. In een ander onderzoekskader werkt de auteur momenteel wél aan een regionale concentratie-analyse voor de huis-aan-huisbladenmarkt.
5. Gebaseerd op een studie van concentratiemaatstaven, welke dr. G.J. van Helden ten behoeve van het WRR-project heeft verricht. Zie Aisem, K.J. e.a., op. cit., paragraaf 3.2 en bijlage 3.1.
6. Alleen het blad *De Waarheid* is geen lid van de NDP en verstrekt geen oplagegegevens.
7. Dit geldt voor de abonnementen. De losse verkoop (circa 10% van de totale oplage) wordt gemeten over de laatste drie kwartalen van het voorafgaande jaar en het eerste kwartaal van het betreffende jaar.
8. In een volgend artikel zullen P.S.H. Leeflang en H.H.M. Visser een kwantitatieve verklaring geven voor het verloop van de concentratie op bladniveau voor dit segment.

9. Beschouwen we ook de tussenliggende jaren, dan blijkt dat de concentratie op bladniveau op het segment landelijke ochtendbladen in de periode 1975-1979 vrijwel stabiel is.
10. Bron: WRR, *Samenhangend Mediabeleid*, Rapporten aan de Regering, nr. 24, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982, p. 107.
11. Indien van een tijdschrift niet teveel oplagecijfers ontbreken, maar bijvoorbeeld slechts één of enkele, worden deze benaderd met een inter- c.q. extrapolatiemethode, te weten regressie op basis van een exponentiële schattingsfunctie. De gehanteerde schattingsmethode en de gebruikte schiftingsregel ("hoeveel oplagecijfers mogen ontbreken?") zijn in bijlage 4.4 van de WRR-studie verantwoord.
12. Een opsplitsing van de hobbybladen in een aantal groepen heeft niet plaatsgevonden, daar dit, uit oogpunt van kwantitatieve analyse, zou leiden tot een te gering aantal bladen per segment.
13. Door ons zijn de voorjaarsedities van het *Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit* gebruikt. Het tijdstip waarop de in die editie vermelde gegevens betrekking hebben wisselt per blad, maar ligt voor wat betreft de oplagegegevens in alle gevallen in het laatste kwartaal van het voorafgaande jaar (dus bijvoorbeeld: Handboek 1980 bevat gegevens over het laatste kwartaal van 1979). In onze analyse is voor gegevens van een bepaald jaar derhalve het Handboek van het jaar daarop geraadpleegd. Deze wijze van interpreteren wordt ten onrechte niet door Ligthart (zie noot 15) gehanteerd.
14. Door dagbladuitgevers wordt hierdoor soms een dagbladbelang van 70-80% of zelfs nog hoger genoemd.
15. Zie bijvoorbeeld: Ligthart, J., *De relatie tussen huis-aan-huisbladen en dagbladen. Een aantal stellingen*, werkdocument van de WRR, 1981.
16. Zie voor de tussenliggende jaren Alsem, K.J. e.a., op. cit., p. 120.
17. Een activiteit die wél is gericht op het opereren op meer dan één deelmarkt (concentrische diversificatie) is vooral verricht door dagbladconcerns, te weten het uitgeven van huis-aan-huisbladen. Zie Alsem, K.J. e.a., op. cit., p. 179, 180.
18. Gebaseerd op Alsem, K.J. e.a., op. cit., paragraaf 8.6.

Een aanzet tot de verklaring van de aanbodstructuur van een aantal segmenten op de dagbladenmarkt

In dit artikel wordt een verklaring gegeven van de ontwikkeling van de structuur van de aanbodzijde van de dagbladenmarkt. Deze studie is gebaseerd op één hoofdstuk uit een voorstudie, die verricht is in opdracht van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid¹⁾ en die betrekking heeft op diverse deelmarkten, die in de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland kunnen worden onderscheiden.

Een dagblad definiëren we als een persmedium dat dagelijks (behalve op zon- en feestdagen) verschijnt.²⁾ De deelmarkt van dagbladen wordt weer onderverdeeld in een aantal "segmenten". Een indeling in segmenten heeft plaatsgevonden omdat dagbladen onderling niet zonder meer vergelijkbaar zijn. Er is gestreefd naar een indeling in segmenten, waarbij bladen binnen een segment zo veel mogelijk homogeen zijn, terwijl er tussen de segmenten een belangrijke mate van heterogeniteit bestaat. Een segment wordt met andere woorden gekenmerkt door een bepaalde eigenschap van het aangeboden produkt. Aan de indeling in segmenten liggen geen kenmerken van lezersgroepen ten grondslag.

Er zijn veel factoren die van invloed kunnen zijn op de structuur van de dagbladenmarkt. We kunnen hierbij denken aan:

- technologische factoren;
- het overheidsbeleid;
- smaakverandering van consumenten;
- verandering in het aanbod (aantal aanbieders), enz.

Gezien de complexiteit van de relaties tussen de hiervoor genoemde en andere factoren en de structuur van de dagbladenmarkt en het ontbreken van gegevens van sommige variabelen die in de relaties een belangrijke rol vervullen, kan op basis van deze relaties

geen verklaring van de ontwikkeling in de aanbodstructuur worden gevonden. Daarom hebben we gezocht naar een belangrijke stylering van de werkelijkheid en hebben we een aantal numeriek gespecificeerde modellen ontwikkeld.³⁾

De opbouw van dit artikel is als volgt. Allereerst geven we een beknopt overzicht van enkele studies die de aanbodstructuur van dagbladenmarkten beschrijven en/of verklaren. Vervolgens bespreken we het ontwikkelde model tesamen met de relevant geachte variabelen en bespreken we de resultaten, die met de numeriek gespecificeerde modellen verkregen zijn, voor een aantal segmenten van de dagbladenmarkt.⁴⁾ Ten slotte zullen we tegen de achtergrond van dit artikel enige kritiek leveren op een aantal aanbevelingen en conclusies die in de WRR-nota Samenhangend Mediabeleid aangetroffen kunnen worden.

Enkele studies

In deze paragraaf bespreken we enkele onderzoeken die verricht zijn naar de structuur van de dagbladenmarkt. Het bestaande onderzoek heeft voornamelijk een beschrijvend karakter. Wij concentreren ons op een studie van Brouwer,⁵⁾ die in het kader van een E.E.G.-onderzoek verricht is naar de ontwikkeling in de concentratie op de Nederlandse markt van dagbladen, tijdschriften en schoolboeken, en een studie van Engwall,⁶⁾ die een onderzoek heeft verricht naar de structuur van de dagbladpers in Zweden. Ten slotte zullen we een beknopte samenvatting geven van een beschrijving van de dagbladenmarkt zoals die in Alsem et al⁷⁾ kan worden aangetroffen.

Om te komen tot een beschrijving van de ontwikkeling in de concentratie op

de dagbladenmarkt gebruikt Brouwer Nederlandse gegevens die onder meer betrekking hebben oplage cijfers (landelijk en regionaal; ochtenden en avondbladen), abonnementsinkomsten en -tarieven, advertentietarieven en -volume (landelijk gerichte en regionaal gerichte advertenties), aantal zelfstandige uitgevers en aantal redactioneel zelfstandige bladen over de periode 1970-1976.

Op basis van deze gegevens wordt de mate van concentratie berekend op het niveau van de individuele onderneming en op het niveau van de redactioneel zelfstandige krant. De concentratie op het niveau van de dagbladen blijkt tot 1973 toe te nemen en stabiliseert zich daarna. Het niveau van concentratie is niet erg hoog in vergelijking met andere bedrijfstakken. De concentratie van uitgevers is groter dan die van dagbladen, hetgeen voortkomt uit het feit dat sommige uitgevers meer dan één krant uitgeven. Bovendien is de stijging in het concentratieniveau van uitgevers aanzienlijk hoger bij de dagbladen. Hieruit kan worden opgemaakt dat de grote ondernemingen hun greep op de dagbladenmarkt verstevigden.

Als achtergrond van het concentratieverloop schetst Brouwer de ontwikkeling in het aantal overnames en fusies en in de kosten, prijzen en opbrengsten. Zowel grote als kleine ondernemingen verdwenen in de beschouwde periode. Tussen 1970 en 1976 waren de meeste verdwenen bladen regionaal. Daarnaast verdwenen er drie landelijke bladen en uitgeverijen. Van de verdwenen regionale bladen vertoonde de helft een stijgende oplage. Brouwer concludeert hieruit dat concentratie in de regionale pers niet uitsluitend het resultaat is van een financieel zwakke positie. De drie verdwenen landelijke dagbladen vertoonden een dalende oplage voordat ze verdwenen. Met name deze drie landelijke dagbladen hebben, wat hun advertentie-inkomsten betreft, volgens Brouwer geleden onder de invoering van de STER-reclame in 1967.

Op dit punt is het interessant stil te staan bij wat Engwall de "circulation-spiral" (oplagespiraal) noemt als mogelijke verklaring voor het verdwijnen van dagbladen.

De oplagespiraal is gebaseerd op twee observaties:

1) dagbladen zijn geografisch gedifferentieerd; i.e. slechts enkele dagbladen concurreren in een bepaalde regio, en

2) dagbladen concurreren met elkaar door in één pakket twee producten te verkopen redactioneel nieuws en advertenties.

Uit deze twee waarnemingen kan de hypothese worden ontwikkeld dat dagbladen met een kleinere oplage in een bepaalde regio minder advertenties aantrekken dan de grotere dagbladen, waardoor zij minder financiële middelen ter beschikking hebben. Dit beïnvloedt de kwaliteit van deze kleine dagbladen, en leidt er uiteindelijk toe dat de voorkeur van de consument meer uitgaat naar het grotere dagblad. Hierdoor verandert de voorkeur van de adverteerders, waardoor het kleinere dagblad nog minder advertenties en dus ook minder financiële middelen verwerft. Engwall vond in Zweden empirische bevestiging van deze hypothese: onder de verdwenen dagbladen bevond zich een groot aantal kleinere dagbladen. Of deze verklaring voor Nederland ook opgeld doet is op basis van het onderzoek van Brouwer niet te zeggen. Weliswaar bevonden zich tussen 1970 en 1976 veel regionale bladen onder de verdwenen dagbladen, maar niet duidelijk is of deze bladen in de betreffende regio groot of klein waren.

Brouwer geeft in haar studie wel kostenontwikkelingen weer, maar zij legt hierbij geen *relaties* met het al dan niet verdwijnen van bladen.

In de WRR-voorstudie M9, *De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland* wordt de structuur van de dagbladenmarkt uitvoerig beschreven en geanalyseerd. De beschrijving heeft voornamelijk betrekking op de periode 1970-1979, ter-

wijl enige opmerkingen worden gemaakt over de jaren 1980 en 1981.

In de betreffende studie wordt veel aandacht besteed aan het verloop van concentratiemaatstaven die op drie niveaus zijn bepaald, te weten:

- het concernniveau;
- het uitgeversniveau;
- het niveau van het individuele dagblad.

Daarbij worden de volgende segmenten van de dagbladenmarkt beschreven en geanalyseerd:

- de landelijke ochtendbladen;
- de landelijke avondbladen;
- de regionale ochtendbladen;
- de regionale avondbladen;
- de gespecialiseerde bladen.

De belangrijkste resultaten kunnen als volgt worden samengevat.⁸⁾

Het aantal dagbladen met een eigen hoofdredactie neemt over de onderzoeksperiode af van 53 naar 50. Het aantal kopbladen daalt sterker: van 41 naar 33. Het totaal aantal titels daalt hierdoor met 11 (6 nieuw, 17 verdwenen) van 94 in 1970 naar 83 in 1979. Vrijwel alle verdwenen bladen waren regionaal.

Drie van de verdwenen bladen vertoonden bij hun fusie c.q. opheffing een stijgend marktaandeel. Over de periode 1970-1979 is de totale dagbladoplage gestegen van ruim 4 naar ruim 4½ miljoen exemplaren per dag. Vrijwel de gehele verkoop vindt plaats in het binnenland. De losse verkoop maakt in 1975 ruim 10% van de verkopen uit maar na dat jaar verandert dit beeld ten gunste van de abonneementen. De losse verkoop van landelijke ochtendbladen is verre weg het hoogst: in 1979 bijna 25% van de totale verkopen op dit segment.

De ochtendkranten (landelijk en regionaal) genieten vooral in het begin van de jaren zeventig een sterk toenemende populariteit. Na 1975 is de groei minder maar hun aandeel blijft toenemen tot bijna 48% in 1979. In 1972 behoorde bijna 60% van de dagbladoplage toe aan regionale kranten. Tussen 1972 en 1976 weten de landelijke dagbladen dan echter weer terrein te win-

nen en daarna ligt de verhouding landelijk/regionaal vrij constant. De gespecialiseerde bladen groeien over de hele periode, maar hun aandeel in de totale dagbladenmarkt is gering. De zeer sterke terugval van de landelijke avondbladen (die in oplage met 40% zijn achteruitgegaan) heeft er sterk toe bijgedragen dat alle overige segmenten over de periode 1970-1979 zijn gegroeid.

Met name de landelijke ochtendbladen (1970: 23,6%; 1979: 29,6%) hebben als segment een belangrijke groei doorgemaakt.

Met betrekking tot de ontwikkeling van de concentratie op de dagbladenmarkt en op de vijf dagbladsegmenten kan het volgende worden opgemerkt. Op de *totale dagbladenmarkt* neemt zowel op blad-, uitgevers- als concernniveau de concentratie sterk toe in de jaren 1970 tot 1975. Op concernniveau is de toename het sterkst. Na 1975 treedt er een stabilisatie op: de grootste bladen groeien veel minder; op concernniveau blijft de concentratie na een lichte terugval in 1976 vrijwel constant. De grote dagbladuitgevers geven naast hun eigen (grote) krant vrijwel geen andere dagbladen uit; de concentratie op blad- en uitgeversniveau loopt dan ook parallel en is ongeveer even hoog. De concentratie op concernniveau is aanmerkelijk hoger en neemt ook sterker toe, hetgeen erop wijst dat de grotere concerns hun positie met name hebben versterkt door de overname van dagbladen en dagbladuitgevers terwijl de grootste bladen zelf niet eens zoveel qua marktaandeel zijn vooruitgegaan.

Op het segment *landelijke ochtendbladen* neemt de concentratie op bladuitgeversniveau tot 1974 toe, valt dan iets terug en blijft daarna vrij constant. Op concernniveau neemt de concentratie tot 1975 sterk toe en loopt daarna heel langzaam terug. Bij de *landelijke avondbladen* neemt de concentratie op alle niveaus tot 1975 sterk toe maar vertoont daarna een geleidelijke daling. Op uitgeversniveau veran-

dert de concentratie bij de *regionale ochtendbladen* over de onderzoeksperiode nauwelijks. Op concernniveau is er echter een duidelijke stijging van de concentratie tot 1975 met daarna een geringere groei. Op het segment *regionale avondbladen* zien we op uitgevers- en concernniveau de concentratie tot 1973 hoger worden. Op concernniveau is de toename in die jaren zelfs aanzienlijk. Daarna neemt vooral de absolute concentratie op beide niveaus echter weer enigszins af. Bij de *gespecialiseerde bladen* neemt de concentratie op blad- en uitgeversniveau af.

