

Toeristische triomfen voor het Middellandse-Zeegebied

Deze titel lijkt alleszins gerechtvaardigd na beschouwing van onderstaande cijfers over het internationale reisverkeer van zestien Europese landen ¹⁾. De volgorde van de ontvangsten uit het reisverkeer van niet-ingezetenen in 1964. Vergeleken met de ontvangstcijfers voor 1958, kan voor het totaal van deze zestien landen ruim een verdubbeling van de deviezenontvangsten uit het vreemdelingenverkeer worden geconstateerd en voor de „kleinere” Middellandse-Zeelanden (Spanje, Joegoslavië en Griekenland) een vertienvoudiging. Nederland slaat met bijna een verdrienvoudiging geen slecht figuur, zeker niet wanneer bedacht wordt dat de ontvangsten in 1958 in hoge mate gunstig zijn beïnvloed door het „uitstralings-effect” van de Brusselse Wereldtentoonstelling in dat jaar.

Het saldo van het reisverkeer zegt uiteraard niets over de betekenis van een land als toeristische trekpleister, maar wel over de betekenis van het vreemdelingenverkeer (d.i. toerisme plus zakenverkeer) voor het betalingsbalanssaldo. De min of meer sterk geïndustrialiseerde West-Europese landen worden gekenmerkt door een nationaal inkomen per hoofd van de bevolking en een consumptie- en prijspeil die aanzienlijk hoger liggen dan in de overwegend agrarische Middellandse-Zeelanden. Dit werkt een hoog saldo van het reisverkeer voor deze laatste categorie landen sterk in de hand, zoals met name blijkt voor Spanje, Italië en Joegoslavië. De voorname positie van Italië in dezen lijkt door Spanje te worden bedreigd. De vroegere belagers: Frankrijk, de Duitse Bondsrepubliek en het Verenigd Koninkrijk, heeft Italië van zich weten af te schudden, maar de reuzesprongen waarmee de deviezenontvangsten van Spanje toenemen alsmede de vertraging in de stijging van de Italiaanse ontvangsten, maken het waarschijnlijk dat Italië in 1966 zijn eerste plaats zal moeten inruimen waar het de ontvangsten uit het reisverkeer betreft.

Van de genoemde landen besteedt Duitsland de meeste reisdeviezen. Toch is de grote reislust van de Duitsers uit het begin der jaren zestig wat geslonken; ook nemen de ontvangsten sneller toe, waaraan een aanzienlijke verhoging van het budget van de „Deutsche Zentrale für Fremdenverkehr” niet vreemd zal zijn.

Ten slotte nog enkele woorden over ons eigen land. Uit de dollarlanden ontvingen wij in 1964 f. 123 mln. en gaven er f. 47 mln. uit ²⁾. Voor het sterlinggebied was dit f. 69 mln. resp. f. 50 mln. en voor de E.E.G.-landen f. 565 mln. resp. f. 601 mln. Het saldo van onze reisverkeersbalans beliep in 1964: — f. 85 mln. In 1965 zal dit vermoedelijk tweemaal zo groot zijn: bij een inkomenselasticiteit die boven de 2 ligt, moet een uitgavenstijging

Ontvangsten (1958 en 1964) uit, uitgaven voor en saldo van (beide 1964) het internationale reisverkeer in zestien Europese landen ^{a)}

	ontvangsten		uitgaven 1964	saldo 1964
	1958	1964		
	in \$ mln.			
Italië	491	1.035	209	826
Spanje	72	939	66	873
Frankrijk	454	808	785	23
West-Duitsland	452	688	1.282	—594
Verenigd Koninkrijk	385	532	731	—199
Oostenrijk	167	503	118	385
Zwitserland	241	487	187	300
NEDERLAND	88	242	266	— 24
België-Luxemburg	124 b)	174	242	— 68
Ierland	97	165	93	72
Denemarken	80	164	135	29
Zweden	97	136	181	— 45
Portugal	24 c)	121	53	68
Griekenland	36	91	39	52
Noorwegen	41	78	74	4
Joegoslavië	7	67 d)	9 e)	.

a) Registratieverschillen maken exacte vergelijking onmogelijk. b) Bijna tweemaal zo hoog als normaal wegens de Wereldtentoonstelling. c) 1957. d) 1963. e) Laatste gepubliceerde cijfer is \$ 8,6 mln. voor 1962.

worden verwacht die bijna tweemaal zo groot is als de 10 pCt. waarmee de ontvangsten zullen toenemen. Een hoofdoorzaak van deze laatste geringe stijging, die voor driekwart als prijseffect moet worden aangemerkt, is het sterk teruglopen van de Duitse bestedingen in ons land (juist die buiten het grensverkeer). Hier wreekt zich de grote afhankelijkheid van één land, dat enkele jaren geleden nog zorgde voor de helft van onze deviezenontvangsten uit het reisverkeer, maar ons nu enigszins de rug toekent vanwege het gestegen prijspeil in ons land en de neiging van de Duitser het vakantieoogmerk verder weg te zoeken.

De over 1964 gehouden proefenquête van het C.B.S. naar de vakantiebesteding van de Nederlandse bevolking ³⁾ bewees dat de Duitsers daarin niet alleen staan: voor het eerst verscheen als reisdoel van de 6½ mln. Nederlandse vakantiegangers de Balkan met 1 pCt. naast Spanje en Portugal met 2 pCt. „Meer kans op zon” is immers — blijkens een N.I.P.O.-enquête van april 1965 — het voorname oogmerk van de Nederlandse vakantieganger. Naarmate de welvaart in ons land toeneemt, zal de nationale betalingsbalans een grotere invloed ondergaan van het negatieve saldo op onze reisverkeersbalans.

Voorshotsen.

Dr. M. C. TIDEMAN.

¹⁾ Bron: „Tourism in Europe”, O.E.C.D., Parijs, juli 1965, 150 blz., \$ 3.

²⁾ „Maandstatistiek van het financieelwezen”, september 1965.

³⁾ „Sociale maandstatistiek”, oktober 1965.

INHOUD

	Blz.		Blz.
Toeristische triomfen voor het Middellandse-Zeegebied, door Dr. M. C. Tideman	287	Techniek, economische groei en maatschappelijke ontwikkeling (I), door P. Krug	297
Wie doet wat met zijn geld in Luxemburg, door Drs. B. H. van der Vaart	288	Onderwijsexplosie in de Arabische wereld, door Dr. R. Kool	300
Wat is industrieel marktonderzoek?, door Drs. B. G. Klein Wassink	290	Geld- en kapitaalmarkt, door Prof. Dr. C. D. Jongman	302
Op de drempel van televisiereclame, door J. Woerlee	293		

Het Bureau voor de Statistiek der Europese Gemeenschappen liet onlangs de resultaten van een uitgebreid budgetonderzoek in Luxemburg, het eerste in een reeks van acht over de E.E.G., het licht zien. In onderstaand artikel worden, nadat eerst een overzicht is gegeven van de wijze waarop de budgetonderzoeken zijn opgezet (een combinatie van „huishoudboekjesmethode” en „interviewmethode”) en het nut van dergelijke onderzoeken voor de overheid, E.E.G.-organen en bedrijfsleven is aangetoond, enkele resultaten van het Luxemburgse budgetonderzoek gegeven. Er blijken dan verschillen te bestaan in de opbouw van het uitgavenpatroon, zowel tussen de onderscheiden sociale categorieën als binnen elke sociale categorie tussen de verschillende inkomensklassen.

Wie doet wat met zijn geld in Luxemburg

„U komt zeker voor die rare brief. Nu, die heb ik in de kachel gegooit en alles wat u hier achterlaat gaat dezelfde kant op”¹⁾.

De titel zou kunnen suggereren dat in dit artikel een schril licht geworpen wordt op mogelijke extravagante uitgaven van de in Luxemburg gehuisveste functionarissen van de Europese Gemeenschappen. Deze conclusie zou echter voorbarig zijn. Luxemburg wordt slechts bevolkt door degelijke lieden en hardwerkende E.E.G.-functionarissen.