Van de vier grote segmenten is de concentratie op het niveau van de concerns bij de landelijke ochtendkranten het hoogst maar tevens het minst toegenomen (met 14%). Bij de regionale avondbladen is deze concentratie het laagst (5 tot 6 keer zo laag als bij de landelijke ochtendbladen), maar het sterkst toegenomen (met 61%). De concentratie op concernniveau, gemeten met de Hirschman-Herfindahl-index⁹) wordt zeer sterk beïnvloed door wijzigingen in de eigendomsverhoudingen van dagbladen en dagbladuitgevers. Doordat zich in de periode 1975-1979 geen grote fusies en overnames meer hebben voorgedaan, heeft de concentratie zich op concernniveau in die jaren gestabiliseerd.

De voor het model relevante variabelen

Wanneer we de structuur van de in dit onderzoek centraal staande deelmarkt van de periodiek verschijnende pers willen verklaren, dan kunnen we de marktaandeelen of oplage-aandelen als uitgangspunt nemen. De verklaring van de fluctuaties in de hoogte van de marktaandeelen staat in een dergelijke analyse centraal.

In de ontwikkelde modellen wordt het marktaandeel van blad *j* gedefinieerd als het quotiënt van de oplage van blad *j* (abonnementen + losse verkoop) en de totale oplage van alle bla-

den die tot een bepaald segment behoren. Het marktaandeel wordt beïnvloed door de wijze waarop de diverse marktinstrumenten van blad *j* t.o.v. de totale concurrentie worden gehanteerd. Te denken valt aan o.a. de volgende marktinstrumenten: de prijs; de verkoopbevorderingsinspanning; de redactionele inhoud en de vormgeving en de distributie. Willen we de invloed van deze instrumenten op het marktaandeel meten dan dienen we over waarnemingen van deze variabelen in de in deze studie beschouwde periode te beschikken (1970-1979). Deze waarnemingen zijn echter slechts ten dele voorhanden, vandaar dat we naar andere wegen hebben gezocht om het marktaandeel van blad *j* te kunnen verklaren. De werkwijze waarvoor we in dit verband gekozen hebben ligt besloten in de volgende redenering. De hantering van de hiervoor genoemde marktinstrumenten m.u.v. de prijs, zal sterk afhangen van de inkomsten die met blad *j* verkregen worden.

Deze inkomsten bestaan uit:

- de advertentie-inkomsten;
- de lezers-inkomsten (abonnementen + losse verkoop).

Daarnaast zal het ook van belang zijn of een blad al dan niet tot een uitgeverij c.q. concern behoort dat meerdere bladen uitgeeft omdat door "overheveling" van resultaten van andere bladen en mogelijke synergie-effecten de instrumentwaarden in positieve zin beïnvloed kunnen worden.

We gaan nu uit van de veronderstelling dat:

- des te hoger de advertentie-inkomsten, en/of

des te hoger de lezersinkomsten, en/of
des te beter de resultaten van andere bladen in de uitgeverij/het concern waartoe het blad behoort,

- des te hoger de verkoopinspanningen zullen zijn, en/of

des te beter de redactionele inhoud en vormgeving is, en/of

- des te beter de distributie zal zijn.

Gegeven deze veronderstelling lijkt een redenering plausibel waarbij het marktaandeel van blad *j* in periode *t*

gerelateerd wordt aan de relatieve waarden van de navolgende verklarende variabelen:

- de advertentie-inkomsten van blad j in dezelfde periode (t) en/of in een voorgaande periode ($t-1$);
- de lezersinkomsten van blad j uit dezelfde periode (t) en/of in een voorgaande periode ($t-1$);
- de lezersinkomsten van blad j uit dezelfde periode (t) en/of een voorgaande periode ($t-1$);
- de resultaten van andere bladen die door het concern waartoe blad j behoort uitgegeven worden in dezelfde of in een voorgaande periode.

Met relatieve waarde wordt bedoeld de waarde die de betreffende variabele voor blad j aanneemt, gedeeld door de som van de waarden die de betreffende variabele voor alle bladen die tot het segment behoren aanneemt.

Het model

In deze paragraaf zullen we in het kort ingaan op het model, dat opgebouwd is uit de in de vorige paragraaf beschreven variabelen. We gaan echter niet in op de mathematische representatie.¹⁰⁾ Mede gezien de 'verwevenheid' van allerlei relaties kunnen we de structuur van een segment op de dagbladenmarkt weergeven m.b.v. twee relaties. In de eerste relatie wordt het marktaandeel/oplage-aandeel gerelateerd aan de advertentie-inkomsten, van blad j , de lezersinkomsten van blad j en aan de resultaten van andere bladen die behoren tot de uitgeverij/het concern waartoe ook blad j behoort. In de tweede relatie zullen de fluctuaties in de (relatieve) advertentie-inkomsten van blad j verklaard worden. Een verklarende variabele in deze relatie is het marktaandeel van blad j . Daarnaast kan de (relatieve) prijs voor een adverteerder om in blad j te adverteren in een aantal gevallen een mogelijke verklarende variabele zijn.

Hypothesen

Met behulp van de hierboven beschre-

ven relaties kunnen we de volgende twee hypothesen toetsen:

- Is er sprake van de door Engwall gepostuleerde "circulation spiral/oplagespiraal";
- en

- heeft het opereren binnen een concernverband invloed op de marktpositie van een dagblad.

In Engwall's redenering bestaat er een duidelijke relatie tussen de hoogte van de advertentie-inkomsten en de oplage van een blad. Des te hoger de oplage van een blad j (in een bepaald segment) des te aantrekkelijker wordt het voor adverteerders om blad j als medium te kiezen. Door de d.m.v. het plaatsen van advertenties verkregen middelen kan de kwaliteit van de redactie en de vormgeving verbeterd en de verkoopbevordering, de distributie enz. verhoogd worden, hetgeen de aantrekkelijkheid van het blad voor consumenten verhoogt. Dit leidt tot nieuwe abonnementen c.q. meer losse verkoop, daardoor wordt het blad nog aantrekkelijker voor adverteerders, enz. Dit is de redenering voor de zgn. opwaartse spiraal waardoor bepaalde bladen steeds sterker worden. Analooeg kunnen we een redenering opzetten voor het verklaren van een neerwaartse spiraal die leidt tot het verdwijnen van (andere) bladen.

De tweede hypothese veronderstelt dat naarmate een blad binnen een groter concern opereert, het meer mogelijkheden heeft via de bedrijfsresultaten van andere (succesvolle) bladen binnen dat concern haar redactionele beleid, distributiebeleid, verkoopbevordering, enz. te verbeteren en daardoor een hoger marktaandeel te verwerven. De relatie tussen de resultaten die met andere bladen die door het concern op de markt gebracht worden behaald zijn en het oplage-aandeel van blad j wordt het concerndraagvlak genoemd. In de studie hebben we slechts kunnen nagaan of er een relatie bestaat tussen het oplage-aandeel van een dagblad en de resultaten die met andere dagbladen die door het

concern op de markt gebracht worden behaald zijn.

Analyse van de resultaten voor een aantal segmenten op de dagbladenmarkt

We hebben de in de voorgaande paragrafen uiteengezette analyse uitgevoerd op de volgende "segmenten" van de deelmarkt dagbladen:

- de landelijke ochtend- en avondbladen;
- de dagbladen in de provincie Zeeland.

De keuze voor deze "segmenten" kan als volgt gemotiveerd worden. De concentratie tussen bladen speelt zich op landelijk niveau af tussen de landelijke bladen en op regionaal niveau tussen de voor de betreffende regio relevante regionale bladen en de landelijke bladen. Op grond van statistische overwegingen (hier gaan we niet verder op in) hebben we het segment landelijke bladen in tweede instantie moeten splitsen in twee segmenten: de segmenten landelijke ochtendbladen (1a) en landelijke avondbladen (1b). De keuze voor segment 2 (Zeeland) is gebaseerd op overwegingen dat de aanbodstructuur per regio, rekening houdend met de regionale bladen, kan verschillen van de structuur op nationaal niveau.

Aangezien de waarnemingen die wij in onze analyse gebruiken alleen op nationaal en provinciaal niveau gemeten zijn hebben wij de provinciegrenzen als grenzen voor de regio moeten nemen. De keuze voor de provincie Zeeland voor onze analyse gebaseerd op de volgende overwegingen:

- Voor deze provincie beschikken we over veel waarnemingsmateriaal, waardoor gemiddeld $\pm 90\%$ van de oplage per jaar in deze provincie in onze analyse kan worden betrokken. Met andere woorden de dekking van ons waarnemingsmateriaal is $\pm 90\%$.
- De regionale kranten die in de analyse zijn betrokken worden in de gehele provincie gelezen en zijn niet zoals in andere provincies wél het geval is

zo sterk aan een bepaalde stad of een bepaald deel van de regio gebonden. De dekking van de segmenten 1a en 1b is lager dan de dekking van 90% in segment 2. Dit is een gevolg van het feit dat enkele landelijke ochtend- en avondbladen geen gegevens verstrekken aan de door de NDP uitgevoerde Enquête Bedrijfsvergelijking. De gegevens uit deze enquête zijn onder meer gebruikt om de veronderstelde relaties numeriek te specificeren. Daartoe werden een aantal "statistische methoden der econometrie" gehanteerd.¹¹⁾

Segment landelijke ochtendbladen

Twee landelijke ochtendbladen kunnen niet in onze analyse worden betrokken omdat deze bladen niet aan voornoemde enquête deelnemen. De drie in de analyse betrokken bladen bezitten een oplage-aandeel van ongeveer 54% (1979).

Na de uitvoering van de econometrische analyses zien we dat de hypothese van het aanwezig zijn van de oplage-spiraal bevestigd wordt. Er bestaat dus een wederkerige relatie tussen marktaandeel (oplage-aandelen) en (relatieve) advertentie-inkomsten van een ochtendblad op het segment landelijke ochtendbladen. Deze relatie wordt volgens ons model bevestigd voor de gehele onderzoeksperiode (1970-1979). Des te hoger daarbij de relatieve advertentie-inkomsten zijn, des te hoger is het marktaandeel en omgekeerd. Dit is een bevestiging van hetgeen Engwall in Zweden (weliswaar op een andere wijze) gevonden heeft. De tweede hiervoor geformuleerde hypothese wordt echter niet bevestigd, d.w.z. het oplage-aandeel van blad j wordt niet (noemenswaardig) beïnvloed door de resultaten die met andere dagbladen die tot hetzelfde concern behoren behaald zijn: er is geen concerndraagvlak.

Landelijke avondbladen

In dit segment hebben we slechts de

gegevens van twee landelijke avondbladen tot onze beschikking. Deze bladen bezitten een oplage-aandeel van $\pm 59\%$ (1979) gemeten op het segment van alle landelijke avondbladen.

Ook bij de landelijke avondbladen zien we het optreden van Engwall's oplagespiraal bevestigd. Echter ook op dit segment hebben we geen concerndraagvlak kunnen aantonen.

Segment Zeeland

Negen dagbladen (vier regionaal, vijf landelijk) welke in Zeeland worden verspreid nemen deel aan de *Enquête Bedrijfsvergelijking*. De dekking van deze bladen bedraagt in 1979 90%. Deze bladen zijn gebruikt om de (relatieve) waarden van de variabelen vast te stellen. Het marktaandeel van een dagblad is hier berekend als het quotiënt van de oplage van een dagblad binnen de provincie Zeeland en de totale regio-oplage van voornoemde negen bladen. Als bron voor de regionale oplagegegevens zijn publikaties van het Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit (Cebuco) geraadpleegd.

Na uitvoering van de econometrische analyse kunnen we dezelfde conclusies trekken, die ook gelden voor de segmenten 1a en 1b. De oplage-spiraal is aanwezig en er bestaat geen concerndraagvlak.

De oplagespiraal nader beschouwd

Na deze bespreking met betrekking tot de aanwezigheid van de oplagespiraal kunnen we ons afvragen of de spiraal gedurende de gehele periode heeft gewerkt of slechts gedurende een deel van de onderzoeksperiode.¹²⁾ Daarbij denken we dan aan de jaren 1970-1974. Een andere analyse is uitgevoerd, en wel alleen voor de landelijke ochtend- en avondbladen.¹³⁾ We kunnen nu de volgende conclusies trekken:

– Voor de *landelijke ochtendbladen* is de oplagespiraal met name actueel in de beginjaren van de onderzochte pe-

riode waarin sprake is van een toenemende concentratie. In het laatste deel van de periode, de periode waarin de concentratie ten naaste bij op hetzelfde niveau blijft is de invloed van de oplagespiraal veel geringer.

Overigens dienen we te bedenken dat de analyse van het verloop van de oplagespiraal zich slechts beperkt tot het verloop van de marktaandelen van twee ochtendbladen in de tijd. De ontwikkeling van deze marktaandelen behoeft niet parallel te lopen met de ontwikkeling van de concentratiegraad in de tijd.

– De laatste, hierboven gemaakte opmerking is zeker van toepassing bij de *landelijke avondbladen*. De ontwikkeling van de marktaandelen die in de analyse zijn betrokken wijkt sterk af van de concentratiegraad. Eén van de bladen heeft een marktaandeel dat tot 1975 stijgt en daarna vrij stabiel is, het andere blad dat in de analyse betrokken is bezit een marktaandeel dat in de gehele periode stijgt.

Ten slotte dienen we te vermelden dat de oplagespiraal ook getoetst is voor enkele segmenten van de tijdschriftenmarkt te weten voor:

– het segment omroepbladen, en
– het segment grote publieksbladen.
Voor beide segmenten werd de hypothese dat de oplagespiraal aanwezig is bevestigd. Ook voor deze segmenten is getoetst of het oplage-aandeel van een blad een relatie vertoont met de resultaten die de uitgever met andere bladen in dit geval tijdschriften heeft verkregen. Evenals bij de dagbladsegmenten het geval is blijkt deze relatie niet te bestaan, hetgeen betekent dat vrijwel geen sprake is van effecten die het gevolg zijn van een overheveling van resultaten die met een blad zijn behaald naar andere (gelijksoortige) bladen die tot hetzelfde concern of dezelfde uitgeverij behoren. Zo er al sprake van overheveling mocht zijn, heeft dit geen effect op het oplage-aandeel.

Concluderend menen wij te mogen stellen dat er op alle segmenten die wij

onderzocht hebben sprake is van spiraalvorming. Deze spiraalvorming is het sterkst in tijden waarin de concentratie toeneemt.

Kritische kanttekeningen bij de WRR-nota Samenhangend Mediabeleid

In het voorgaande hebben we de relatie tussen spiraalvorming en concentratie besproken. We menen te mogen stellen dat (ook in 1980 en 1981) de concentratie op de diverse segmenten van de dagbladenmarkt tamelijk stabiel is. Wel is het onze verwachting dat, zodra door een gebrek aan koopkracht bij het publiek of door sterk veranderende concurrentie-omstandigheden de bedrijfstak van de periodiek verschijnende pers er financieel slechter voor komt te staan verdere concentratie-ontwikkelingen zullen optreden. Enkele van deze veranderende concurrentie-omstandigheden kunnen resulteren uit het door de WRR aanbevolen beleid met betrekking tot de nieuwe media.¹⁴⁾

Het is naar onze opvatting nagenoeg zeker dat de nieuwe media nadelige effecten zullen hebben op de markt die op dit moment door de periodiek verschijnende pers wordt bediend. Dit geldt zowel voor de lezersmarkt als voor de advertentiemarkt. Zo zullen regionale kranten beklemd raken tussen de wervingskracht van huis-aan-huis bladen enerzijds en die van regionale televisie anderzijds.

Landelijke dagbladen en tijdschriften zullen te lijden hebben onder de concurrentie van al dan niet regionale kabel-TV, satelliet-TV, met inbegrip van de nu bestaande omroepzuilen, als de overheid de omroepen tenminste wil beschermen tegen de effecten van commerciële TV. Het lijkt ons voor de hand te liggen dat de overheid de aanbieders van de periodiek verschijnende pers in de gelegenheid stelt mede te participeren in het beheer van de nieuwe media, en wel om de volgende redenen. Dit geeft enige garantie voor een goede afstemming tussen het

aanbod van de nieuwe media en dat van de periodiek verschijnende pers. Er wordt gebruik gemaakt van de deels verwante know-how die bij de periodiek verschijnende pers aanwezig is. Dit lijkt ook met het oog op de werkgelegenheid bij de uitgevers van dagbladen, tijdschriften, e.d. van belang.

In aansluiting op het voorgaande maken we nog enkele meer specifieke opmerkingen, niet zozeer als implicaties van het door ons verrichte onderzoek, maar meer met het doel om een bijdrage tot de discussie over het mediabeleid te leveren.

Bij de introductie van kabel-TV zouden de uitgevers betrokken kunnen worden. We denken daarbij in concreto aan abonnementstelevisie: diegenen die over een (extra) televisienet willen beschikken, dienen daarvoor een vergoeding te betalen aan de exploitant van de kabel-TV. Het gebruik van de kabel-TV voor het uitzenden van reclameboodschappen achten we niet zonder gevaar. Tezamen met een eventuele uitbreiding van de STER-zendtijd, zal het uitzenden van reclameboodschappen op de kabel-TV namelijk advertentie-inkomsten weg kunnen zuigen bij de periodiek verschijnende pers. Dit kan opnieuw de oplagespiraal in werking zetten, met alle gevolgen van dien voor het titelaanbod op de dagbladen- en tijdschriftenmarkt.

In het WRR-rapport *Samenhangend mediabeleid* wordt op diverse plaatsen gememoreerd dat de nieuwe media (lokale televisie-omroep, abonnee-televisie) en een mogelijke toekomstige benutting van de inmiddels verruimde mogelijkheden van de STER-zendtijd op radio en televisie, reclamegelden aan de dagbladen en publiekstijschriften zullen onttrekken.¹⁵⁾ Dit zal niet alleen leiden tot een bedreiging van het voortbestaan van een aantal van deze bladen, doch dit zal de "status quo" in de concentratie die er bijvoorbeeld op de dagbladenmarkt bestaat verstoren en de oplagespiraal in werking stellen. In dit licht gezien, moeten dan ook naar onze mening vraagtekens gezet worden bij

de aanbevelingen die door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeeringsbeleid werden gedaan om de lokale televisie-omroep en de abonneetelevisie in beginsel mede door reclame te laten financieren.¹⁶⁾ Het is naar onze mening dan ook niet opmerkelijk dat het WRR-rapport met een minderheidsstandpunt van een lid van de Raad, Drs. H.A. van Stiphorst, (voorzit-

ter van de interne werkgroep die het WRR-rapport heeft voorbereid) wordt afgesloten. In dit minderheidsstandpunt worden de mogelijkheden tot reclame maken via de lokale televisie en de abonneetelevisie uitgesloten, hetgeen, naar onze mening, de stabiliteit in de aanbodstructuur van een aantal segmenten op de dagbladenmarkt ten goede zal komen.

VOETNOTEN

1. K.J. Alsem, M.A. Boorsma, G.J. van Helden, J.C. Hoekstra, P.S.H. Leeflang, H.H.M. Visser, *De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland*, 1982, W.R.R.-voorstudie M9.
2. J. Knecht, J.D. Noordhoff, B.G.J. Stoeltinga, *Media begrippenlijst*, H.E. Stenfert Kroese B.V., Leiden, 1980.
3. Zie voor meer achtergronden met betrekking tot de ontwikkeling en het gebruik van deze modellen bijv. P.A. Naert, P.S.H. Leeflang, *Building Implementable Marketing Models*, Den Haag/Boston, Martinus Nijhoff, Social Sciences Division, 1978, en P.S.H. Leeflang, P.A. Beukenkamp, *Probleemgebied Marketing, een management-benadering*, Leiden, H.E. Stenfert Kroese B.V., 1981, pp. 211-228, pp. 847-920.
4. Wij gaan niet in op de mathematische specificatie van het model, alsmede op de statistische en econometrische technieken die gebruikt zijn bij het uitvoeren van de analyses. Wij verwijzen daarvoor naar K.J. Alsem, et al., op cit., hoofdstuk 5.
5. M. Brouwer, *A study of the Evolution of Concentration in Dutch Press, Magazines and Schoolbooks Publishing Industries*, Brussel, juni 1978. M. Brouwer, 'De concentratie in de dagbladers', *Intermedi-air*, 21 december 1979.
6. L. Engwall, 'The structure of the Swedish Daily Press', in: *The Scandinavian Journal of Economics*, 1975, no. 3, biz. 318 e.v.
7. Zie noot 1.
8. De navolgende tekst is gebaseerd op K.J. Alsem et al., pp. 66-68.
9. De Hirschman-Herfindahl-index is gedefinieerd als $HH = \sum_{i=1}^n m_i^2$ waarbij:
 n = aantal concerns/uitgeverijen/dagbladen,
 m_i = oplage-aandeel van concern i /uitgeverij i /dagblad i .
10. Zie noot 1.
11. Zie voor deze methoden de literatuur genoemd in noot 3.
12. Op deze wijze kunnen we ook een verband leggen met de door ons uitgevoerde concentratie-analyse zoals deze hiervoor beschreven is.
13. De reden dat voor het segment Zeeland geen nadere analyse is uitgevoerd is dat wij in onze voorstudie geen concentratie-analyses hebben uitgevoerd voor de provincies.
14. De navolgende tekst is voor een deel ontleend aan K.J. Alsem et al., pp. 252-254.
15. Zie *Samenhangend mediabeleid*, nr. 24, Wetenschappelijke Raad voor het Regeeringsbeleid, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982, pp. 157-158, p. 252 en p. 260.
16. Zie *Samenhangend mediabeleid*, enz. pp. 267-268.

Lou Lichtenberg

Commentaar op WRR-voorstudie M 9: De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland

De publikatie "De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland" verscheen in 1982 als voorstudie M 9 in de serie "Voorstudies en achtergronden mediabeleid" in het kader van de voorbereiding van het rapport Samenhangend Mediabeleid dat de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid in augustus van dat jaar aan de regering heeft aangeboden. In deze voorstudie M 9 zijn de resultaten vervaardigd van een studieproject dat in de periode van maart 1981 tot april 1982 is uitgevoerd door een onderzoeksteam van de Economische Faculteit (Vakgroep Bedrijfseconomie) van de Rijksuniversiteit Groningen, bestaande uit drs. K.J. Alsem, drs. M.A. Boorsma, drs. J.C. Hoekstra en H.H.M. Visser, onder leiding van prof. dr. P.S.H. Leeflang en dr. G.J. van Helden.

De serie Voorstudies en achtergronden omvat in het algemeen werkstukken die naar het oordeel van de WRR van zodanige kwaliteit en betekenis zijn, dat publikatie gewenst is. De onderhavige voorstudie voldoet ruimschoots aan deze doelstelling. Zij bevat niet alleen interessante en waardevolle gegevens betreffende de periodieke pers over een niet onaanzienlijke reeks van jaren (vooral over de jaren 1970 - 1979 en ten dele ook over 1980 en 1981) maar ook geeft de voorstudie blijk van een zorgvuldige bestudering van deze gegevens.

Voor diegenen die geïnteresseerd zijn in een systematisch overzicht van de ontwikkelingen van de periodieke pers in het afgelopen decennium, biedt de voorstudie onmisbare en helder geschreven informatie. Tegen de achtergrond van deze algemene waardering voor het werkstuk moeten de kanttekeningen worden gezien die in dit commentaar bij de studie worden geplaatst.

De voorstudie geeft na een uitvoerig exposé over probleemstelling en onderzoeksoepzet allereerst een overzicht en evaluatie van bestaande literatuur op dit gebied. Vervolgens wordt ingegaan op de ontwikkelingen in de structuur van de markt van de periodieke pers i.c. dagbladen, nieuwsbladen, huis-aan-huisbladen en tijdschriften, welke deelmarkten in een aantal segmenten worden onderverdeeld. Naast een (vooral kwantitatieve) beschrijvende analyse van die ontwikkelingen wordt daarbij gepoogd te komen tot een kwantitatieve en kwalitatieve verklarende analyse. Aan het slot van de studie zijn conclusies en beleidsaanbevelingen van het onderzoek opgenomen.

Wat betreft het onderdeel van de voorstudie waarin de bestaande literatuur wordt weergegeven en geëvalueerd (hoofdstuk 3) zij allereerst erop gewezen dat de op pag. 23 opgenomen beschrijving van de oprichting en werking van het Bedrijfsfonds voor de Pers verschillende onjuistheden bevat, zulks in navolging van hetgeen door M. Brouwer in een studie in het kader van een EEG-onderzoek is opgemerkt. Het Bedrijfsfonds voor de Pers werd in 1971 (en niet in 1973) ingesteld, zoals elders uitvoeriger is beschreven.¹⁾ Aan kredietverlening uit het Bedrijfsfonds is niet, zoals in de voorstudie is gesteld, de beperking verbonden dat deze alleen ten goede kan komen aan "kranten die in verhouding tot, qua oplage, vergelijkbare kranten te geringe advertentie-inkomsten hebben".

De kredietverlening staat open voor dagbladen, nieuwsbladen of opinieweekbladen met economische problemen die uitzicht hebben op herstel van rentabiliteit binnen een redelijke periode.

De steunvoorwaarden bevatten geen voorschriften terzake van de hoogte

van advertentie-inkomsten. Ook in afwijking van hetgeen op pag. 25 van de voorstudie is vermeld, werd aan de tijdschriftpers tot 1976 wél een krediet verleend te weten aan het opinieweekblad Haagse Post. Voorts moet hier worden aangetekend dat de lage PTT- en NS-tarieven voor dagbladuitgeverijen, waarop de voorstudie in dit verband eveneens wijst, niet alleen voor deze uitgeverijen van kracht waren, maar ook voor uitgeverijen van nieuwsbladen en – in andere vormen – voor sommige groepen van tijdschriftuitgeverijen. Deze lage tarieven golden niet slechts tot 1976 zoals de voorstudie daarbij abusievelijk opmerkt, maar in de zeventiger jaren besloot de regering deze lage tarieven geleidelijk (!) op te trekken tot een kostendekkend (!) niveau. Wat de tijdschriftpers betreft zij hier tevens vermeld dat opinieweekbladen van 1975 tot april 1979 een bijzondere faciliteit op het gebied van de posttarieven hebben genoten, namelijk een tijdelijke gelijkstelling van hun tarieven met de (lagere) posttarieven voor dag- en nieuwsbladen. Per 1 april 1979 is deze tijdelijke gelijkstelling opgeheven, met dien verstande, dat de overgang van opinieweekbladen naar het normale (hogere) periodiekentarief geleidelijk zou worden geëffectueerd. Het totaal van de reducties bij het vervoer van kranten en periodieken per post raamde de PTT in 1979 nog op 75 miljoen gulden.

In de kwantitatieve beschrijving van de uitgeversmarkt die de voorstudie in hoofdstuk 4 geeft, komt naar voren – zoals ook in een andere voorstudie in het kader van het WRR-rapport is vastgesteld²⁾ – dat ten aanzien van nieuwsbladen, huis-aan-huisbladen en tijdschriften naar verhouding minder gegevens voorhanden zijn. Zo bestaan er voor de vaktijdschriften (het qua oplage op één na grootste segment van de tijdschriftenmarkt), nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen geen betrouwbare gegevensbronnen, voor zover het de jaren vóór 1975 betreft. Bovendien zijn van een aantal

tijdschriften geen oplagespecificaties beschikbaar. Tijdschriften waarvan een te groot deel van de cijfers ontbraken, moesten in de berekeningen van de voorstudie worden weggelaten. Voor de kwantitatieve beschrijving van de nieuwsblad- en huis-aan-huisbladpers werd vooral uitgegaan van gegevens van het Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit. Deze gegevens, gebaseerd op opgaven van individuele uitgevers, geven, zoals ook in de voorstudie wordt vastgesteld, een ruwe benadering van de werkelijkheid. Enerzijds worden in dit Handboek geen gecontroleerde oplagespecificaties verstrekt, terwijl anderzijds – vooral kleine – uitgevers met het oog op het aantrekken van adverteerders wellicht te hoge oplagecijfers verstreken. Bovendien is in het Handboek geen eenduidig onderscheid tussen nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen gemaakt³⁾ en in de voorstudie wordt niet expliciet ervan blijk gegeven dat met deze twijfels omtrent het onderscheid tussen beide deelmarkten rekening is gehouden.

Wat betreft de nieuwsblad- en huis-aan-huisbladpers frappeert het dat de voorstudie geen melding maakt van het bestaan van gegevens die de Vereniging De Nederlandse Nieuwsbladpers (NNP) vooral – maar niet uitsluitend – op het gebied van de nieuwsbladpers voorhanden heeft. De NNP verschaft sedert vele jaren in de vorm van een tarievenboek en vanaf 1978 in de vorm van het Handboek voor de Nederlandse Nieuwsbladpers redelijk genuanceerde oplage- en verspreidingsgegevens. Een deel hiervan is door accountants gecontroleerd. In het kader van een wetenschappelijke studie als de onderhavige voorstudie, zou het op zijn plaats zijn geweest dergelijke gegevens mede in het onderzoek te betrekken of althans aan te geven waarom hiervan geen (voldoende) gebruik kon worden gemaakt.

Wellicht mede op grond van het feit, dat geen voldoende genuanceerde gegevens over de beide deelmarkten nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen

als basis van het onderzoek zijn of konden worden gebruikt, hebben de Groningse onderzoekers deze beide deelmarkten ook niet nader in segmenten uitgewerkt. Weliswaar wordt op pag. 108 van de voorstudie het bestaan van deze segmenten onderkend, maar deze zijn niet nader onderzocht. Toch zou dat nuttig zijn geweest. Wanneer op pag. 114 vermeld wordt dat het aantal titels van nieuwsbladen in b.v. 1979 126 bedroeg met een oplage van 811.459, dan dient hierbij rekenschap te worden gegeven van het feit dat slechts ca. 58% van de bladen in deze groep met een (betaalde) oplage van ca. 65% van de totale oplage van nieuwsbladen uitsluitend tegen betaling (bij abonnement of in de losse verkoop) worden verspreid. De overige nieuwsbladen worden wekelijks tevens geheel of ten dele direct of indirect (via een andere titel) gratis verspreid, een verschijnsel dat in de afgelopen jaren steeds vaker kon worden waargenomen. Ook zou het nuttig geweest zijn in de groep van nieuwsbladen een onderscheid te maken tussen de bladen die eenmaal per week verschijnen en de bladen die een frequentere verschijning hebben (waaronder de Meppeler Courant die driemaal per week verschijnt). Vooral laatstbedoelde bladen hebben vaak in sterkere mate overeenkomsten met dagbladen. Overigens zou het alleen al mede gelet op dit verschijnsel onjuist zijn, wanneer het financiële overheidsbeleid voor de pers uitsluitend tot de categorie dagbladen beperkt zou worden, zoals de heer Van Stiphout in diens minderheidsnota bij het WRR-rapport heeft aanbevolen.⁴⁾

Ook de deelmarkt van de huis-aan-huisbladpers kan in verschillende segmenten worden onderverdeeld. Uit het voorgaande moge reeds worden afgeleid, dat zich in deze markt bladen bevinden die tevens als abonnementsblad (nieuwsblad) worden verspreid. Moeilijker wordt het, maar niet minder interessant, een onderscheid te maken tussen gratis verspreide bladen die in hoofdzaak als advertentiemedi-

um verschijnen en gratis verspreide informatiebladen, bladen die als hoofddoelstelling hebben het verschaffen van nieuws, achtergrondinformatie en eventueel ook commentaar ten behoeve van de informatievoorziening en opinievorming in de samenleving. Laatstbedoelde gratis informatiebladen zijn vaak tot een gratis-verspreiding overgegaan in de verwachting dat het blad bij betaalde verspreiding niet meer door een belangrijk deel van de – minder draagkrachtige – bevolking om financiële redenen zou kunnen worden gelezen. Onder bepaalde voorwaarden vallen dergelijke bladen overigens ook binnen de werkings sfeer van het Bedrijfsfonds voor de Pers.