De directe aanleiding tot dit artikel is dan ook van geheel andere aard. Onlangs heeft het Bureau voor de Statistiek der Europese Gemeenschappen de resultaten van een uitgebreid budgetonderzoek voor Luxemburg het licht doen zien, de eerste in een serie van acht publikaties. Hierna zullen volgen de publikaties van op dezelfde leest geschoeide budgetonderzoeken, gedaan in de jaren 1963 en 1964 in de andere E.E.G.-landen.

Voor een ieder die zich bezighoudt met problemen rond de ontwikkeling van consumptietrends zullen deze publikaties een bron van onschatbare informatie opleveren. Immers, het is wel bekend dat meer dan oppervlakkige bestudering van leef- en verbruikspatronen vaak stuit op gebrek aan adequaat statistisch basismateriaal. Tot dusverre verschenen statistische publikaties omtrent de uitgaven van de consument, vertonen veelal een aantal lacunes; zij hebben of betrekking op een te ver in het verleden gelegen periode, of zij zijn te specifiek gericht op bepaalde categorieën verbruikers/inkomentrekkers.

Indien wij het destijds door de E.G.K.S. georganiseerde budgetonderzoek voor de beperkte groep van werknemers in de kolen- en staalindustrie buiten beschouwing laten, dan kan geconstateerd worden dat internationaal vergelijkbare budgetonderzoeken tot dusverre een onontgonnen gebied zijn gebleven. Het dient dan ook tot een grote verdienste van het Bureau voor de Statistiek der Europese Gemeenschappen gerekend te worden dat thans voor het eerst een poging is gedaan het licht te doen schijnen over het uitgaven- en verbruikspatroon van het grootste deel van de bevolking binnen de E.E.G.-landen.

De opzet van de budgetonderzoeken.

Ten einde de doelmatigheid van het onderzoek te verhogen is het uitgebreide cijfermateriaal ingedeeld naar een aantal criteria welke ruimte laten voor diepgaande analyse. Als grote pluspunten dienen dan ook te worden aangemerkt de mogelijkheid tot internationale vergelijking, de vergelijking van de consumptiepatronen voor een aantal sociale klassen, diverse inkomensgroepen, alsmede verschillende regionale gebieden. Opgemerkt zij echter dat het onderzoek

niet berust op het principe van een representatieve steekproef voor de totale bevolking; de zelfstandigen, de alleenstaanden en de niet-werkenden zijn niet in de beschouwing opgenomen. Daar bij het onderzoek de nationale statistische bureaus uiteraard een zeer belangrijke rol hebben gespeeld, is het duidelijk dat volledige uniformiteit bij het inwinnen van de gegevens niet verwacht kan worden. Hierbij komt nog dat de wijze van verzamelen van de gegevens afgestemd dient te worden op het sociale en culturele peil van de bevolking. Toch biedt, naar het zich laat aanzien, het doelbewuste streven van het Bureau voor de Statistiek der Europese Gemeenschappen naar uniforme criteria voldoende waarborg voor bruikbaarheid bij internationale vergelijkingen.

Binnen de landen is het statistische materiaal gesplitst naar een aantal gezichtspunten. Allereerst naar drie sociale klassen, t.w. landbouwers, arbeiders en employés/ambtenaren. Voor de categorie arbeiders en employés/ambtenaren is voorts een indeling gemaakt naar verschillende inkomens- en verbruiksklassen, terwijl ten slotte voor arbeiders een aantal onderverdelingen naar de gezinsgrootte worden gemaakt. Voor Luxemburg is geen indeling naar gebied (bijv. stads- en plattelandsbevolking) gemaakt, doch het is te verwachten dat voor de grotere landen ook deze verschillen tot uitdrukking gebracht zullen worden. De uitvoering van een dergelijk onderzoek waarbij het aantal onderverdelingen in goederen en diensten zeer gedetailleerd is — een kleine 300 in getal — vergt veel tijd en is dan ook een kostbare aangelegenheid. De techniek van verzamelen en verwerken van de gegevens dient dan ook aan de voor dit doel uitgetrokken middelen te worden aangepast. Dit heeft ertoe geleid dat bij de uitvoering van het budgetonderzoek gebruik gemaakt is van een combinatie van de dure „huishoudboekjesmethode” en de minder kostbare „interviewmethode”. Zoals genoegzaam bekend, hebben beide methoden een aantal specifieke voor- en nadelen.

Een van de bekende nadelen van de „huishoudboekjesmethode”, nl. het gebrek aan administratieve ervaring van de geënquêteerde, heeft ook bij het budgetonderzoek in Luxemburg parten gespeeld. Voorts werd wederom bevestigd dat geënquêteerden liever niet te veel loslaten over zwarte lonen en belastingen. In een aantal gevallen bleef de ontvangst van de enquêteurs beneden het gewenste peil van hartelijkheid. Opmerkingen als in het motto vermeld

¹⁾ Publikatie Budgetonderzoek 1963/1964 Luxemburg, Bureau voor de Statistiek der Europese Gemeenschappen, 1965, blz. 73.

en „Ik geef u twee minuten. Bent u dan nog niet weg dan laat ik de honden op u los”, doen bepaald onvriendelijk aan maar zullen waarschijnlijk niet typisch Luxemburgs zijn. Mocht het aantal huisdieren — in het budgetonderzoek geïnclassificeerd onder „Niet duurzame goederen voor Ontspanning” — in andere E.E.G.-landen hoger liggen, dan zullen de enquêteurs ongetwijfeld moeilijke momenten beleefd hebben.

Bij de enquêtes heeft men zich niet bepaald tot het verzamelen van gegevens omtrent het verbruik en de uitgaven. Hiernaast zijn waardevolle inlichtingen ingewonnen over een aantal „Algemene gegevens betreffende de huishoudingen”. Deze cijfers, wederom ingedeeld naar eerder genoemde criteria (sociale klasse enz.) geven waardevolle informatie omtrent de grootte en type van de woning en het bezit van een groot aantal duurzame gebruiksgoederen, zoals auto, televisietoestel, wasmachine, ijskast, telefoon enz.

Het nut van budgetonderzoeken.

Het instellen van een kostbaar budgetonderzoek heeft in het verleden reeds het grote nut hiervan bewezen. De nuttige functie bij het uitstippelen van het beleid van de nationale overheden, van de lagere publiekrechtelijke organen, alsmede van de E.E.G.-organen ligt voor de hand. Zo verschaffen de resultaten van het onderzoek de mogelijkheid tot verbetering van de nationale voedingsbalansen, welke als basis dienen voor het opstellen van de verwachte voorzieningsbalansen. Voorts kan een groot belang worden toegekend aan de realisering van gecoördineerd budgetonderzoek in de E.E.G.-landen binnen het kader van de door de Commissie nagestreefde sociale en economische politiek. Ten slotte zijn de resultaten van belang voor de Associatie van de Zes met de landen overzee. Zo is bijv. inzicht in de substitutievoorwaarden van bananen en regionaal fruit onmogelijk zonder gedegen kennis van de structuur en ontwikkeling van het verbruik binnen de Gemeenschappelijke Markt.

Naast de publieke sector zal ook voor het bedrijfsleven bij het opstellen van zijn beleidspolitiek het budgetonderzoek terdege goede diensten kunnen bewijzen. Ook hier geldt dat men zich slechts uit kennis van het verleden en heden door synthese en analyse een consistent beeld kan vormen van de marktpotenties in de toekomst. Wel dient ervoor te worden gewaakt dat bij het opstellen van marktprognoses een te grote waarde aan de budgetonderzoekingen wordt gehecht. Immers, zij geven slechts ten dele uitsluitend omtrent het tempo en de richting waarin de consument zijn bestedingspatroon wijzigt. Technologische vooruitgang, wijziging van het aandeel van de vrouw in het productieproces en vele andere factoren dienen op andere wijze te worden opgespoord. Tezamen met deze onderzoekingen biedt echter de mogelijkheid van op specifieke eisen van bepaalde bedrijven of bedrijfstakken gerichte verwerking der resultaten van het budgetonderzoek veel perspectieven. Het is zonder meer duidelijk dat dit vooral het geval zal zijn wanneer de resultaten van de budgetonderzoekingen voor alle E.E.G.-landen ter beschikking staan. Naast vergelijkbaar materiaal binnen de landsgrenzen zal dan een rijke internationale documentatie ter beschikking zijn, welke een paspoort verschaft tot het maken van analyses en het trekken van conclusies inzake mogelijke oorzaken van verschillen in gebruiksgewoonten, van afwijkende inkomens- en substitutie-elasticiteiten.