De voorstudie maakt in ieder geval duidelijk dat over nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen en voor een deel ook over de tijdschriftpers, nog onvoldoende gegevens voorhanden zijn om meer inzicht in deze deelmarkten te kunnen verkrijgen. Als gevolg daarvan was het de onderzoekers ook niet mogelijk in hoofdstuk 5 een aanzet te geven tot een kwantitatieve verklaring van de aanbodsstructuur van nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen en voor sommige segmenten van de tijdschriftpers, w.o. de vakbladen. In dat hoofdstuk worden wel gegevens over dagbladen, omroepbladen, grote familie- en vrouwenbladen en gossipbladen op dit punt onder de loupe genomen. Vooral belangwekkend hierbij is het onderzoeksresultaat, waarin het bestaan van een zgn. oplagespiraal wordt bevestigd. Volgens deze spiraal beïnvloeden het marktaandeel of oplage-aandeel van een blad en de relatieve advertentie-inkomsten van dat blad elkaar wederkerig en positief. Een dergelijke samenhang werd overigens reeds eerder (in 1976) gevonden in het onderzoek dat in opdracht van het Bedrijfsfonds voor de Pers door het Economisch Instituut Tilburg werd verricht ten behoeve van de voorbereiding van een compensatieregeling voor dagbladen.⁵⁾ Daarbij concludeerde het EIT ook dat een grote oplage

een hoog advertentie-inkomen met zich mee blijkt te brengen. Voor dagbladen met een oplage tot ca. 80.000 was deze samenhang meer dan evenredig en voor grote dagbladen nagevoeg evenredig.

In hoofdstuk 5 hebben de onderzoekers tevens een hypothese getoetst betreffende de wijze waarop het opereren van een dagblad of tijdschrift binnen een concernverband invloed uitoefent op de marktpositie van dat blad. In die hypothese werd ervan uitgegaan dat naarmate een blad binnen een groter concern opereert, het meer mogelijkheden heeft via de bedrijfsresultaten van andere succesvolle titels binnen dat concern zijn redactionele beleid en distributiebeleid te verbeteren en daardoor een hoger marktaandeel te verwerven. Een bevestiging van deze hypothese werd daarbij evenwel niet gevonden. Overigens namen de onderzoekers in dat verband uitsluitend de relatie tussen het marktaandeel van het ene dagblad en de bedrijfsresultaten van andere dagbladen, behorend tot hetzelfde concern in ogenschouw. Ook wat de tijdschrifters betreft werd de toets beperkt tot de positie van het ene tijdschrift in relatie tot andere tijdschriften binnen een concern. Invloeden die van het bedrijfsresultaat van een concern behaald voor alle activiteiten uitgaan op marktaandelen van bepaalde dagblad- of tijdschrifttitels werden hierbij niet onderzocht. Ook hier speelde het ontbreken van gegevens de onderzoekers parten. Het is daarbij jammer dat de hypothese niet kon worden getoetst op haar houdbaarheid bijvoorbeeld in relaties tussen het bedrijfsresultaat van een concern mede behaald met gratis huis-aan-huisbladen en het marktaandeel van een door dit concern uitgegeven dagblad.

In het voorlaatste hoofdstuk (hoofdstuk 7) van de voorstudie zijn de resultaten weergegeven van een globale analyse van de ontwikkelingen in de financiële positie van dagblad- en tijdschrifttitels, aan de hand van gegevens over een beperkt aantal economische variabe-

len. Door allerlei gebreken in het beschikbare datamateriaal konden daarbij slechts conclusies in indicatieve zin worden getrokken. Ook waagden de onderzoekers zich om die reden terecht niet aan het doen van voorspellingen op basis van de gevonden relaties. In de studie kon aan kostenposten, hun ontwikkelingen en hun relaties tot het exploitatieresultaat geen aandacht worden geschonken vooral vanwege het ontbreken van nadere gegevens op dit gebied. Daarnaast zij in dit verband gewezen op het bezwaar dat de onderzoekers aanvoeren bij het gebruikte cijfermateriaal nl. "dat het bedrijfsresultaat van dagblad- en tijdschrifttitels sterk afhangt van de methode waarmee een uitgever of concern de kosten toewijst aan individuele titels" (pag. 236).

De voorstudie bevat aan het slot aanbevelingen voor de overheid voor het te voeren mededingingsbeleid, subsidiëbeleid en het beleid in verband met de komst van de nieuwe media. Terecht wijzen de onderzoekers er daarbij op dat deze aanbevelingen niet uitsluitend kunnen berusten op het door hen verrichte onderzoek. Hoewel het uiteraard voor een ieder, dus ook voor deze onderzoekers, vrijstaat aanbevelingen op dit punt te doen, is het in beginsel merkwaardig dat in een wetenschappelijke studie als de onderhavige aanbevelingen worden opgenomen wanneer deze niet voldoende onderbouwd worden door onderzoeksgegevens.

Wat betreft het mededingingsbeleid merken de onderzoekers op, dat concentratie in de periodiek verschijnende pers geen ongezonde zaak behoeft te zijn en daarom op zich geen monopoliebeperkende maatregelen van de overheid vergt. Inderdaad behoeft concentratie geen ongezonde zaak te zijn. Zo kan een persfusie voor persverscheidenheid een gunstige werking hebben wanneer door die fusie een blad behouden kan blijven dat anders verloren zou zijn gegaan. In de discussie op dit gebied is vaak echter evenzeer de vraag aan de orde of een

persfusie voor persverscheidenheid nadelig kan uitwerken. Om daar iets tegen te kunnen doen zouden niet zozeer "monopoliebekerkende maatregelen" dienen te worden overwogen, maar wel een mogelijkheid (voorgenomen) fusies te toetsen op hun eventuele gevolgen voor persverscheidenheid. Een dergelijke toets behoort er dan niet per definitie op neer te komen dat een fusie wordt verboden. Wel staat hierbij de vraag centraal een mechanisme te vinden dat erop gericht is mogelijke nadelige gevolgen van fusies voor persverscheidenheid tegen te gaan. De wenselijkheid van dergelijk mechanisme kan worden bepleit mede op grond van gegevens en overwegingen die in de voorstudie zelf worden genoemd. Zo blijkt uit gegevens vermeld op pag. 41, dat niet alle dagbladtitels die in de periode 1970 - 1979 verdwenen zijn (17 titels) een dalend marktaandeel vertoonden. Drie titels hadden een stijgend en één titel een constant marktaandeel.

Voorts wordt op pag. 175 opgemerkt dat bepaalde concerns niet expliciet als doelstelling noemen dat zij een bijdrage leveren aan de pluriformiteit van de pers. Bovendien zullen zij structureel verliesgevend uitgeverijen niet blijvend ondersteunen. Ook worden in de studie op diverse plaatsen overwegingen genoemd die de concentratie in de pers hebben doen bevorderen. Het is geenszins uitgesloten dat deze overwegingen zich ook in de toekomst zullen doen gelden met alle gevolgen van dien voor persverscheidenheid. Bedoeld worden hier de volgende overwegingen:

- ontwikkelingen op het gebied van de huis-aan-huisbladers (pag. 26-27);
- interne technologische veranderingen en daaruit voortvloeiende grote financieringsbehoeften en de vraag naar voldoende hoge bezetting van de grote productiecapaciteit (pag. 30);
- overneming van een blad om opheffing van het blad te voorkomen waardoor de concurrentie van andere uit-

geverijen of concerns zou worden bevoordeeld (pag. 177);

- spreiding van activiteiten en het in huis halen van kennis en ervaring (pag. 178);

- behoefte aan diversificatie en samenwerking op het gebied van elektronische media (pag. 180.⁵)

Bij de bespreking van het subsidiebeleid - bedoeld wordt hier kennelijk het financiële steunbeleid van de overheid dat subsidieverlening en kredietverlening kan omvatten - gaan de onderzoekers in op de vraag welke categorieën van titels in het belang van een pluriform media-aanbod wel respectievelijk niet voor steunverlening in aanmerking dienen te komen. Daarbij noemen zij twee uitersten van categorieën: aan de ene kant landelijke dagbladen en opinieweekbladen, waarvoor duidelijk wel zo'n steunmogelijkheid zou moeten worden opgesteld en aan de andere kant gossipbladen en huis-aan-huisbladen die het duidelijk zonder overheidssteun zouden moeten stellen. Wat de huis-aan-huisbladers betreft is in het voorgaande reeds aangegeven dat in deze deelmarkt verschillende segmenten dienen te worden onderkend, evenals overigens in andere deelmarkten.

Bepaalde segmenten binnen zo'n deelmarkt kunnen voor persverscheidenheid van groter belang zijn dan andere segmenten binnen diezelfde markt. Alleen al met het oog hierop kleven er bezwaren aan een steunbeleid dat zich uitsluitend op bepaalde deelmarkten of nader omschreven segmenten dan wel categorieën van bladen richt. Dergelijke categorieën zijn vaak ook niet eenduidig te omschrijven. Bovendien dient hierbij rekening te worden gehouden met het feit dat het perswezen een dynamisch gebied is dat mede gekenmerkt wordt door het oprichten van nieuwe (soorten van) bladen en door het bij voortduring veranderen van redactionele identiteiten van bestaande bladen. Ook gelet op deze dynamiek kan het bezwaarlijk zijn het steunbeleid te fixeren op enkele categorieën van bladen. Wellicht is

het tegen deze achtergrond beter algemene criteria vast te leggen, waaraan bladen die voor financiële steunverlening in aanmerking willen komen, dienen te voldoen, zonder deze toe te spitsen op bepaalde categorieën van bladen. Zulke algemene criteria, op te stellen uitgaande van het belang van

persverscheidenheid, kunnen betrekking hebben op verschijningsvorm en frequentie, vorm van de redactionele inhoud, e.d.

Het bestuur van het bedrijfsfonds voor de Pers heeft reeds geruime tijd geleden aanbevelingen op dit punt ter tafel gelegd.⁷⁾

NOTEN

1. Zie de artikelen van de auteur in *Intermediair* van 12-9-1980, pag. 47 - 63 en in *ESB* van 1-9-1982, pag. 920 - 929.
2. WRR-voorstudie M 4: J.J. van Cuilenburg en D. McQuail: Media en pluriformiteit pag. 121 - 122.
3. Zo worden in het Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit in de volgende bladen tot nieuwsbladen gerekend, terwijl ze geheel of in overwegende mate wekelijks gratis huis aan huis worden verspreid: *Boskoopse Courant*, *Midden Brabant-de Rooise Krant*, *Oegstgeester Courant*, *Onze Gids*, *Schijndels Weekblad*, *Weekblad voor Waddinxveen* en de *Zeekant-de Noordwijker*.
4. WRR-rapport *Samenhangend Mediabeleid*, pag. 275.
5. A.M.C. Lensen en G.J. van der Pijl: *Rentabiliteitsonderzoek Nederlandse Dagbladpers*, Ec. Instituut Tilburg, december 1976.
6. De Persraad bracht op 12 januari 1983 een advies over de wenselijkheid en de mogelijkheid van een persfusiecontrole uit aan de minister van WVC. In dat advies is een ontwerp van een mogelijke controle-regeling opgenomen. Het Kabinet Lubbers bracht in de *Medianota* van augustus 1983 het standpunt naar voren, dat een persfusie controle-regeling niet past in een beleid gericht op deregulering.
7. In adviezen aan de toenmalige minister van CRM d.d. 23 juli 1980 en 18 december 1981 (*Jaarverslagen over 1980*, pag. 72 e.v. en over 1981, pag. 64 e.v.). Deze aanbevelingen van het bestuur terzake van de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds werden in grote lijnen overgenomen door de werkgroep *Perswet*, blijkens haar interim-advies d.d. 29 januari 1982. In de *Medianota* van augustus 1983 deelde het Kabinet Lubbers mee, voornemens te zijn de werkingssfeer van het Bedrijfsfonds overeenkomstig deze aanbevelingen van het fondsbestuur uit te breiden.

Discussie

Tom van der Voort

Meting van het geweldaanbod op televisie: een "objectieve" telmaat versus een "subjectieve" belevingsmaat

In het aprilnummer van Massacommunicatie is een bijdrage van Baarda en Kuttschreuter (1983) over het "objectief versus subjectief meten van agressie in televisieprogramma's" afgedrukt. Dit meetprobleem zou, naar Baarda en Kuttschreuter beweren, in mijn proefschrift (Van der Voort, 1982) centraal staan. Zelf was mij dit nog niet zo opgevallen. Alles bijeen heb ik aan dit thema misschien zes bladzijden gewijd. Maar ik kan mij voorstellen dat Baarda en Kuttschreuter de betreffende passages extra aandachtig gelezen hebben. Want daarin onderwerp ik de telmaat die zij in hun onderzoek (Baarda, Kuttschreuter & Wiegman, 1982) gebruiken aan ernstige kritiek. In hun artikel doen Baarda en Kuttschreuter een poging om mijn kritiek op hun telmaat te ontzenuwen. Dat doen zij enerzijds door zich tegen een deel van de bezwaren die ik tegen hun meetprocedure heb opgeworpen te verweren. Anderzijds plaatsen zij kritische kanttekeningen bij een alternatieve maat die ikzelf heb voorgesteld. Dat gebeurt mede aan de hand van een onderzoek van Baarda en Goto (1983) waarin onze methoden empirisch worden vergeleken.

De argumenten die Baarda en Kuttschreuter inbrengen zijn voor mij niet nieuw. Tijdens mijn promotie heeft Wiegman, de initiator van hun onderzoek en ook de auctor intellectualis van hun telmaat (Wiegman, Vries & Gutteling, 1978), in zijn kwaliteit van opponent reeds soortgelijke bezwaren aangetekend. Het artikel van Baarda en Kuttschreuter geeft een goede gelegenheid om de toen gevoerde discussie over de Leidse academiemuren te tillen en op deze plek voor een breder forum voort te zetten.

De "objectieve" aanpak van Wiegman c.s.

Aanleiding voor ons dispuut is een verschil van mening over de wijze waarop het zogeheten kinderlijke "agressiedieet" moet worden gemeten. Over wat dat is bestaat geen meningsverschil. Daaronder verstaan we de hoeveelheid geweld (of "agressie" – ik gebruik die begrippen door elkaar) die een kind via dramaserie op de televisie heeft "geconsumeerd". Om dat agressiedieet te bepalen moet in de eerste plaats voor elke recent uitgezonden televisieserie worden bepaald hoe vaak een kind ernaar gekeken heeft. Over de wijze waarop dit gemeten kan worden zijn we het eens. Onze wegen gaan echter uiteen op het moment dat de kijkfrequentie van een kind in een agressiedieet wordt omgezet. Hierbij moet per kind de kijkfrequentiescore voor elke televisieserie vermenigvuldigd worden met een getal dat iets zegt over de portie geweld die de serie bevat. Ons meningsverschil betreft nu de manier waarop die weegfactoren bepaald moeten worden. Wiegman c.s. kiezen voor een "objectieve" aanpak. Zelf opteer ik voor een "subjectieve" methode.