Indien ervan wordt uitgegaan dat, ondanks de recente strubbelingen binnen de E.E.G., het bedrijfsleven zich in

toenemende mate bij zijn investerings- en verkoopbeleid zal richten over de landsgrenzen heen, zal het nut van een dergelijke verdieping niet in twijfel kunnen worden getrokken. Wat als complement nog nodig is, is het onder één noemer brengen van de geldwaarde van de particuliere uitgaven binnen de E.E.G.-landen met behulp van koopkrachtpariteiten. In het verleden is hier reeds veel werk verricht door de O.E.C.D.-experts en door het Bureau van de Gemeenschappen naar aanleiding van het budgetonderzoek 1956/1957 onder mijn- en staalarbeiders in de E.G.K.S.-landen. Het is te hopen, dat verdere aanpassingen aan het onderhavige budgetonderzoek niet lang op zich zullen laten wachten.

Enkele resultaten van het Luxemburgse budgetonderzoek.

Zonder te pretenderen volledig te zijn, trekt het Bureau voor de Statistiek een aantal algemene conclusies uit het beschikbare cijfermateriaal. De meest interessante conclusies worden ontleend aan de cijferopstellingen, waarbij de uitgaven niet per huishouding, maar per verbruikseenheid zijn uitgedrukt; de huishoudingen worden hierbij dus naar één welvaartsniveau ingedeeld. Aan het begrip verbruikseenheid ligt de gedachte ten grondslag dat de samenstelling en hoogte van het verbruik per gezinlid afhangt van de leeftijd en het geslacht. Door gebruik van bepaalde coëfficiënten kan dus het verbruik van gezinnen van uiteenlopende samenstelling onder één noemer worden gebracht.

Enkele van de belangrijkste algemene conclusies uit het onderzoek volgen hieronder:

1. In de opbouw van het uitgavenpatroon van de groepen arbeiders, landbouwers en employés/ambtenaren zijn — zowel absoluut als relatief — aanzienlijke verschillen te constateren. Deze komen het sterkst tot uitdrukking in de uitgaven voor voeding (incl. dranken en tabak) welke bij arbeiders (41,5 pCt. van de totale uitgaven) aanmerkelijk hoger liggen dan bij de twee andere groepen (34,5 pCt. van de totale uitgaven). De verschillen tussen arbeiders en landbouwers zijn echter meer schijn dan werkelijkheid. Immers, een groot deel van de geconsumeerde voedingsmiddelen wordt door landbouwers zelf voortgebracht. Het verbruik van voedingsmiddelen (incl. dranken en tabak) uitgedrukt als percentage van het totale verbruik van landbouwers wijkt nu weinig af van het aandeel van voedingsmiddelen in de totale uitgaven van arbeiders.

2. De indeling van de consumenten naar het niveau van het verbruik — als indicatie van „welvaart” — demonstreert wederom de werking van de zgn. Wet van Engel. Zoals uit de cijfers van onderstaande tabel blijkt, neemt namelijk het aandeel van de uitgaven voor voeding (incl. dranken en tabak) zowel voor arbeiders als employés/ambtenaren sterk af naarmate het totale verbruik (lees inkomen) toeneemt.

Procentueel aandeel voedingsmiddelen, dranken en tabak in het verbruik per netto verbruikseenheid ^{a)}

Arbeiders		Employés/Ambtenaren	
Verbruiksklasse (in Lux. franks)	Aandeel voedingsmiddelen	Verbruiksklasse (in Lux. franks)	Aandeel voedingsmiddelen
	(in pCt.)		(in pCt.)
< 50.000	48,21	< 65.000	42,56
50.000-65.000	45,03	65.000-85.000	37,22
65.000-80.000	40,04	> 85.000	29,54
> 80.000	34,81	—	—

a) Bij berekening van de netto verbruikseenheden wordt verbruik van kostgangers, personeel e.d. van het aantal bruto verbruikseenheden afgetrokken.

Wat is industrieel marktonderzoek?

Marktonderzoek is reeds oud en zal, zolang er markten bestaan, wel in enigerlei vorm zijn toegepast. De laatste jaren hoort men echter steeds meer spreken over marktonderzoek. Er bestaat bij ondernemers een toenemende bereidheid hiervan gebruik te maken. Op zichzelf kan dit, zeker voor de professionele marktonderzoeker, een verheugend teken zijn. Er bestaat echter het gevaar dat men de waarde en het belang van het marktonderzoek gaat overschatten, hetgeen alleen maar tot teleurstelling kan leiden. Men verkrijgt met name een ongewenste situatie indien uit het marktonderzoek bepaalde prognoses naar voren komen, welke niet binnen de begrenzing, waarin deze altijd gegeven dienen te worden, worden geïnterpreteerd. Het is de marktonderzoeker zelf die moet waken tegen een overspannen verwachting of optimisme. Een op zichzelf nuttig instrument moet op de juiste wijze worden gehanteerd. De marktonderzoeker moet trachten op basis van verzamelde feiten en soms meningen objectieve conclusies te trekken. Dit is een zaak van nauwkeurige analyse en rangschikking. Wij spraken over het verzamelen van feiten. Hier komt veelal de eerste misvatting. Men meent dat marktonderzoek alleen bestaat uit het houden van enquêtes. Feiten kan men evenwel op velerlei wijzen verzamelen, o.a. via een enquête, maar ook door literatuurstudie of bestudering van bedrijfs- of branchegegevens.

De marktonderzoeker trekt conclusies uit het verzamelde materiaal. Er bestaat verschil van mening over de vraag of de taak van de marktonderzoeker hiermede afgelopen is, of dat het ook op zijn terrein ligt aanbevelingen te doen. Hoe het zij, zijn taak is beëindigd zodra sprake is van beleidsvoering. De ondernemer kan op verschillende wijzen de beschikking krijgen over marktonderzoek. Er is de mogelijkheid dat hij een gespecialiseerde medewerker bezit. Hij kan ook gebruik maken van externe specialisten, veelal een markt-

onderzoeksbureau. De plaats van de marktonderzoeker is, om in organisatietermen te spreken, een staffunctie, hetzij intern als personeelslid, hetzij extern als adviseur. Hieruit volgt reeds dat de marktonderzoeker geen beleidsbeslissingen neemt, doch deze mee helpt voorbereiden.

Tot dusverre hebben wij telkens gesproken over marktonderzoek, zonder tot een inhoud en begrenzing van het begrip te komen. Er zijn vele definities gegeven, waarin telkens gemeenschappelijke elementen schuilen. Wij zullen niet trachten een definitie te geven, maar volstaan met aan te geven waarmee marktonderzoek zich bezig houdt. Allereerst komen wij dan op het begrip markt in abstracte zin, t.w.: „het geheel van vraag en aanbod”. De marktonderzoeker richt zijn aandacht op dit geheel van vraag en aanbod met de bedoeling dit te analyseren en om te zien welke factoren hierop van invloed zijn. Het werkterrein van de marktonderzoeker kan op vele deelgebieden gelegen zijn, maar uiteindelijk richt hij zijn aandacht op de markt. Marktonderzoek is een vorm van commercieel onderzoek.

Soorten marktonderzoek: huidige indeling.