Toegegeven, met hun "objectieve" aanpak maken Wiegman c.s. het zich geenszins gemakkelijk. Er wordt namelijk een zeer arbeidsintensieve dataverzamelingsmethode gebruikt. De hoeveelheid geweld in een film wordt via systematische observatie bepaald. Concreet is de procedure als volgt. Van elke televisieserie worden twee à drie afleveringen uit het open net geplukt en op beeldband vastgelegd. Observatoren krijgen een bepaalde definitie van geweld mee. En vervol-

gens slaan zij aan het turven en tellen. Zodra iets op de beeldbuis passeert dat in de instructie past wordt in de vereiste kolom een turf geplaatst. En aan het eind van de rit wordt voor elke serie berekend hoeveel verbale en fysieke geweldacties er gemiddeld per tijdseenheid in voorkwamen.

In de meest recente toepassingen worden de geweldacties in de film niet alleen geturfd maar ook "gewogen". Dit gebeurt aan de hand van een vijf-punt-schaal. Een ernstige agressieve actie als "schieten" krijgt daarbij een score van 5, terwijl een onschuldiger actie als "een duw geven" een score van 1 krijgt (Baarda, Kutttschreuter & Wiegman, 1982).

Tijdens het turven wordt nauwelijks acht geslagen op de context waarin het filmgeweld voorkomt. De context speelt alleen een rol bij de beslissing of een filmactie als agressie bestempeld mag worden. Beslissend daarvoor is of de dader geacht mag worden te weten dat zijn daad voor anderen nadelig kon uitpakken. Aan de dader zelf kan dit niet gevraagd worden. Daarom wordt dit aan de hand van wat voorafging opge maakt. Voor het overige laat men zich echter aan de filmcontext niets gelegen liggen. Wanneer geweld getoond wordt met een commentaar dat pure walging uitstraalt, wordt rustig doorgeturfd. Ook van het realiteitsgehalte van de beelden trekt men zich niets aan. Als een tekenfilmkat door een bom wordt opgeblazen is dat ernstige agressie. Dit ongeacht het feit dat de kat in kwestie reeds enkele tellen later alweer in goede doen is. Ook de humor in een programma wordt buiten beschouwing gelaten. Wanneer in een "comedy caper" een rij politieagenten omver wordt *gereden, worden met droge ogen één of meer "vijfjes" genoteerd. Die observatie wordt niet herzien als blijkt dat de dienaren van Hermandad één moment later alweer koddig zwaaiend met hun gummilatten achter de onverlaat aanrennen.

De aanpak is in twee betekenissen "objectief". Ten eerste omdat het aan-

tal geweldacties in een film op een herhaalbare en controleerbare wijze wordt vastgesteld. Daarnaast kan men de procedure "objectief" noemen omdat men zich niets aantrekt van de wijze waarop de kijker de beelden (subjectief) beleeft. De opvatting van de kijkers terzijde schuivend bepaalt de onderzoeker wat geweld is of niet.

De "subjectieve" aanpak van Van der Voort

Als gezegd zie ik zelf meer in een "subjectieve" aanpak. De vaststelling van de geweldinhoud van films geschiedt hierbij niet door de onderzoeker, maar wordt aan de kinderen zelf overgelaten. De empirische procedure is verrassend eenvoudig. Aan de hand van een eenvoudige beoordelingschaal geven kinderen aan hoe vaak er in elke serie geweld voorkomt. Omdat de term "geweld" niet bij alle kinderen voor in de mond ligt, wordt dit vertaald in "erge dingen doen". Deze aanduiding wordt toegelicht met de volgende formulering: "Geweld is wanneer iemand een ander kwaad doet; wanneer iemand *expres* erge dingen doet tegen iemand anders". Voor elke serie geven kinderen aan hoe vaak er "erge dingen" in gedaan worden. Als indicator voor de portie geweld in een serie wordt de gemiddelde score van de kinderen genomen.

Praktische voors en tegens

Welke methode heeft nu de voorkeur: de "objectieve" aanpak van Wiegman c.s. – in het vervolg zal ik korthedshalve van "Wiegman's aanpak" spreken – of de "subjectieve" aanpak van Van der Voort? Volgens Baarda en Kutttschreuter geen van beide. Zij vinden het maar "(...) onzin om te stellen, zoals Van der Voort doet (p.164), dat de ene maat beter is dan de andere". Voor hen is hun telmaat niet minder maar *anders*. Zij menen dus dat met evenveel recht de ene of de andere maat gebruikt kan worden. Die visie deel ik niet. Maar als men er zo over denkt,

ligt het gebruik van de "subjectieve" methode voor de hand. In zo'n geval geven praktische overwegingen immers de doorslag. En vanuit dat oogpunt is mijn aanpak ongetwijfeld aantrekkelijker. Tegen de tijd dat Baarda en Kuttschreuter aan de analyse van pakweg hun tiende beeldband toe zijn, heb ik een keurig lijstje met de geweldscores van alle series klaar. De "subjectieve" aanpak is dus sneller en – wat belangrijker is – aanzienlijk goedkoper.

Bij de "objectieve" aanpak worden één of meer observatoren gebruikt. In mijn eigen aanpak beoordelen enkele honderden schoolkinderen de televisieseries. Deze praktische omstandigheid is van invloed op de betrouwbaarheid van beide procedures. In Wiegman's aanpak moet vertrouwd worden op de oordelen van slechts twee observatoren, die het niet altijd eens zijn: in drie jaren was de tussen-observator-betrouwbaarheid 0,81, 0,92 en 0,81 (Baarda, Kuttschreuter & Wiegman, 1982). Kinderen zijn het ook niet altijd eens. Maar omdat met het *gemiddelde* oordeel van enkele honderden kinderen wordt gewerkt wordt die "ruis" uitgemiddeld. De "subjectieve" geweldscores van televisieseries zijn dan ook zeer stabiel. De geweldscores van 21 televisieseries die in januari (N=235) en maart (N=314) van hetzelfde jaar door onafhankelijke steekproeven van kinderen zijn beoordeeld, vertonen een rangcorrelatie van 0,97 (Van der Voort, Vooijs & Bekker, 1982b).

Erkend moet worden dat er aan mijn aanpak ook een praktisch nadeel kleeft (vreemd genoeg noemen Baarda en Kuttschreuter dit niet). Het is namelijk nog maar de vraag of met één "subjectieve" geweldscore per serie volstaan kan worden. Binnen het leeftijdsbereik dat in mijn eigen onderzoek betrokken was – kinderen van acht tot twaalf jaar – lijkt dat wel gerechtvaardigd. De intercorrelaties van de ranglijsten variëren van 0,91 tot 0,96 (Van der Voort, Vooijs en Bekker, 1982a). Daarnaast is het aannemelijk dat het ranglijstje van schoolkinderen zeer wel

vergelijkbaar is met dat van de oudere jeugd. Uit een onderzoek van Abel en Beninson (1976) blijkt namelijk dat kinderen van elf à twaalf jaar televisieseries zelfs weinig anders dan hun moeders ordenen ($\rho=0,92$).

Voor het schoolkind en de oudere jeugd kan daarom vermoedelijk met één geweldscore per serie worden volstaan. Maar voor peuters en kleuters moet wél een afzonderlijke geweldscore bepaald worden. De jongste leeftijdscategorie heeft namelijk een afwijkende kijk op de geweldinhoud van televisieprogramma's (Van der Voort, 1982a). Programma's waarin oudere kinderen nauwelijks geweld zien – een agressieve poppenfilm bijvoorbeeld – kunnen door de jongste leeftijdscategorie wel degelijk als gewelddadig worden ervaren. Omgekeerd kunnen films die in de ogen van oudere kinderen veel geweld bevatten – een krimi bijvoorbeeld – voor kleuters geen herkenbare geweldacties bevatten. Wanneer men dus wil weten wat de jongste leeftijdscategorie aan televisiegeweld te verteren krijgt, moet men via een apart (en in dit geval ook duur) onderzoek vaststellen wat in de ogen van peuters en kleuters de geweldscores van programma's zijn. Gelukkig behoeft daarbij slechts een beperkt deel van het televisie-aanbod in beschouwing te worden genomen. Want het klokje van gehoorzaamheid luidt al vroeg.

Wiegman's aanpak: theoretische onderstellingen

Zoveel is zeker, een goede methodiek vereist dat de geweldinhoud van de films op basis van vermoedens over de uitwerking op kinderen gewogen wordt. Wat voor soort vermoedens over de werking van geweldfilms liggen nu aan Wiegman's telmethodiek ten grondslag? Een eerste onderstelling is dat het realiteitsgehalte van een film noch de humor erin bij het effect van de films een rol van betekenis spelen. Ook al vinden kinderen de ene film maar onzin of dolkomisch en nemen zij

een andere film bloedserieus, als er "objectief" gezien evenveel geweld in zit tellen beide films even hard mee. Deze handelwijze is nogal wkestieus. Zo stelt Leyens (1977) in zijn literatuur-overzicht vast dat humor agressiere-ducerend kan werken, omdat het de betekenis van de situatie verandert. Dit zou wel eens kunnen verklaren waarom de experimentele effectonderzoekers, die maar al te graag effecten vinden, zorgvuldig gemedend hebben om humoristische geweldfilms in hun onderzoek te betrekken.

Hoe dit ook zij, in ieder geval is er een reeks onderzoeken waaruit blijkt dat het (subjectieve) realiteitsgehalte van een geweldfilm van invloed op de effecten is. Deze experimenten heb ik elders (Van der Voort, 1982 en 1983) besproken. De meeste van die experimenten suggereren dat naarmate een film als geloofwaardiger of echter wordt gezien de effecten sterker worden. Experimenten die het tegendeel suggereren zijn er niet.

Bovendien meen ik in mijn eigen onderzoek (Van der Voort, 1982) – Baarda en Kuttschreuter zwijgen hierover – te hebben aangetoond dat films die in de ogen van de kinderen zelf een fantastisch of een realistisch karakter hebben met zeer verschillende ogen worden waargenomen (hetgeen tevens aannemelijk maakt – maar dat heb ik zelf niet uitgezocht – dat de werking van die twee typen films verschilt). In mijn onderzoek heb ik aan kinderen van negen tot twaalf jaar een achttal films laten zien die "objectief" gezien alle een forse dosis geweld bevatten. In volgorde van geloofwaardigheid (in de ogen van de kinderen zelf) ging het om afleveringen van Starsky en Hutch, Charlie's Angels, De Hulk, Dick Turpin en de tekenfilms Scooby Doo, Popeye, Tom en Jerry en De Rose Panter. Uit het onderzoek kwam naar voren dat films die in de ogen van de kinderen zelf realistisch waren ernstiger werden genomen, betrokkener werden bekeken, meer emotie opriepen en ook, volgens de kinderen zelf, meer geweld bevatten. Met name de

vertoonde tekenfilms werden zo goed als niet serieus genomen (maar deze films vond men wel bijzonder "gaaf"). Naast empirische zijn er ook goede theoretische gronden om aan te nemen dat films die in de ogen van kinderen realistisch zijn meer invloed uitoefenen dan films die volgens hen buiten de realiteit staan. Om dat uit te leggen zou ik op de verschillende effecttheoriën in moeten gaan. Dit voert te ver. Korthedshalve verwijs ik naar mijn proefschrift.

Baarda en Kuttschreuter zien echter in de evidentie die ik heb aangevoerd een reden om een aanpassing in hun telmethodiek aan te brengen. Zij schuiven deze evidentie eenvoudigweg onder het tapijt. Bovendien verduisterden zij de discussie door te wijzen op onderzoeken waaruit bleek dat teken- en poppenfilms wel degelijk effect hadden. Uit die onderzoeken kan namelijk geenszins worden afgeleid dat fantastische filmbeelden een even grote invloed hebben als realistische filmbeelden. Wat Baarda en Kuttschreuter over het hoofd zien is dat speelfilms niet van zichzelf fantastisch of realistisch zijn. Natuurlijk zijn er filmbeelden die men gemakkelijker of moeilijker als realistisch kan zien. Maar hoe echt beelden zijn beslist uiteindelijk de kijker. Nu zijn de onderzoeken waaruit blijkt dat teken- en poppenfilms invloed hadden alle bij zeer jonge kinderen uitgevoerd, een leeftijdscategorie waarvoor deze films zeer realistisch kunnen zijn. Immers, in de beleving van een kleuter zijn Ernie en Bert geen haartje minder echt dan Magda of Piet.

Baarda en Kuttschreuter verhelderen de discussie evenmin wanneer zij stellen dat het "te ver" gaat op basis van het onderzoek tekenfilms geheel te negeren en niet mee te nemen in een geweldscore. Dat gaat mij namelijk ook te ver, en ik heb dat ook nimmer voorgesteld. In de subjectieve geweldscores voor peuters en kleuters mogen dat soort films, voorzover zij in de ogen van deze kinderen zelf geloofwaardig zijn, wat mij betreft zelfs een fors ge-

wicht meekrijgen. En ook in de geweldscores die voor oudere kinderen gelden tellen zij in mijn systeem mee. Maar wel *minder* dan films die volgens de kinderen meer met de realiteit van doen hebben.

Een tweede onderstelling die aan Wiegman's telmethode ten grondslag ligt is dat films meer invloed uitoefenen naarmate zij meer geweldacties bevatten. Hoe redelijk deze onderstelling ook lijkt, bij nader toezien is zij geenszins vanzelfsprekend. Moet je geweldacties wel altijd optellen? Als je bijvoorbeeld uitgaat van de sociale leertheorie – een theorie waarin Baarda blijkens een artikel van Wiegman, Baarda & Seydel (1982) veel ziet – zou je sommige geweldacties een positief gewicht moeten geven, terwijl je andere juist zou moeten aftrekken. Voor de sociale leertheorie is immers van groot belang hoe het de dader na zijn geweldactie vergaat. Als die actie beloond wordt of ongestraft blijft zou de kans toenemen dat kinderen het na-doen. Dat soort acties verdienen dus een positief gewicht. Maar als de actie afgestraft wordt, neemt de kans dat kinderen agressie gebruiken volgens de theorie juist af. Dat soort acties verdienen, in ieder geval wanneer de identificatiefiguur lik op stuk krijgt, dus eerder een negatief gewicht.

In feite ligt achter Wiegman's telprocedure een naïf effectparadigma verscholen. Kennelijk is de onderstelling dat geweldbeelden, althans de beelden die in de ogen van de onderzoekers veel geweld bevatten, ongeacht hun aard en ongeacht de wijze waarop die beelden worden opgepakt en verwerkt, rechtstreeks en bij optelling hun invloed uitoefenen. Een invloed die bovendien, naar Wiegman, Baarda & Seydel (1982) zonder enig noemenswaardig voorbehoud stellen, als het om kinderen gaat, altijd een negatieve zou zijn. Dat er ook geweldfilms zijn die eerder een afkeer tegen geweld oproepen of voordelen tegen een minderheidsgroep wegnemen – men denke aan series als "Roots" en "Holocaust" –, men zwijgt er eenvoudigweg

over. Hoe "objectief" de telmethode ook mag zijn, in feite ligt er geen enkele beredeneerde overweging over de werking van geweldbeelden aan ten grondslag. Theorieeloos wordt alles wat in de ogen van de onderzoeker geweld is domweg opgeteld. Daarbij wordt alles wat over de differentiële werking van verschillende soorten geweldfilms en -beelden bekend is, simpelweg genegeerd of onder het tapijt veveegd.

Van der Voort's aanpak: theoretische onderstellingen

Mijn eigen "subjectieve" methodiek is theoretisch gezien verre van ideaal, en er is ongetwijfeld het nodige op aan te merken. Maar in ieder geval liggen er enkele beredeneerde overwegingen aan ten grondslag. Ten eerste wordt via de "subjectieve" methode bereikt, dat iets pas als geweld wordt aange-merkt wanneer de betrokkenen het zelf óók zo zien. Het aardige is hierbij dat kinderen doorgaans pas geneigd zijn ergens geweld in te zien, wanneer zij – al was het maar tijdens het kijken – een film serieus nemen en als werkelijk beleven. In het algemeen leidt de methode er dus toe dat geweldbeelden die een zeker subjectief realiteitsgehalte hebben het hoogste gewicht krijgen. Dit lijkt gunstig, omdat – zie hiervoor – er theoretische en empirische gronden zijn om aan te nemen dat films die in de ogen van de kinderen zelf dicht bij de realiteit staan gemakkelijker effecten kunnen oproepen. Baarda en Kuttischreuter menen echter te hebben aangetoond dat subjectieve geweldscores in het geheel niet van de realiteitswaarde die kinderen aan films hechten afhankelijk zijn. Mochten zij gelijk hebben, dan zou dit een flink gat in de bodem van mijn methode slaan. Ik kom daar straks op terug. Erkend moet worden dat een serie als "Holocaust", die ik eerder een gunstige invloed toeschreef, ongetwijfeld een zeer hoge "subjectieve" geweldscore zal krijgen. Als zo'n serie deel uitmaakt van de series op basis waar-

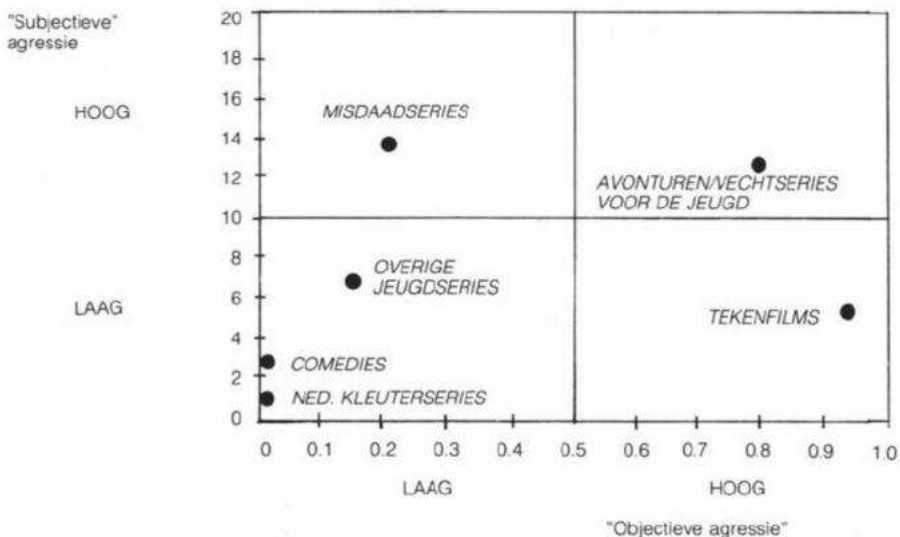
van ik het kinderlijke agressiedieet uitreken, zou zij flink en in de verkeerde richting meewegen. De procedure voorziet niet in een manier om films van het type "Holocaust" van films met een tegenovergestelde werking te onderscheiden. Wat dat betreft is mijn methode even mager als de objectieve methode. Wel zit ik er natuurlijk altijd zelf nog bij (die serie zou ik niet meenemen). Bovendien zijn films van het Holocaust-type betrekkelijk zeldzaam.

Welke filmsoorten worden het zwaarst gewogen?

Die methode is de beste welke het meest recht doet aan de effecten die aan geweldbeelden worden toegeschreven. Zojuist heb ik gesteld dat bij de "subjectieve" methodiek in het algemeen de realistische films (althans

Figuur 1: De gemiddelde hoeveelheid "subjectieve" en "objectieve" agressie in zes soorten dramaseries.

Bron "subjectieve" agressie: Van der Voort, 1982, p. 144; minimum = 0; maximum = 20. Bron "objectieve" agresie: Goto, telefonische mededeling; weergegeven is het gemiddeld aantal fysieke agressieve acties per uitzendminuut.



de films die de betrokkenen zelf als geloofwaardig zien) het zwaarste gewicht krijgen. Hoe zit dat nu bij de "objectieve" methode? Figuur 1 geeft in zage in de programmasoorten die volgens beide methoden een hoog (of laag) gewicht krijgen. De weergegeven "objectieve" geweldscores zijn berekend aan de hand van de televisieseries die in de studie van Baarda en Goto (1983) meededen. Daarbij ben ik uitgegaan van de fysieke agressiescores. Hierdoor wordt de kans op overeenstemming met de subjectieve opgaven van kinderen versterkt.

De onderzochte kinderen zijn namelijk blijken mijn onderzoek geneigd om geweld primair (maar niet uitsluitend) als fysiek op te vatten. Dat is overigens, anders dan Baarda en Kuttischreuter suggereren, niet aan een volgorde-effect te wijten. In een vooronderzoek waarbij de betrokken vragen alleen, en dus niet volgend op eerdere vragen, werden gesteld was het antwoordpatroon gelijk (Vooijs, Van der Voort & Bekker, 1981). De weergegeven "subjectieve" geweldscores zijn op mijn eigen onderzoek gebaseerd (Van der Voort, 1982). Om de discussie te vergemakkelijken heb

ik een grens tussen hoog en laag getrokken. Die grens is arbitrair.

Wat blijkt? Over de (gemiddelde) geweldinhoud van sommige filmsoorten bestaat weinig verschil van mening. Comedies en (Nederlandse) kleuterseries bevatten volgens beide methoden nauwelijks (fysiek) geweld. Evenzeer bestaat overeenstemming over de geweldinhoud van de avonturenfilms voor de jeugd. Volgens beide methoden bevatten dat soort films (bijvoorbeeld Ivanhoe en De Vijf) betrekkelijk veel geweld. Het verschil van mening blijkt zich te concentreren rond de misdaadfilms (Derrick bijvoorbeeld) en de tekenfilms (type: Woody Woodpecker en Popeye). Objectief bevatten de misdaadseries weinig geweld, maar voor kinderen zijn dit juist zeer geweldvolle films. Bij de tekenfilms is exact het omgekeerde aan de orde. "Objectief" gezien bevatten deze films zeer veel geweld, maar de kinderen, dat wil zeggen: kinderen van 8 tot 12 jaar, zien er weinig geweld in. Ook het huidige onderzoek van Wiegman c.s. vindt bij kinderen van deze leeftijd plaats, dus bij de interpretatie van de geconstateerde verschillen kunnen we deze leeftijdsgroep voor ogen houden.

En dan kunnen we constateren dat in Wiegman's methode het hoogste gewicht wordt toegekend aan films die op kinderen van die leeftijd vermoedelijk nauwelijks invloed uitoefenen (de tekenfilms), terwijl een laag gewicht wordt toegekend aan realistische misdaadfilms die vermoedelijk juist relatief veel invloed hebben. De weging is dus bij deze filmsoorten exact omgekeerd aan wat men zou verlangen. Dit pleit uiteraard niet voor de "objectieve" methode. De "subjectieve" methode leidt wel tot een adequate weging. Een reden om aan die methode de voorkeur te geven.

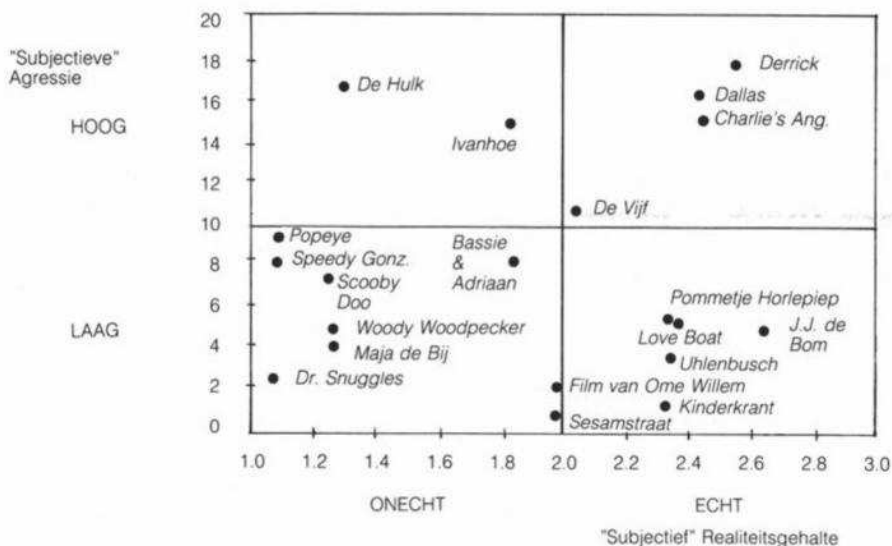
Het contra-onderzoek van Baarda c.s.

Baarda & Goto (1983) hebben een vergelijkend onderzoekje uitgevoerd

waarbij voor een twintigtal televisieseries de geweldscores volgens hun en mijn methodiek zijn bepaald. Daarnaast hebben zij kinderen via één vraag voor elke serie laten aangeven hoe "echt" en hoe "eng" zij die films vinden. Op basis van dit onderzoek komen Baarda en Kuttschreuter tot de verrassende conclusie dat de subjectieve geweldscores, geheel in tegenpraak met wat ik beweer, helemaal niet met het subjectieve realiteitsgehalte van de films samenhangen. Zij vinden een correlatie van slechts 0.08. Bovendien, zo hebben zij nog uitgerekend, als de tekenfilms worden weggelaten is de correlatie zelfs negatief: - 0.23! De bodem lijkt aan de "subjectieve" methode ontvallen.

De kritiek is ernstig genoeg. Ik heb daarom de data opgevraagd en een kleine secundaire analyse verricht. In figuur II zijn de geweldscores van de series tegen hun (subjectieve) realiteitsgehalte afgezet. In één oogopslag is duidelijk dat de rekensommetjes wel kloppen. De samenhang lijkt geheel zoek. Wat echter niet klopt is de redenering van Baarda en Kuttschreuter. Zij gaan er namelijk ten onrechte van uit dat ik de gedachte huldig dat wanneer een film als realistisch wordt gezien die film ook meteen gewelddadig gevonden zal worden. Zo ligt het uiteraard niet. "Wie van de drie" is zo echt als het maar kan, maar daaraan verbind ik natuurlijk niet de consequentie dat kinderen het daarom als een geweldprogramma zien. In mijn visie is een zekere realiteitswaarde wel een noodzakelijke, maar geen voldoende voorwaarde om geweld in een film te zien. Er moet uiteraard ook nog wel een beetje geweld in voorkomen. Want als het er niet is, kun je het ook moeilijk zien.

Ergo moeten we het plaatje "opschonen" door eerst die series eruit te gooien die – "objectief" gezien – nauwelijks of geen geweld bevatten. Dat zijn de programma's die in Figuur II omcirkeld zijn, te weten een aantal "brave" kleuter- en kinderseries en de comedy Love Boat. De door Baarda en Goto bij



Figuur II: Twintig televisieseries: de hoeveelheid agressie die zij (gemiddeld) volgens kinderen bevatten en hoe "echt" zij gevonden worden.

Bron: Baarda en Goto (1983). Bij de omcirkelde series is de "objectief" gemeten agressie geringer dan 0.12 agressieve acties per minuut.

deze programma's geturfde fysieke agressie is te verwaarlozen of zelfs gelijk aan nul. Wanneer de lezer deze series uit het plaatje wil wegdenken, ontstaat een ander beeld. De correlatie is dan niet -0.23 of 0.08 maar 0.72 (phi-coëfficiënt). Anders dan Baarda en Kuttschreuter meenden geven hun cijfers dus geen enkele aanleiding om mijn hypothese op te geven. Integendeel: de hypothese wordt (nog eens) bevestigd.

Wel moet worden toegegeven dat de series Ivanhoe en De Hulk in een verkeer kwadrant zitten. Deze films bevatten subjectief veel geweld, terwijl zij toch als ongeloofwaardig worden gezien. Voor een deel kan dit een artefact van de gehanteerde vraagprocedure zijn. Wanneer men kinderen vraagt "of de dingen die in Ivanhoe gebeuren in het leven van alledag kunnen gebeuren", kan een kind, in aanmerking nemend dat we de riddertijd alweer even

achter de rug hebben, alleen maar ontkenkend antwoorden. Maar de plaatsing van De Hulk kan niet weggeredeneerd worden. Het illustreert goed dat mijn regel geen wet van Meden of Perzen is. Zoals ik reeds in mijn proefschrift heb onderkend (p. 217) zijn er helaas ook fantastische films, bijvoorbeeld griezelfilms, die weliswaar onwerkelijk worden gevonden maar toch met dezelfde ogen als realistische films worden bekeken. De verklaring die ik hier voor heb is dat zo'n film *tijdens* het kijken als echt wordt beleefd. Maar als de televisie uit is komt men weer tot de orde van de dag en onderkent men dat de film niets met de realiteit van doen had.

Subjectieve agressie en angst

Baarda en Kuttschreuter hebben nog een tweede pijl op hun boog. Zij signaleren dat er een correlatie van 0.90 bestaat tussen de hoeveelheid geweld die de series gemiddeld volgens kinderen bevatten en de mate waarin de series als angstwekkend worden beoordeeld. Voor een goed begrip geef ik eerst nauwkeurig aan waarom het gaat. Zij hebben voor elke serie twee scores berekend: een gemiddelde

(subjectieve) geweldscore en een gemiddelde angstscore. Die gemiddelde scores zijn ondergebracht in een 2 x 20-matrix (2 variabelen en 20 series). En voor die matrix is de correlatie uitgerekend. Aan de gevonden hoge correlatie wordt een prikkelende conclusie verbonden. "Dit betekent", zeggen zij letterlijk, "dat het agressieoordeel van de kinderen vrijwel volledig bepaald wordt door de mate van angst die een programma oproept (of, zo u wilt) dat de angst voor een programma volledig wordt bepaald door de subjectieve beleving van geweld." Bij deze uitleg maken zij enkele foutjes:

Ten eerste: wil een correlatie van 0.90 niet zeggen dat de ene variabele de andere bepaalt. Zo'n causale conclusie is bij correlaties niet toegestaan. Het wil alleen zeggen dat twee variabelen 81% van de variantie gemeen hebben. Waar die samenhang vandaan komt is een geheel andere zaak. *Ten tweede:* wat zij gedaan hebben is de correlatie uitrekenen tussen de gemiddelde angst- en geweldscores van de series. Als de gewelddoordenen van kinderen inderdaad grotendeels uit hun visie op de "engheid" van de films verklaard kunnen worden, zou er ook een nauwe samenhang moeten zijn tussen de individuele oordelen over de mate waarin programma's geweld bevatten en angst oproepen. Die correlatie is slechts 0.33 (Van der Voort, 1982).

Tenslotte: wat is er vreemd aan dat films die gemiddeld genomen als gewelddadig worden ervaren ook vaak, maar niet altijd, gemiddeld als "eng" worden ervaren? Dat is toch een heel begrijpelijke en inzichtelijke samenhang? Er is geen enkele reden om uit die bevinding te concluderen dat er geen "subjectieve" agressie is gemeten.