Men onderscheidt het marktonderzoek veelal in consumenten-marktonderzoek en industrieel marktonderzoek. Met consumenten-marktonderzoek bedoelt men alle onderzoek betreffende goederen en diensten welke zijn bestemd voor de uiteindelijke consument. Hieronder vallen ook onderzoekingen bij de distributieschakels. Alle andere onderzoekingen, niet consumentenonderzoek, noemt men dan industrieel marktonderzoek. Bij de produkten die zijn bestemd voor directe consumptie is het eerst en het meest volledig marktonderzoek toegepast. Het consumentenonderzoek is dan ook het verst gevorderd en het hoogst ontwikkeld. Dit komt niet in de laatste plaats omdat het aantal personen aan de vraagzijde van de markt hier vrij groot is en gemakkelijk te benaderen. Het is vrij eenvoudig om uit het geheel van personen aan de vraagzijde een aantal te ondervragen en zodoende, mits een en ander op verantwoorde wijze is gedaan, informatie over de markt te verkrijgen. Als één der bronnen van

(vervolg van blz. 289)

3. Een omgekeerd verband als hierboven vermeld, kan duidelijk geconstateerd worden voor de uitgaven voor verkeer. De hoge inkomenselasticiteit van verkeersuitgaven valt waar te nemen bij arbeiders en employés/ambtenaren. Bewogen zich de uitgaven bij de lagere inkomensklasse tussen 5½ en 7 pCt. van de totale uitgaven, voor de hogere inkomensklasse bedraagt het aandeel 14 tot 15 pCt.

Hoewel van minder belang voor algemene beleidsvraagstukken is het misschien interessant ten slotte enkele resultaten te vermelden van het gedane onderzoek naar de besteding van het „zakgeld” van arbeiders, beambten, landbouwers en studenten. Dit onderzoek roept wat de Luxemburgse studenten betreft schrille beelden van deze gemeenschap op: 37 pCt. van het zakgeld werd besteed aan dranken, 23 pCt. aan tabak en 2½ pCt. aan speelgoederen. De komende resultaten van het budgetonderzoek hier te lande zullen aantonen of de Nederlandse student als meer serieus en minder playboy dan zijn Luxemburgse collega de geschiedenis zal ingaan.

Doorn.

Drs. B. H. VAN DER VAART.

(I. M.)



Beleggen in goud

GOLDMINES

Een bloemlezing uit de Zuidafrikaanse goudmijnen. Vraagt inlichtingen of toezending van documentatiemateriaal bij de beheerder Algemene Bank Nederland.

marktonderzoek neemt de enquête bij consumentenonderzoek een belangrijke plaats in. Vandaar misschien de eender gesignaleerde misvatting dat marktonderzoek alleen zou bestaan uit het houden van enquêtes.

Het niet-consumentenonderzoek wordt gerangschikt onder industrieel marktonderzoek. Op zichzelf is dit een negatief criterium en wellicht één der oorzaken dat zo weinig bekend is over dit onderzoek. Als andere oorzaak wordt vaak aangevoerd dat in tegenstelling tot consumenten-marktonderzoek, enquêtes gezien de structuur van deze markten onmogelijk zijn. Wij geloven dat dit argument maar betrekkelijke waarde heeft omdat de zgn. industriële markt te heterogeen van aard is om een dergelijke algemene uitspraak te doen.

Er bestaat weinig literatuur — zeker in de Nederlandse taal — over industrieel onderzoek. In 1964 publiceerde het Bureau Bevordering Marktonderzoek van het Nederlands Instituut voor Efficiency een boekje: „Het Industrieel Marktonderzoek” van Drs. B. van der Meer. In dit boekje wordt getracht de industriële markt nader te analyseren. Op basis van een onderscheiding in de soort der goederen wordt een splitsing gemaakt in de markt voor kapitaalgoederen en de markt voor grondstoffen en halffabrikaten. Deze laatste markt wordt dan nog gesplitst in die t.b.v. produkten voor de industriële markt en die t.b.v. produkten voor de consumentenmarkt. De produkten voor de industriële markt worden nog weer gescheiden in standaardprodukten en specialités. Van der Meer ziet nog enige tussenvormen, zoals de landbouwersmarkt en de institutionele markt (overheid e.d.), waar men ook kenmerken van de consumentenmarkt aantreft.

Soorten marktonderzoek: een nieuwe indeling.

Hoewel op zichzelf de onderscheiding van de industriële markt nuttig is, menen wij dat men tot dusverre het niet-consumentenonderzoek ten onrechte tracht te vangen onder het begrip industrieel marktonderzoek. Het begrip industrieel marktonderzoek is te beperkt, zoals reeds uit het bovenstaande bleek toen de landbouwers onder dak gebracht moesten worden. Wij willen trachten het marktonderzoek op andere wijze in te delen. Daartoe gaan wij terug naar het begrip markt. Men kan zich afvragen waar de markt zich bevindt. Bekend uit de economie is het begrip bedrijfskolom. Men bedoelt daarmee de keten van bedrijfshuishoudingen welke zich bevinden tussen de eerste producent (oerproducent) en de uiteindelijke consument van een bepaald goed. Tussen de verschillende bedrijfshuishoudingen in de bedrijfskolom bevinden zich markten, waar bij zich dus het werkterrein van de marktonderzoeker begint af te tekenen. In de bedrijfskolom zien wij een aantal fasen. Allereerst wordt het produkt als grondstof verzameld, vervolgens bewerkt en dan — in bewerkte vorm — gedistribueerd. Het is een prachtig schema dat voor vele produkten opgaat, maar juist niet voor de niet-consumptiegoederen. Bepaalde grondstoffen en de zgn. kapitaalgoederen bereiken de consument niet direct, maar dienen ter voortbrenging van consumptiegoederen.

De begripsvaagheid ligt o.i. hierin dat men veelal onderzoek voor consumptiegoederen gelijkstelt aan consumentenonderzoek. Gemakshalve noemt men onderzoeken bij de distributieschakels, bijv. de detaillist en grossier, dan ook consumentenonderzoek. Strikt genomen moet men het marktonderzoek onderscheiden naar

Van hoog tot laag

Er zijn verschillende uitgangspunten om een kantoor in te delen. Hiërarchisch — directeuren bij elkaar, staffunctionarissen, lager administratief personeel, expeditie. Of communicatief — mensen die met elkaar te maken hebben zitten binnen elkaars bereik. Of quasi-democratisch — iedereen, van president tot loopjongen, in één immense zaal. Deze laatste methode is favoriet bij Amerikaanse banken, doch wordt hier zelden toegepast.

De voorkeur voor een bepaald systeem is een directionele beleidskwestie. Ik zou er alleen voor willen pleiten om binnen dat systeem de scheidslijnen tussen hoog en laag, zoals die tot uitdrukking komen in het interieur, wat minder schrijnend te maken.

Dat er een gradatie is, uitstekend. Een typekamer heeft een andere stijl, is minder luxueus en comfortabel dan een directeurskamer. Maar daarom hoeven die aardige meisjes toch niet in een koel, grauwestalen hok te zitten. Veel gezelliger is weinig duurder. En u zult eens merken hoe belangrijk die sfeer is bij uw personeelsswerving.

Han Grenter

Bureau voor binnenhuisarchitectuur
Herenstraat 11-13, Voorburg, Tel. (070) 86 35 24
Willemstraat 23, Rijswijk, Tel. (070) 90 33 54

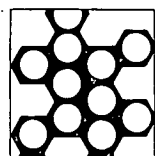
(I. M.)

de aard van de goederen, welke op de diverse markten worden verhandeld en naar de fase van de bedrijfskolom, waarin deze goederen zich bevinden of waarop men zijn onderzoek richt. Men komt dan tot een hoofdonderscheid van achtereenvolgens onderzoek van consumptiegoederen, grondstoffen, halffabrikaten en kapitaalgoederen. Een nadere detaillering is dan mogelijk in bijv. consumentenonderzoek, detaillistenonderzoek, grossiersonderzoek, industrieel onderzoek en agrarisch onderzoek.

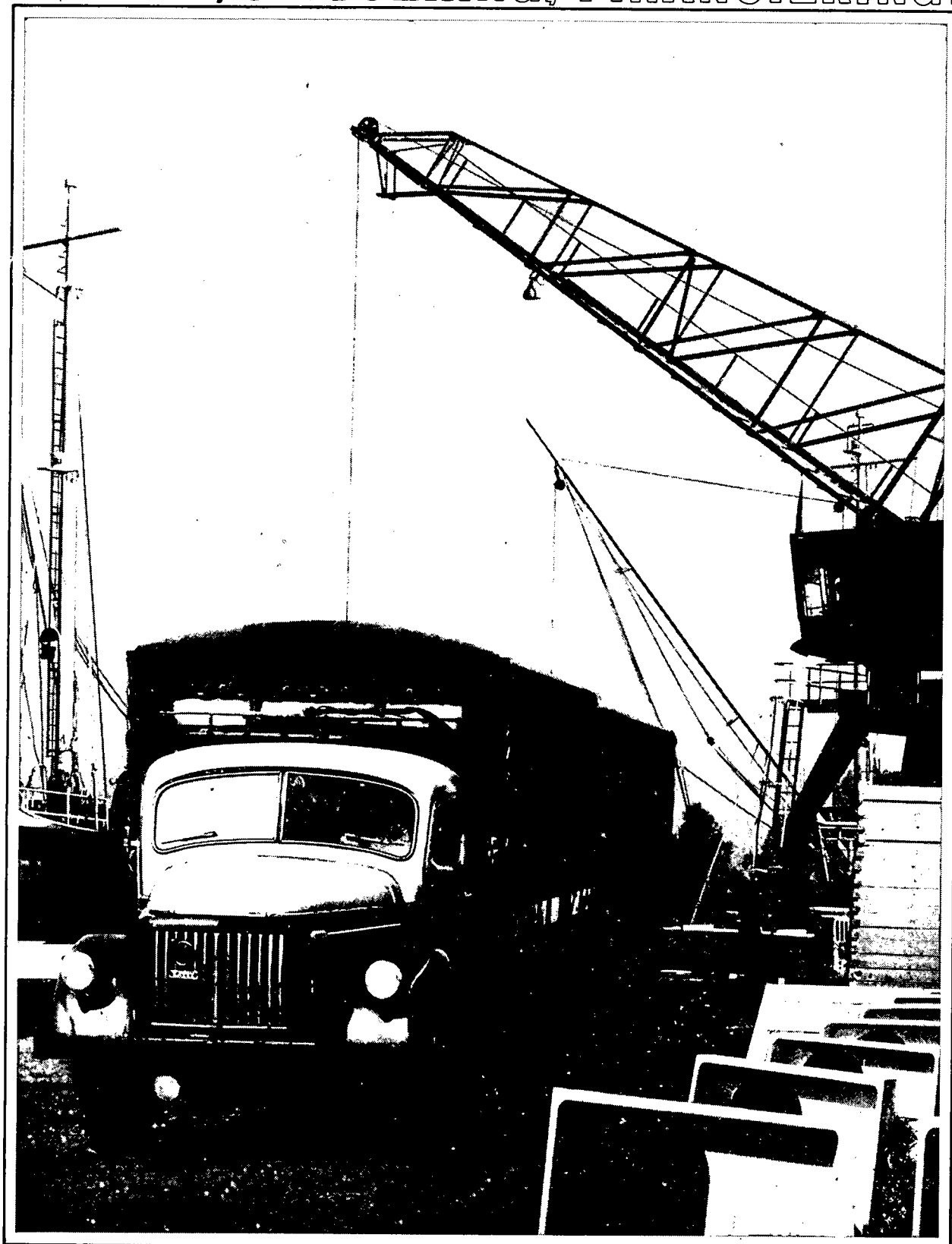
Op deze wijze kan men ook van industrieel onderzoek spreken bij consumptiegoederen. Anderzijds zal men in staat zijn het huidige verzamelbegrip industrieel onderzoek nader te specificeren. Het komt nu veelvuldig voor dat men het heeft over industrieel onderzoek, waanbij een ieder over iets anders blijkt te spreken. Agrarisch onderzoek is iets anders dan bijv. onderzoek in de markt voor een chemische grondstof of de markt voor gespecialiseerde machines. De markten voor niet-consumptiegoederen hebben alle gemeen, dat de marktonderzoeker zich vaak moeizaam met de problemen van het produkt vertrouwd kan maken. Hiermee is wellicht de belangrijkste reden gegeven waarom marktonderzoek voor kapitaalgoederen, grondstoffen en halffabrikaten pas vrij laat tot ontwikkeling gaat komen.

Breukelen.

Drs. B. G. KLEIN WASSINK.



WOON-EN WERKRUIMTE VRAAGT: ONTWIKKELING, FABRICAGE, **HANDEL**, UITVOERING, FINANCIERING!



VERENIGDE BEDRIJVEN BREDERO N.V. NIEUWE GRACHT 6 · UTRECHT · TELEFOON 030-16481

In een vorig artikel heeft de schrijver enige principes vastgesteld, die gelden bij de toepassing van televisiereclame en gebaseerd zijn op de algemene uitgangspunten, die bij de inzet van reclamemedia in acht dienen te worden genomen. Hij heeft naast enige andere aspecten naar voren gebracht, dat het T.V.-zendernet Nederland I primair in aanmerking dient te komen, aangezien door middel daarvan een voldoende nationaal bereik mogelijk is en voorts dat bij het vaststellen van de minuutprijs enige criteria gelden die niet kunnen worden veronachtzaamd. In dit artikel gaat hij verder op de materie in en concludeert hij o.a. dat de regering intussen tot het juiste reclamezendensysteem heeft besloten. Ten slotte stelt hij, dat bij het bepalen van tariefdifferentiaties eerst een zgn. theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde T.V.-toestellen moet worden gecalculleerd, die de vergelijking van de Duitse tarieven kan doorstaan. Duitsland is namelijk op het gebied van T.V.-reclame onze enige concurrent, o.a. gezien de toenemende invloed van de Duitse T.V.-reclamezenders in ons land.

Er is meer dan een jaar verstreken sinds ons artikel „Principiële uitspraken over televisiereclame” in dit tijdschrift verscheen¹⁾. In die tijd zijn de politieke besluiten genomen en zijn er enkele andere vorderingen gemaakt op het pad dat leidt naar reclame op het televisiescherm, dat wel eens oneerbiedig „schelvisoog” wordt genoemd. Dat geïnteresseerden in dit onderwerp op de hoogte te houden, is het wenselijk in het huidige stadium een aantal aspecten naar voren te brengen en van kanttekeningen te voorzien.

Het politieke aspect.

Het geeft goede hoop, dat de Minister van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk bij de politieke behandeling de belangen van de drie bij televisie- en radioreclame betrokken partijen, nl. de kijker/luisteraar, de adverteerder en de programmamaatschappij in het oog heeft gehouden. Een kenmerkend feit daarvoor is, dat hij voor televisiereclame het zgn. Beierse systeem heeft afgewezen, omdat het niet voldoet aan de te stellen eisen. Hij heeft, hoewel misschien om politieke redenen aarzelend, het door ons verdedigde zgn. Nederlandse reclamezendensysteem geaccepteerd. Dit wordt duidelijk, indien wij de daartoe strekkende zinsneden in Kamerstukken en uitspraken gedurende het Kamerdebat citeren.

In de Nota betreffende het Omroepbestel no. 8099 schrijft de Minister op blz. 6, tweede kolom:

„De reclame zal in het overgangsbestel worden uitgezonden in blokken van bijv. 1 à 3 minuten voor en na de nieuwsuitzendingen en duidelijk onderscheiden van de programma's. De adverteerder kan in beginsel hierbij kiezen in welk van deze blokken hij zijn reclame wenst. Een en ander maakt tariefdifferentiatie mogelijk. Ook kan bij deze opzet van de reclame door het bedrijfsleven rekening worden gehouden met de kijkdichtheid en de aard van het op bedoelde tijdstippen luisterende en kijkende publiek”.