Baarda en Kuttschreuter hebben zich laten misleiden door het aggregatieniveau van de scores. Misschien maakt dit voorbeeld het duidelijk. Stel dat kinderen verdeeld worden in een tiental gewichts- en een tiental lengteklassen. Vervolgens worden per ge-

wichts- en lengteklasse de gemiddelde scores berekend, waarmee het databestand tot $2 \times 10 = 20$ scores wordt gereduceerd. Wanneer men nu vervolgens de correlatie tussen die lengte- en gewichtscores gaat uitrekenen, vindt men ongetwijfeld een correlatie van 1.00. Toch is de correlatie tussen de lengte en het gewicht van de individuele kinderen verre van perfect (er zijn heel wat te dikke kinderen). Analooq geredeneerd zouden Baarda en Kuttschreuter nu in dit geval tot de conclusie komen dat de meting van lengte volledig door de breedtemeting wordt bepaald (of, zo u wilt) omgekeerd. En daaraan zouden zij vervolgens de conclusie verbinden dat zij helaas hebben moeten vaststellen dat de onderzoeker in kwestie helemaal geen lengte of breedte gemeten heeft. Want aan hun misinterpretatie van de gevonden correlatiecoëfficiënt leiden zij af: "Wat hieruit moge blijken is dat het gevaarlijk is om kinderen te vragen hoe erg de dingen zijn die in een programma gedaan worden, en dan te verwachten dat er ook werkelijk agressie gemeten wordt".

Een blik in de "objectieve" telkeuken

Wiegman's telmethode is niet alleen zeer aanvechtbaar. Daarnaast kan het "objectieve" getel, wanneer bij de interpretatie van de resultaten niet zeer voorzichtig te werk wordt gegaan, ook tot misleidende conclusies leiden. Zo vond Bouwman, gebruik makend van Gerbner's telmethodiek, dat de EO met een stevige geweldscore uit de bus kwam. Voor Bouwman was dit geen reden om de EO te kapitelen, maar – terecht – een reden om aan zijn telmethode te twifelen. Het bleek dat het EO-geweld voorkwam in programma's waarin juist een anti-gewelddiologie werd gepredikt (Bouwman, 1983).

Onvoldoende terughoudendheid bij de interpretatie van de uitkomsten van objectief telonderzoek leidde bij een onderzoek van Wiegman, Vries & Gut-

teling (1978) tot een ongerijmde conclusie. Zij concludeerden dat er tijdens het kinderuurte bij uitstek van een "enorme agressiepiek" sprake was. Levelt (1981) is nagegaan waarop deze spraakmakende conclusie gebaseerd is. Het ging om een uitzending van exact vijf minuten televisie. Het uitgezonden programma was de zeer agressieve tekenfilm *Brigadier Dog*. Ook het recente onderzoek van Baarda, Kutttschreuter & Wiegman (1982) laat zien dat objectieve telgegevens verblindend kunnen werken. In dit onderzoek komt men tot de merkwaardige conclusie – al het beschikbare onderzoek wijst op het tegendeel – dat 11- à 12-jarige kinderen minder geweld via de televisie tot zich nemen dan 9- à 10-jarige kinderen. "This is surprising", vinden de auteurs ook zelf, "because older children go to bed later and therefore have more opportunity to watch TV" (p. 26). Zij zien in hun verrassende bevinding echter geen reden om aan de juistheid van hun operationalisatie van het agressiedieet te twifelen. Verblind door hun objectieve methodiek opperen zij als mogelijkheid dat de wat jongere kinderen meer geweld zien, omdat – bij kijk – en luisteronderzoek zal men ervan opkijken – deze kinderen meer tijd voor de televisie doorbrengen.

Conclusie

Een aantal voors en tegens van de "subjectieve" en de "objectieve" aanpak zijn de revue gepasseerd. De me-

rites van de "objectieve" aanpak leken nogal beperkt te zijn. Het is een dure en arbeidsintensieve methode, die theoretisch gezien op los zand is gebouwd, een naïf effectparadigma ver-raadt en gemakkelijk tot misleidende resultaten kan leiden. Bovendien worden films, die door de onderzochte leeftijdsgroep in het geheel niet serieus genomen worden, het zwaarst gewogen.

Via een vergelijkend onderzoek meenden Baarda en Kutttschreuter de vinger op een tweetal gewonde plekken in mijn "subjectieve" aanpak te hebben gelegd. Anders dan ik meende zou het subjectieve realiteitsgehalte van films geheel los staan van de mate waarin films als gewelddadig worden ervaren. Tevens zou ik in plaats van ("subjectieve") agressie in feite wat anders hebben gemeten. Uit een secundaire analyse en bij nadere beschouwing bleken aan beide conclusies echter één of meer methodologische missers ten grondslag te liggen. Het betrokken onderzoekje geeft dan ook geen enkele aanleiding om van mijn subjectieve aanpak af te zien. Anders dan de "objectieve" aanpak is mijn methode op enkele theoretische onderstellingen gebaseerd. Bovendien wordt meestal het zwaarste gewicht toegekend aan films die het zwaarst moeten wegen. De "subjectieve" aanpak is verre van ideaal, maar – alles is relatief – vergeleken met de tel-procedure van Wiegman c.s. is het een beste methode.

LITERATUUR

- J.D. Abel en M.E. Beninson, 'Perception of TV-program violence by children and mothers', in: *J. Broadcasting*, 20/3, 1976, p. 355-363.
- H. Bouwman, 'Een antwoord vanuit het Cultural Indicator perspectief', in: *Massacommunicatie*, 11/2, 1983, p. 68-75.
- D.B. Baarda en M. Goto, 'Two views on measuring tv-aggression. A comparison', interne publicatie, 1983.
- D.B. Baarda en M. Kutttschreuter, 'Objectief versus subjectief meten van agressie in televisieprogramma's', in: *Massacommunicatie*, XI/2, april 1982, p. 94-99.
- D.B. Baarda, M. Kutttschreuter en O. Wiegman, *A cross-cultural contribution of the Netherlands to the research on aggression and an extension to prosocial behavior*, Paper gepresenteerd op de vijfde ISRA-bijeenkomst in Mexico City, Vakgroep Psychologie, TH Twente, 1982.
- P.B.M. Levelt, *Voorbeeld*, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1981 (academisch proefschrift).
- J.P. Leyens, 'La valeur cathartique de l'aggression: Un mythe ou une inconnué?', in: *L'Année Psychologique*, 77, 1977, p. 525-550.

- M.W. Vooijs, T.H.A. van der Voort en P.A. Bekker, *Meting van de kinderlijke waarneming en beleving van geweld op de televisie*, Leiden, Subfaculteit Opvoedkunde van de RU Leiden, 1981.
- T.H.A. van der Voort, *Kinderen en TV-geweld: waarneming en beleving*, Lisse, Swets & Zeitlinger, 1982 (academisch proefschrift).
- T.H.A. van der Voort, 'De onschuld van televisiegeweld', in: *Intermediair*, 18/13, 1982a, p. 1-6.
- T.H.A. van der Voort, *De invloed van televisiegeweld*, Lisse, Swets & Zeitlinger, 1983.
- T.H.A. van der Voort, M.W. Vooijs en P.A. Bekker, *TV-geweld in kindergen. Deel I: Achtergrond, opzet en uitkomsten van het onderzoek*, Leiden, Subfaculteit Opvoedkunde van de RU Leiden, 1982a.
- T.H.A. van der Voort, M.W. Vooijs en P.A. Bekker, *TV-geweld in kindergen. Deel II: Schaalconstructie*, Leiden, Subfaculteit Opvoedkunde van de RU Leiden, 1982b.
- T.H.A. van der Voort, M.M. Vooijs en P.A. Bekker, *TV-geweld in kindergen. Deel III: De vragenlijsten*, Leiden, Subfaculteit Opvoedkunde van de RU Leiden, 1982c.
- O. Wiegman, D.B. Baarda en E. Seydel, 'Het aanstekelijke van geweld', in: *Psychologie*, 1/6, 1982, p. 12-21.
- O. Wiegman, B. Vries en J. Gutteling, 'Zes weken televisie: agressie en affiliatie nader bekeken', in: *Pedagogische Studiën*, 55, 1978, p. 513-522.

Ben Baarda
Margôt Kuttschreuter
(Ver)tellen: agressie op de televisie

Het voorgaande artikel van Van der Voort is een reactie op een artikel van ons dat eerder in 'Massacommunicatie' is verschenen. Wij zouden hier als volgt op willen reageren:

1) Wanneer wij schrijven dat de maat iets *anders* is dan de subjectieve methode, dan bedoelen wij dat de beide maten iets anders meten, en dus *niet uitwisselbaar* zijn, dit in tegenstelling tot wat Van der Voort meent te moeten concluderen. Wanneer je van kinderen wilt weten hoe agressief zij programma's vinden, moet je dat uiteraard aan de kinderen zelf vragen. Een probleem is echter in hoeverre de vertaling die van der Voort hieraan geeft – erge dingen doen – aan dit punt refereert. In ons onderzoek gaat het echter om de vraag hoe vaak kinderen geconfronteerd worden met agressieve voorbeelden op de televisie. Dit moet geteld worden. Het door Van der Voort aangehaalde voorbeeld van de politserie Derrick illustreert het verschil het best. Kinderen vinden deze serie zeer agressief, want het is het "allerergste" programma. Toch komt er objectief gezien weinig fysieke agressie in dit programma voor.

2) Van der Voort stelt dat die methode het best is die het meest recht doet aan de effecten die aan geweldbeelden worden toegeschreven. Uitgangspunt hiervoor is dat die beelden die door de kinderen als realistisch worden beleefd, het meeste effect hebben.

In onze ogen is echter nog geenszins eenduidig vastgesteld welke beelden het meeste effect hebben. Dit is niet alleen afhankelijk van vorm en inhoud van het programma, maar ook van de ontvangers. Bovendien moet men zich afvragen welk effect dan wordt bedoeld. Het zien van geweld in tekenfilms kan misschien agressief gedrag tot gevolg hebben, of een toenemende

tolerantie voor geweld, of een daling van prosociaal gedrag. Zolang niet duidelijk is wat het specifieke effect van tekenfilms is, lijkt het onverantwoord om tekenfilms op een andere manier in het agressiedieet op te nemen. Overigens overschat Van der Voort het gewicht dat in ons onderzoek aan tekenfilms wordt toegekend. De meeste tekenfilms zijn relatief kort en daar wij rekening hebben gehouden met de lengte van het programma, is de relatieve invloed van de tekenfilms op het totale dieet niet groot. Andere kritiek is dat het aan de objectieve scoringsmethode van programma's te wijten zou zijn, dat in ons onderzoek oudere kinderen minder geweld op de televisie zien dan jongere kinderen. Omdat een zeer hoge correlatie wordt gevonden tussen kijkfrequentie en agressiedieet lijkt dit niet aan de agressiescore van de programma's (weging), maar eerder aan de kijkfrequentie van de individuele programma's te wijten. Onze maat voor kijkfrequentie is gebaseerd op dramaproducties met een seriekarakter (waartoe het door Van der Voort genoemde programma "Wie van de drie" niet behoort) en niet op de totale tijd die kinderen voor de televisie doorbrengen. Het belang van dit onderscheid wordt al door Chaffee (1972) benadrukt. Dit aanbod van dramaserie is voor oudere kinderen minder interessant, omdat zich er relatief veel kleuter- en jeugdprogramma's in bevinden.

3) Van der Voort verwijt ons, dat er geen rekening gehouden wordt met de context waarin het geweld op de televisie geplaatst is. Hij koppelt daaraan de suggestie dat het karakter van ons onderzoek simplistisch zou zijn. Zoals hij zelf weet kennen we allerlei nuanceringen zoals agressief maar ook prosociaal gedrag, verbaal en fysiek geweld, mannelijke en vrouwelijke

daden en directe en indirecte actie; onderscheidingen die hij in zijn eigen onderzoek niet aanbrengt.

4) Wij vonden een correlatie van .08 tussen beleefde agressie en het realiteitsgehalte van het programma, waarmee Van der Voort uiteraard niet zo gelukkig is. Dit zette hem aan tot enig rekenwerk, waarbij hij een kunstgreep toepast. Hij verwijdert de programma's met een lage fysieke agressie per minuut en komt dan op een *phi*-correlatie van .72. Hieraan kleven twee bezwaren.

Dat betreft allereerst het gebruik van de *phi*-correlatie. Gezien de aard van de data ligt het meer voor de hand om een Pearson correlatie en misschien nog meer een rangorde correlatie te berekenen. Deze rangorde correlatie is .47. Van de Voort had echter nog beter resultaat kunnen bereiken door een Pearson correlatie te berekenen, want dan had hij .73 gevonden.

Een tweede nog belangrijker kritiekpunt betreft het feit dat hij gekozen heeft voor eliminatie van programma's, met een lagere score op fysieke agressie per minuut.

Gezien zijn benadering – hij zelf vraagt kinderen om programma's in zijn totaliteit te beoordelen – ligt het meer voor de hand die programma's te elimineren die een lage totaal score op agressie behalen. Dit zou tot consequentie hebben dat ook Popeye en Dr. Snuggles, die evenveel agressie bevatten als J.J. de Bom, verwijderd moeten worden. Deze programma's komen jammer genoeg voor Van der Voort in een verkeerd kwadrant (zie figuur 2).

Het berekenen van een semipartiële correlatie lijkt hier een betere methode. Afhankelijk van de objectieve agressiescore vinden we, een semipartiële correlatie in de orde van .20. Dit resultaat komt overeen met onze eerdere constatering: er is geen ondersteuning voor de veronderstelling dat de subjectieve agressiescore afhankelijk is van de realiteitswaarde die kinderen aan televisieprogramma's toekennen.

5) Daar waar het gaat om onze con-

statering dat de subjectieve agressie van televisieprogramma's een erg sterk verband (.90) vertoont met de mate van angst, die deze programma's oproepen, luidt de kritiek van Van der Voort dat wij op een verkeerd aggregatieniveau werken. Wij spreken hier echter niet over de kinderen maar over de programma's. Als je stelt dat programma's die als agressief worden gekenschetst eveneens als beangstigend worden beleefd, dan moet er geanalyseerd worden op het niveau van de programma's en niet op het niveau van de kinderen.

Opvallend is verder dat Van der Voort deze kritiek niet had toen het ging over het realiteitsgehalte van het programma. Toen berekende hij wel correlaties op het nivo van programma's en in fig.1 gaat hij zelfs nog verder en stapt hij over op het aggregatienivo van programmasoorten. Het feit dat de correlatie tussen angst en subjectieve agressie zo hoog is, verbaast ons niet. Wanneer je als onderzoeker agressie omschrijft als het doen van erge dingen, geef je te kennen meer geïnteresseerd te zijn in de emotionele betekenis van een daad dan in de daad zelf, waardoor je de deur naar angst wijd opent.

Twee overige opmerkingen moeten ons nog van het hart. Daar waar Van der Voort wil aantonen dat het verband tussen de *subjectieve* agressie en (*subjectieve*) angst op een verkeerd aggregatienivo berekend is, maakt hij gebruik van een ongelukkig voorbeeld. Hij illustreert dit namelijk met twee *objectieve maten* namelijk lengte en gewicht. Het hoeft hier geen betoog dat het voorbeeld ook uit methodologische overwegingen onjuist gekozen is. Een ander misverstand willen we hier ook even uit de wereld helpen. In tegenstelling tot wat Van der Voort in navolging van Levelt (1981) stelt, is Wiegman's uitspraak dat in de betreffende onderzoeksperiode tussen 18.30 en 19.00 uur van een agressiepiek sprake is, niet gebaseerd op de

tekenfilm Brigadier Dog, maar op een drietal programma's namelijk de Bere-

boot, Polly in Spanje en Flockton Flyer (Wiegman, Vries en Gutteling, 1978).