In de Memorie van Antwoord op deze Nota luidt het op blz. 12, tweede kolom:

„Met de zin, dat er reclame in het overgangsbestel zal worden uitgezonden in blokken van b.v. 1 à 3 minuten voor en na de nieuwsuitzendingen en duidelijk onderscheiden van de programma's, is een der regelmatig terugkerende programma-onderdelen beoogd waarvoor in het rapport van de Pacificatie Commissie de voorkeur wordt uitgesproken. De frequentie en de duur van nieuwsuitzendingen is overigens geen vast gegeven en hiermede

¹⁾ Zie „E.-S.B.” van 10 februari 1965.

Op de drempel van televisiereclame

kan naar bevind van zaken worden gehandeld. Kortere en meer nieuwsuitzendingen zijn in beginsel mogelijk”.

En verder op blz. 13, eerste kolom:

„Voorts bestaat er uiteraard verband tussen de kijkdichtheid, de aard van het publiek op een bepaald moment en de mogelijkheid van gedifferentieerde prijsstelling”.

Tijdens het Kamerdebat is door de Minister nog meer reliëf gegeven aan de bedoeling om de reclameboodschappen over de gehele zendtijd te spreiden. Volgens het Schriftelijk Verslag verklaarde hij naar aanleiding van vragen van enige Kamerleden over de verdeling van de reclametijd in blokken van 1 à 3 minuten rond de nieuwsuitzendingen het volgende:

„Ik wil erop wijzen, dat voor deze tirade in de Nota en in de Memorie van Antwoord voortdurend staat „bij voorbeeld”, waarmee is aangegeven, dat dit geen wet van Meden en Perzen is. Het is duidelijk, dat de nadere uitwerking ook in dit opzicht zal berusten — althans in de opvattingen van de regering — bij de Stichting en de Reclameraad, die straks daarvoor aan de gang zullen moeten gaan.

Dat geldt trouwens ook voor tal van andere vraagstukken, die, dacht ik, op dit ogenblik niet van zijnde aard door de regering kunnen worden geregeld. Wanneer men stelt, dat een andere indeling buiten de nieuwsprogramma's nodig of gewenst is, dan vind ik dat zeker alleszins het overwegen waard. Ik kan mij bij voorbeeld voorstellen, dat zich daarvoor vaste momenten zullen voordoen bij bepaalde middaguitzendingen, zoals vrouwenprogramma's en dergelijke.

Ik kan mij ook voorstellen, dat er bij andere programma-onderdelen nog enige mogelijkheden zullen bestaan. De bedoeling is bepaald wèl — dat is ook het criterium geweest bij het noemen van de nieuwsuitzendingen — dat osmose tussen de reclame-uitzending en het programma zelf zoveel mogelijk wordt voorkomen. Ten aanzien van een bij uitstek neutraal element als de nieuwsuitzendingen is, naar mijn mening, het osmosegevaar niet bijzonder relevant”.

Het is dus bijzonder duidelijk dat de Minister er geen bezwaar tegen heeft, dat de reclame in natuurlijke onderbrekingen over de gehele zendtijd wordt gespreid en niet uitsluitend rondom nieuwsprogramma's wordt geconcentreerd, vooropgesteld, dat osmose tussen reclame en programma's zekert wel mogelijk wordt vermeden. Wat dit laatste betreft, erkent hij echter in de Memorie van Antwoord, blz. 12, tweede kolom:

„Wel laat zich thans reeds vaststellen, dat de kijkdichtheid tijdens de laatste nieuwsuitzending sterk afhankelijk is van het voorafgaande programma”.

Het zal de lezer duidelijk zijn dat dit eveneens betrekking heeft op alle programma's voor en na alle nieuwsuitzendingen. Hiermede wordt verklaard dat, zodra men reclame tussen de televisieprogramma's accepteert, de kijkdichtheid van de programma's voor en na de reclame-uitzendingen invloed heeft op de kijkdichtheid van de reclame-uitzendingen. Hieraan is eenvoudig niet te ontkomen. Welk bezwaar daaraan kleeft is voor ons een raadsel. Het is waarschijnlijk het spookbeeld, dat in vroeger tijden is opgeroepen door degenen die tegen de invoering van televisiereclame waren. Sindsdien zijn de zaken echter drastisch veranderd, gegeven de stemming in de Tweede Kamer over dit onderwerp. In ieder geval geven de politieke beslissingen de Stichting en de Reclameraad voldoende duidelijke aanwijzingen over de wijze, waarop de reclame dient te worden ingezet.

Geleidelijk beginnen.

Het is een voor het bedrijfsleven onbegrijpelijke en moeilijk verteerbare zaak, dat, nadat in de Nota voor het Omroepbestel is gesproken over maximaal 15 minuten televisiereclame per zender per dag, de start geleidelijk zou moeten plaatsvinden. Zie het Schriftelijk Verslag, Kameringzitting 7 juli 1965, waar staat:

„Ik moet erop wijzen dat door het gebruik van het woord „maximum” in de regeringsverklaring en de nota de mogelijkheid voor de nader aangegeven geleidelijkheid aanwezig is. Het is echter bepaald nuttig gebleken, dat ik na de reacties van de Kamer daaromtrent in dit opzicht een verduidelijking heb kunnen aanbrengen. Als men mij vraagt met hoeveel minuten aanstonds zal moeten worden begonnen, ben ik van mening, dat daarbij de vraag naar zendtijd alleen niet maatgevend zal kunnen zijn”.

Wij zouden daaraan willen toevoegen, dat inderdaad ook andere aspecten van de vraag naar zendtijd belangrijk kunnen zijn. Eén daarvan is dat de reclamemakende onderneming in het kader van haar beleid in de gelegenheid behoort te zijn, een reclamemedium dat ter beschikking is, naar behoefte te gebruiken. Worden daarvoor beperkingen gesteld, dan zal dit economisch een terugslag hebben op dit beleid. Er kan namelijk niet als aanvulling worden verwezen naar andere reclamemedia, omdat nu eenmaal niet ieder reclamemiddel geschikt is voor het overbrengen van iedere reclameboodschap. Anders gezegd: wanneer een fabrikant bijv. door middel van demonstratie zijn produkt op korte termijn moet verkopen (wat bijv. het geval is bij vriesprodukten) dan zal een tekort aan televisiereclamezendtijd voor hem een grote handicap betekenen, omdat andere reclamemedia niet als remplaçant of aanvulling kunnen dienen.

Daarom zal het bedrijfsleven de uitspraak van maximum 15 reclamezendminuten per zender per dag eigenlijk eerder als een minimum willen zien, zeker wanneer men bedenkt dat de T.V.-zender Nederland II als gevolg van het beperkte bereik voorlopig nog weinig geschikt voor reclame zal zijn. Daar komt nog bij, dat het programma te onvolledig is. Het kent bijv. praktisch nog geen nieuwsuitzendingen, behalve dan die van 1 à 2 minuten aan het begin en het einde van de uitzendtijd. Er zal dus door het bedrijfsleven sterk op moeten worden aangedrongen om van het begin af aan de door de regering bedoelde maximum reclamezendtijd volledig te gebruiken.

Technische aspecten.

Sinds Minister-President Cals aankondigde dat televisie- en radioreclame omstreeks oktober 1965 zou starten, zijn

een aantal ondernemingen verplicht geweest o.a. uit concurrentie-overwegingen zich snel voor te bereiden. Zij hebben hun marketingpolitiek min of meer drastisch moeten herzien en o.a. reclamefilms laten vervaardigen. Dit laatste moest geschieden zonder kennis te hebben van de technische gegevens, zoals filmlengten, filmbreedten enz. Intussen wordt de start maand na maand uitgesteld zonder dat de verantwoordelijke autoriteiten over deze ontwikkeling een duidelijk standpunt kenbaar maken. Men fluistert reeds, dat het oktober 1966 zal worden en men beseft niet in welke moeilijkheden men door dit lange uistel het bedrijfsleven brengt. Vele van de vervaardigde reclamefilms zullen waardeloos zijn, doordat de inhoud ervan niet meer actueel is en geplande verkoopacties zullen niet kunnen doorgaan.

Er wordt wel zeer lichtvaardig met de belangen van het bedrijfsleven omgesprongen. Wij schatten dat ten gevolge van deze vage situatie intussen reeds enige miljoenen guldens verloren zijn gegaan, nog daargelaten de energie die is verspild aan de creatie en uitvoering van de reclamefilms. De reclamebureaus kunnen hierover meespreken. Laat men als eerste daad de definitieve startdatum bekend maken. Het bedrijfsleven kan niet zonder een exacte planning. De belangen die daarmee gemoeid zijn, kunnen niet hoog genoeg worden aangeslagen.

Het tarief-aspect.

Over dit punt hebben wij reeds een voorlopige mening gegeven in ons in de aanhef genoemde artikel en wij kwamen toen tot een benadering van 6.000 reclameminuten per jaar op T.V. Nederland I met een totaal aan inkomsten uit televisiereclame van f. 30 à f. 40 mln. per jaar. Er is nu besloten, dat maximaal 15 minuten T.V.-reclame per zender zal worden toegestaan, exclusief des zondags, waardoor voorlopig per jaar 4.500 televisiereclameminuten per zender zullen kunnen worden ingezet. Intussen zijn wij na een uitvoerige studie in staat een meer exacte theorie op te bouwen. Wij zouden daarvoor de hieronder volgende uitgangspunten willen stellen:

Basis minuutprijs.

1. Het is wenselijk een zgn. theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde T.V.-toestellen vast te stellen, die als basis moet dienen voor de tarieven. Op deze tarieven kunnen dan kwantiteitskortingen en eventuele toeslagen worden toegepast. De minuutprijs dient gebaseerd te zijn op een soortgelijke prijs als in West-Duitsland, het land waarmee wij in de meest directe relatie staan wat T.V.-reclame betreft en waar eveneens de inkomsten voor T.V. worden verkregen uit kijk- en reclamegeld. Voor ons land wordt deze prijs gerelateerd aan het gemiddeld percentage ingeschakelde T.V.-toestellen gedurende de natuurlijke programma-onderbrekingen over een langere periode, bijv. een half jaar.

— In verband met de minuutprijs per 1.000 ingeschakelde toestellen in West-Duitsland zij opgemerkt dat de kosten voor het vervaardigen van T.V.-reclamefilms (de produktiekosten) daar relatief lager liggen, gezien het groter aantal T.V.-toestellen, dat met een film in dat land wordt bereikt. De verhouding Nederland : West-Duitsland is ca. 1 : 5. Het is redelijk dat in ons land de adverterende ondernemer hiervoor een compensatie wordt gegeven via de minuutprijs.

— B.U.M.A.-rechten zullen voor rekening van de zendtijdverkopende instantie dienen te komen.

— Het herleiden tot Nederlandse valuta van de buiten-

landse theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde T.V.-toestellen dient te geschieden tegen de wisselkoers (1 DM = f. 0,905).

2. De standaardrekenenheid dient 60 seconden te zijn, terwijl er geen redenen aanwezig zijn om voor reclameboodschappen, die delen van 60 seconden uitmaken een relatief hogere prijs vast te stellen. Een zuiver proportionele prijs voor delen van minuten lijkt het billijkst: de lengte van de reclamefilms wordt immers bepaald door de daarin vervatte reclameboodschap.

Prijsdifferentiatie.

1. De tarieven per T.V.-zendernet dienen afzonderlijk te worden vastgesteld, zodat een reclamemakende ondernemer keuzemogelijkheid geboden wordt. Op deze wijze zullen zoveel mogelijk verschillende adverteerders van elk zendernet afzonderlijk gebruik kunnen maken.

— De normen voor een prijsstelling per zendernet dienen te zijn gebaseerd op normale omstandigheden, zoals deze aanwezig zullen zijn wanneer televisiereclame volledig zal zijn ontwikkeld, zoals in de Kamerstukken is vastgelegd (ca. 15 minuten reclame per zender per dag, gespreid over de gehele zendtijd). Naar buitenlands voorbeeld zal uiteindelijk maximaal 10 pCt. T.V.-reclame per uur kunnen worden toegestaan.

2. Bij het bepalen van de theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde toestellen voor een nationaal zendernet dient er reeds rekening mee te worden gehouden, dat deze nationale prijs als basis zal moeten dienen voor de afgeleide prijzen van regionale reclame-uitzendingen, zonder dat een prijsdiscrepancie tussen nationale en regionale T.V.-reclame ontstaat. Hieromtrent zij verwezen naar het desbetreffende rapport van de Raad voor het Midden- en Kleinbedrijf.

3. Als maatstaf voor de differentiatie wordt uitgegaan van het Nederlandse reclamezendensysteem, zoals dit door de regeringsbesluiten is bedoeld en door adverteerders en reclamebureaus in Nederland wordt voorgestaan. Dit systeem bestaat o.a. uit het spreiden van de reclameboodschappen over de gehele zendtijd.

4. De uitzendtijd over de gehele dag zal dienen te worden onderverdeeld in zgn. tijdsegmenten, die natuurlijk elk een verschillend gemiddelde bereikpercentage hebben. Aan de hand van dit percentage en de zgn. theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde T.V.-toestellen, wordt de werkelijke (absolute) minuutprijs per tijdsegment bepaald. Naar analogie van het buitenland lijken drie tijdsegmenten per avond voldoende te zijn.

5. Om voor dit alles de gegevens te verstrekken zal uitgegaan moeten worden van twee onderzoekstechnieken,

die wij hierna zullen bespreken. Er wordt aangenomen, dat de aan de onderzoekingen verbonden kosten voor rekening zullen komen van de reclamezendtijd verkopende instantie.

Met inachtneming van deze uitgangspunten, exclusief die wat betreft de produktiekosten, is aan de hand van onderstaande tabel de grondslag voor de theoretische standaardminuutprijs per 1.000 ingeschakelde toestellen te berekenen.

Wanneer wij het aantal gemiddeld ingeschakelde toestellen in het eerste kwartaal 1965 (Infratam-onderzoekgegeven: 44½ pCt. van de ca. 10,7 mln. geregistreerde toestellen) betrekken op de minuutprijs voor 1966, dan blijkt de gemiddelde minuutprijs per 1.000 ingeschakelde toestellen DM 11,59 (f. 10,49) te zijn.

De Duitse prognoses voor 1966 rekenen met gemiddeld 12,2 mln. geregistreerde T.V.-toestellen, waarvan gemiddeld 40,2 pCt. ingeschakeld zal zijn. Relateren wij deze gegevens aan de minuutprijs voor 1966, dan volgt hieruit een gemiddelde minuutprijs per 1.000 ingeschakelde toestellen van DM 11,25 (f. 10,18). Vanzelfsprekend inclusief 15 pCt. commissie voor de reclameadviesbureaus, zoals ook in Duitsland usance is.

Wat voorts de Nederlandse prognoses betreft, deze rekenen voor 1966 met gemiddeld 2,3 mln. geregistreerde T.V.-toestellen.

Onderzoekaspecten.

Met de beslissing tot het invoeren van televisie- en radio-reclame in ons land ontstond de behoefte aan onderzoekingen, die afgestemd zijn op de specifieke eisen, die de reclame stelt, met name om aan de hand van de jit onderzoek verkregen gegevens de nieuwe reclamemedië efficiënt te kunnen inzetten voor het overbrengen van de reclameboodschappen. Deze eisen bepalen zich tot:

a. het kijk- en luisterbereik, d.w.z. het aantal toestellen dat per tijdeenheid is ingeschakeld;

b. de kijk- en luisterdichtheid, of wel het aantal personen, dat een programma resp. de reclame heeft gezien/ gehoord;

c. de kijkerscompositie, waarmede wordt bedoeld de samenstelling van het kijkend resp. luisterend publiek, onderverdeeld in klasse, leeftijd, woongebied enz.

In andere landen zoals Amerika, Engeland en Duitsland, waar televisiereclame mogelijk is, zijn technieken in toepassing die hun waarde hebben bewezen. Het onder punt a bedoeld bereik wordt langs mechanische weg gemeten door middel van meters. De dichtheid genoemd onder punt b wordt geconstateerd via een zgn. dagboek dat door een panel van daartoe geselecteerde personen wordt ingevuld. Ten slotte wordt de kijkerscompositie bepaald door definiëring van de kijkende resp. luisterende personen van het

Duitse televisiezendtijd-tarieven (A.R.D.)