LITERATUUR

- S.H. Chaffee. Television and adolescent aggressiveness (overview). In: G.A. Comstock, E.A. Rubinstein: Television and social behavior. Vol. III: Television & Adolescent aggressiveness. Washington DC Government printing office, 1972.
- P.B.M. Levelt. Voorbeeld, over wat kinderen van tv kunnen leren. Den Haag, Staatsuitgeverij 1981.
- O. Wiegman, S. Vries, J. Gutteling. Zes weken televisie: agressie en televisie nader bekeken. Instituut voor Sociale Psychologie, RU Utrecht, 1978.

Drs. P. van Harberden

De ontwikkelingsgang van de lokale omroep in Goirle in sociologisch perspectief

Addendum

In het artikel over de Locale Omroep Goirle in Massacommunicatie nummer 3 van deze jaargang, is een stuk tekst weggevallen. Op blz. 176, rechterkolom voor de laatste alinea, waar de koers van de LOG wordt besproken ontbreekt een passage over het organisatorisch aspect van de koers. Van daar deze addendum.

Aan de koers van de LOG ziet niet slechts een programma-inhoudelijk doch ook een organisatorisch aspect. Vooral om reden van cumulatie van kennis bij de programmamakers, belangrijk in verband met de gewenste diepgang van de programma's, heeft de LOG gekozen voor de *themagroep-formule*: de productie en veelal ook de realisatie van de programma's wordt toevertrouwd aan een min of meer vaste groep medewerkers die zich specialiseren op een bepaald thema (dorpspolitiek, sociaal-cultureel leven, natuur en milieu, sport, enz.). Binnen de grenzen van programmabeleid en een vast rooster beschikken de themagroepen over een betrekkelijke grote bewegingsvrijheid (in termen van itemkeuze en wijze van uitwerking). De coördina-

tie en bewaking van het programma-beleid ligt dan in handen van de *programmaraad*.

Deze organisatorische aanpak (themagroepen + programmaraad) is regelmatig ter discussie gesteld; dit dan veelal wanneer een themagroep en de programmaraad met elkaar in aanvaring waren gekomen.

Vanuit de medewerkers werd de programmaraad ervaren als een bemoeizuchtige, betuttelende instantie, een blok aan het been van het creatieve talent. Medewerkers hadden ook moeite met het rooster, uitvloeisel van het vaste zendschema. Zij ervoeren die aan de themagroep bedoelde uitzendruimte als een zware belasting en een ware aanslag op hun 'Selbstbestimmte Freizeit'.

Dit verklaart voor een deel het verloop onder de medewerkers. Deze "weten-schap" schrikt ook veel potentiële medewerkers af. Zij wensen niet deze prijs te betalen voor het meewerken in de lokale omroep.

Kortom, gelet op het organisatorisch aspect van de koers, is de "cognitive-consonance" niet onproblematisch".

Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie

Secretariaat: van Alkemadeaan 700, 2597 AW Den Haag, telefoon 070-26 43 41, telex 32626

Massacommunicatie en Gezondheidsvoorlichting en - Opvoeding

Eén van de doelstellingen van het Landelijk Centrum Dienstverlening GVO te Bunnik is het bieden van een overzicht van kennis en inzichten ten aanzien van de rol van massacommunicatieve middelen in gezondheidsvoorlichting en -opvoeding. Wat algemener geformuleerd, streeft het Landelijk Centrum na kennis en inzichten (zowel uit ervaringsgegevens als uit wetenschappelijk onderzoek) te bundelen en terug te koppelen naar de praktijk. In haar doelstelling sluit zij derhalve uitstekend aan bij de doelstelling van de VSOM. Het doel van de VSOM is wetenschappelijke onderzoekers en praktijkmensen met elkaar in contact brengen, waardoor de onderzoekers beter geïnformeerd worden over hetgeen er in de praktijk leeft en de praktijkmensen beter op de hoogte worden gebracht van de theorieën en onderzoeksresultaten die wetenschap heeft voortgebracht.

Op basis van overeenstemming in doelstellingen is vanuit het Landelijk Centrum Dienstverlening GVO het initiatief genomen een themagroep binnen de VSOM te starten met als thema Massacommunicatie en GVO. Deze themagroep zou zich vooral gaan buigen over de vraag hoe theoretische inzichten en onderzoeksresultaten vanuit communicatiewetenschap en gedragswetenschappen vertaald kunnen worden naar de GVO-praktijk. Concreter geformuleerd zou de probleemstelling binnen deze themagroep kunnen luiden: op welke wijze

kan er zo optimaal mogelijk gebruik gemaakt worden van massamedia bij het bevorderen van gezond gedrag.

Op 26 mei 1983 vond de eerste vergadering plaats van de themagroep. De themagroep bestaat uit:

Dr. W. de Haes: GG en Gd, Rotterdam
Dr. G. Kok: Sociale en Bedrijfspsychologie, R.U.G.

Dr. C. van Riel: Andragogiek, R.U.L.

Dr. G. Marsman: Instituut voor Massacommunicatie, K.U.N.

Dr. C. van Woerkum: Voorlichtingskunde, Landbouwhogeschool, Wageningen

Drs. J. Verbeek: Veilig Verkeer Nederland, Hilversum

Drs. R. Jonkers: Landelijk Centrum Dienstverlening GVO, Bunnik (coördinator)

De leden van de groep hebben op verschillende wijze te maken met massacommunicatie. Zij komen uit zowel de massamediale voorlichtingspraktijk als vanuit een meer theoretische/wetenschappelijke hoek.

Voor 1983 is besloten, ook bij wijze van kennismaking, de leden van de groep in een aantal vergaderingen iets te laten vertellen over hun betrokkenheid en ervaringen bij campagnes-/projecten of andere activiteiten waarbij massamedia een belangrijke rol speelden. Projecten werden vooral besproken t.a.v. hun opzet, organisatie en evaluatie.

Op deze wijze zijn een drietal vergaderingen gehouden.

In januari 1984 zal gesproken worden over de verdere ontwikkeling van een werkplan met vergaderschema.

Artikelen

- Alsem K.J., *Concentratiebewegingen op de markt van de periodiek verschijnende pers in Nederland.* (314)
- Baarda B., *Objectief versus subjectief meten van agressie in televisieprogramma's.* (94)
- Baarda B., *(Ver)tellen: agressie op de televisie.* (366)
- Bekkers W.A.J., *Etherpiraterij, een tijdsverschijnsel of complement van het omroepbestel?* (250)
- Bierhoff J., *Stadskranten; een tegenbeweging, opkomst, ontwikkeling en verschijningsvorm van de alternatieve pers.* (137)
- Bolle A.P., *Het gebruik van de glasvezelkabel in lokale telecommunicatienetten.* (75)
- Bordewijk J.L., *Kanttekeningen bij het artikel van A.P. Bolle.* (83)
- van den Bosch-de Greef M.M., *Buurtbabbel, een verkennend onderzoek naar 'gossip' in de buurt.* (230)
- Bouwman H., *Een antwoord vanuit het Cultural Indicator perspectief.* (68)
- Claessen P.D.A., *Openbaarheid en recht.* (86)
- Cuijlenburg J.J. van, *Zuinig met, zuinig op informatie. Een beschouwing over informatisering en de 'informatie-samenleving'.* (2)
- van Doveren T.P.J.M., *De verhouding tussen buurtradio en streekomroep, kleinschalige omroep in Zweden.* (193)
- Essers R.C., *Ziekenomroep en kerktelefonie.* (204)
- Evers W.J.M., *Buurtbabbel, een verkennend onderzoek naar 'gossip' in de buurt.* (230)
- van Harberden P., *De ontwikkelingsgang van de lokale omroep in Goirle in sociologisch perspectief.* (169)
- Heinsman L., *De culturele betekenis van de productie van Nederlandse televisieprogramma's.* (58)
- van den Heuvel J.H.J., *Samenhangend mediabeleid moet oude structuren doorbreken. Commentaar op het voorontwerp van een nieuwe perswet.* (24)
- Hins A.W., *De parlementaire geschiedenis van de regionale omroep.* (149)
- Hollander E., *Kleinschalige massacommunicatie, kanttekeningen bij een verschijnsel.* (107)
- Hollander E., *De verhouding tussen buurtradio en streekomroep, kleinschalige omroep in Zweden.* (193)
- Hoogendoorn P., *Gemeentevoorlichting met betrekking tot minderheden, voorlichting en achterstand.* (217)
- Jenke M., *Medien und Märkte. Was Bürger brauchen und was Konsumenten wünschen.* (15)
- Knuist W.P., *Cultuurbeleid en mediabeleid op lokaal niveau.* (114)
- Kuittschreuter M., *Objectief versus subjectief meten van agressie in televisieprogramma's.* (94)
- Kuittschreuter M., *(ver)tellen: agressie op de televisie.* (366)
- Leeflang P.S.H., *Een aanzet tot de verklaring van de aanbodstructuur van een aantal segmenten op de dagbladenmarkt.* (340)
- de Leeuw T., *Etherpiraten, een triviale zaak?* (180)
- Lichtenberg L.H.A., *Kleinschalige pers en overheid.* (121)
- Lichtenberg L.H.A., *Commentaar op de WRR-voorstudie M9: de aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland.* (349)
- Manders H.J.H.M., *Locale omroepactiviteiten in Nederland.* (159)
- van Meerem L.M., *Piratenzenders en hun publiek.* (244)
- Oorburg J., *Etherpiraten, een triviale zaak?* (180)
- van Raay W.F., *Affectieve en cognitieve reacties op reclame en voorlichting.* (262)
- Stappers J.G., *Kleinschalige massacommunicatie, kanttekeningen bij een verschijnsel.* (107)
- Tonnemacher J., *Die neuen Massamedien in der Bundesrepublik Deutschland.* (271)
- Visser H.H.M., *Een aanzet tot de verklaring van de aanbodstructuur van een aantal segmenten op de dagbladenmarkt.* (340)
- van de Voort T., *Meting van het geweldaanbod op televisie: een "objectieve" telmaat versus een "subjectieve" beleevingsmaat.* (355)
- Wartena W., *Etherpiraten, een triviale zaak?* (180)
- Winkel F.W., *Massamedia en criminaliteit: de invloed van televisiegeweld.* (280)

Boekbesprekingen

- Ang I. *Het geval Dallas*, Amsterdam 1982, (besproken door Harry Bouwman, pag. 45)
- van de Beek E., Engbersen G., van der Veen R. *De regels van de journalistiek* Leiden 1982, (besproken door Wiel Schmetz, pag. 296)
- Bordewijk J.L., van Kaam B., *Allocutie; enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land*, Baarn 1982, (besproken door H.M. Linthorst, pag. 40)
- Braam, A.M., *Voorlichting door middel van tentoonstellingen*, Wageningen, 1982, (besproken door Cees van Riel, pag. 49)
- Braun J.C.G., Hoekstra H.H., Tillmans W.G., *Massamedia en levensbeschouwing*, Amsterdam 1982, (besproken door Walter Goddijn, pag. 303)
- Crone, C.F.A., *Sociale verzekering, een onderzoek naar bereik en effect van de cursus*, Utrecht, 1981 (besproken door Cees van Riel, pag. 50)
- Crone M., *Hilversum unter dem Hakenkreuz*, München 1983, (besproken door Heinz Joosten, pag. 299)
- Dekkers, F., *Patiëntenvoorlichting*, Baarn, 1981, (besproken door Cees van Riel, pag. 47)
- Evaluatiecommissie wet openbaarheid, de opzet van de evaluatie van de WOB, interim-rapporten (1 t/m 3) en achtergrondstudies (1 t/m 5)*, 1981/1982, (besproken door Cees van Riel, pag. 48)
- Hemels J. *De emancipatie van een dagblad; geschiedenis van de Volkskrant*, Baarn 1981, (besproken door Jan Bank, pag. 50)
- Hemels J. *Massamedia als medespelers tot het studieveld van de massacommunicatie*, (Utrecht/Antwerpen 1982, (besproken door Cees Hopstaken, pag. 305)
- Hulsens E. *Kindertelevisie op de B.R.T.*, Leuven 1982, (besproken door Harry Bouwman, pag. 305)
- Hulsens E. *Slaap kindje slaap, je moeder is een schaap*, themanummer tijdschrift Heibel XVII 1 1982, (besproken door Harry Bouwman, pag. 305)
- Nijhoff W.H., Katus J. *Overheidsvoorlichting op een breukvlak*, Oldenzaal, 1983, (besproken door Jan Both, pag. 309)
- Rouwenhorst, W., *Om onze gezondheid, de rol van gezondheidsvoorlichting en -opvoeding (GVO)*, Alphen aan de Rijn, 1981, (besproken door Cees van Riel, pag. 47)
- Scholten O., *Krant en democratie*, Amsterdam 1982, (besproken door Toon Möller, pag. 293)
- Stappers J.G., *Massacommunicatie en samenleving*, Assen 1982, (besproken door Jan van Cuilenburg, pag. 43)
- Stappers J.G., Reynders A.D., Möller W.A.J., Hesp L.Th.M., *Wetenschap als gemeengoed*, 's Gravenhage 1983, (besproken door Kees van Woerkum, pag. 307)
- Stempel G.H., Westley B.H., *Research methods in mass communication*, Englewood Cliffs 1981, (besproken door Henk Verhagen, pag. 39)
- Vrolijk A., *Communicatiemodellen*, Alphen aan de Rijn/Brussel 1982, (besproken door H. Hoekstra, pag. 37)
- Wiegman O., Baarda B., Seydel E., *Agressie en criminaliteit*, Deventer 1982, (besproken door Harry Bouwman, pag. 301)

Gegevens over de auteurs

Drs. K.J. Alsem was ten tijde van het WRR-onderzoek als wetenschappelijk ambtenaar verbonden aan de Economische Faculteit (vakgroep bedrijfseconomie) van de Rijksuniversiteit Groningen. Momenteel is hij werkzaam bij de Stichting voor Economisch Onderzoek der Universiteit van Amsterdam (SEO).

Prof. Dr. P.S.H. Leeflang studeerde econometrie aan de toenmalige Economische Hogeschool te Rotterdam. Eind 1975 werd hij benoemd aan de Economische Faculteit van de Rijksuniversiteit Groningen waar hij thans als hoogleraar (commerciële) bedrijfseconomie werkzaam is.

Drs. H.H.M. Visser studeerde econometrie aan de R.U. Groningen en participeerde als student-assistent in het WRR-vooronderzoek. Thans is hij werkzaam bij de PTT op de Centrale Afdeling Statistiek en Bedrijfseconomie.

Drs. L.H.A. Lichtenberg is secretaris van het bestuur van de stichting Bedrijfsfonds voor de Pers en tevens secretaris van de persraad.

Dr. T.H.A. van der Voort is als wetenschappelijk hoofdmedewerker verbonden aan de vakgroep Wijsgerige en Empirische Pedagogiek van de Subfaculteit Opvoedkunde van de R.U. Leiden.

Drs. B. Baarda is verbonden aan het Instituut voor Pedagogische en Andragogische Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Utrecht.

Drs. M. Kuttschreuter is wetenschappelijk ambtenaar bij de vakgroep Psychologie van de Technische Hogeschool Twente.