Gemiddelde tarieven per 60 seconden (in DM) per 1966

A.R.D.-zenders (eerste net)	Aantal T.V.-toestellen (× 1.000) per 1 mei 1965	60 sec.		Gem. tarieven per 60 sec. 1966
		A-tijd 1966	B-tijd 1966	
N.D.R./Radio Bremen	2.350,6	6.000	12.000	10.500
W.D.R.	3.439,0	22.000	22.000	22.000
Hessen	923,7	2.600	4.200	3.400
Süddeutscher Rundfunk/Südwestfunk	1.762,9	5.700	8.200	7.367
Saar	208,7	2.500	2.500	2.500
Bayern	1.475,2	4.800	6.200	5.850
Sender Freies Berlin	539,4	2.000	4.000	3.500
Totaal alle zenders	10.699,5	45.600	59.100	55.117

De gemiddelde tarieven zijn gebaseerd op het totaal aantal reclameminuten, dat tegen de A- resp. B-tarieven wordt berekend.

genoemde panel. Dit panel is natuurlijk sociografisch uiterst zorgvuldig geselecteerd. Met de resultaten van deze onderzoekstechnieken en een inzicht over langere termijn van de te verwachten programmatypen moet het reclameadviesbureau in staat worden gesteld de meest geschikte reclame-tijden te bepalen voor het overbrengen van de reclameboodschap voor een bepaald produkt.

De Intometer.

In het buitenland wordt algemeen voor de mechanische meting naar het kijkbereik de zgn. TAM-meter gebruikt, die in Engeland en Duitsland wordt geëxploiteerd door Television Audience Measurement Cy. De techniek is dat op een tape, door middel van een op een T.V.-ontvangtoestel gemonteerde meter verbonden aan een tijd klok, per minuut de tijden worden vastgelegd, wanneer het toestel is ingeschakeld geweest. In dezelfde gezinnen waar deze TAM-meter aanwezig is, wordt ook het reeds genoemde dagboek bijgehouden; daarvoor is mede een controle mogelijk op de betrouwbaarheid van het invullen van deze dagboeken.

Door het Instituut voor Toegepast Marktonderzoek Intomar te Hilversum is kortgeleden in samenwerking met N.V. Electrologica te Voorburg een meter ontwikkeld die dezelfde gegevens, doch door middel van een andere techniek, kan produceren. De werkwijze van het apparaat, dat niet op een tijd klok is ingeschakeld, is als volgt:

— Tegelijk met de uitzendingen worden voor elk programma-onderdeel een of meer verschillende audio-frequente codes meegegeven. Deze codes worden door een geautomatiseerde signaalapparatuur gegeven.

— Het identificeren door middel van codes kan plaatsvinden voor elk willekeurig programma op elk willekeurig moment, waarop dat wenselijk is.

— De aldus uitgezonden door het T.V.- of radiotoestel ontvangen audio-frequente codes worden door de INTOMETER geregistreerd.

— Een commando-code gaat steeds aan de programma-codes vooraf, waardoor de magnetische band in de meter wordt gestart. Op een tweede commando-code, gegeven na de programma-codes, stopt de meter automatisch enz.

— De magnetische banden van de INTOMETER worden, zoals bij de TAM-meter, eenmaal per week door een enquêteur verwisseld.

— Een speciaal ontworpen en aan de computer gekoppelde centrale verwerkingseenheid zet de audio-frequente codes met grote snelheid om in voor de computer begrijpelijke taal, zodat geen coderen of ponsen behoeft plaats te vinden.

— Elke INTOMETER-band bevat een codering van het betreffende gezin om detailleringen naar kenmerken te kunnen maken.

— De gehele verwerkingsprocedure van ruim 1.700 banden vindt in enkele uren plaats.

Aannemende dat het apparaat aan de technische eisen voldoet en dat voldoende controlemogelijkheden aanwezig zullen zijn, is het afhankelijk van de audio-frequente codes, die met de programma's worden uitgezonden. Er zal echter een moment aanbreken en dit is niet veraf, dat in een aantal Nederlandse gezinnen een bijna Amerikaanse situatie ontstaat. Men zal dan 4 à 5 T.V.-zenders en 4 à 5 radiozenders met reclameboodschappen tegelijk in deze gezinnen kunnen ontvangen. En dit aantal gezinnen zal toenemen naarmate het straalbereik van de zenders groter wordt

en steeds meer toestellen zullen worden ingeschakeld op het Centraal Antenne Systeem. Het zal essentieel zijn, wil de INTOMETER aan de eisen voldoen, dat alle buitenlandse zenders, die in ons land kunnen worden ontvangen, eveneens deze audio-frequente codes gaan uitzenden. Wij wensen Intomart succes toe met het verkrijgen van de medewerking van deze zenders.

Het ligt in de bedoeling in een panel van 1.000 gezinnen de INTOMETER te gaan gebruiken, waarvan 1.000 exemplaren te bevestigen aan een radiotoestel en 700 exemplaren aan een T.V.-toestel. Verder zijn er, in afwijking van de TAM, twee *afzonderlijke* panels van elk 1.500 personen, die een dagboek bijhouden inzake het kijken/luisteren naar de uitgezonden programma's en t.z.t. ook naar de uitgezonden reclameboodschappen.

De marktonderzoekdeskundigen van de Stichting voor het Uitzenden van Reclame, in overleg met die van de Bond van Adverteerders B.V.A. en de Vereniging voor Erkende Advertentiebureaus V.E.A., zullen moeten uitmaken aan welk mechanisch systeem de voorkeur zal dienen te worden gegeven. De reclamemedia-deskundigen verwachten, dat hun al die gegevens ter beschikking zullen worden gesteld, die zij nodig hebben voor de prognoses van de meest geschikte reclametijden. In ieder geval mogen de tot nog toe getoonde activiteiten van Intomart lovenswaardig worden genoemd.

Radio-aspecten.

Ten slotte willen wij nog speciaal enkele woorden wijden aan de radioreclame. Over dit reclamemedium wordt er vakkringen weinig gesproken. Waarschijnlijk omdat er onvoldoende gegevens bestaan, waaraan men een voorbeeld kan nemen. Radio Luxemburg en Radio Veronica zijn de enige Nederlandstalige reclameradiozenders, die het oor van het Nederlands publiek bereiken. De programma-structuren van deze zenders zijn echter a-typisch t.o.v. de drie Hilversumse zenders.

Er zijn twee zaken van primair belang die om een duidelijke uitspraak vragen: het zendstelsel en de tariefstelling. T.a.v. het eerste punt blijkt bij nadere beschouwing dat 24 reclameminuten per radiozender per dag wel nooit zullen kunnen worden gerealiseerd. In tegenstelling met televisiereclame kan slechts één radioreclameboodschap per programma-onderbreking worden ingezet, omdat radio alleen auditief is en dus zeer vluchtig van karakter. Twee of drie reclameboodschappen achtereen zouden elkaar zoveel afbreuk doen, dat de reclamewaarde tot een laag punt zou dalen. Dus zelfs wanneer in alle natuurlijke programma-onderbrekingen reclame zou worden opgenomen, zouden vele reclameminuten niet kunnen worden ingezet. Radioreclame is overigens in vele gevallen een reclamemedium voor de kleinere ondernemers, die niet gewend zijn grote bedragen in reclame te investeren. De secondenprijs zal daarom niet te hoog mogen zijn, temeer daar alleen bij grote frequentie der reclame-uitzendingen op voldoende succes mag worden gerekend. Dit impliceert dat van de inkomsten uit radioreclame geen te grote verwachtingen mogen worden gekoesterd.

Rotterdam.

Commissie Televisiereclame V.E.A.
J. WOERLEE.

(I. M.)

Risicospreiding en deskundig beheer: aandelen

Dit is het eerste deel van een artikel, gewijd aan economische, culturele en maatschappelijke aspecten van het technificatieproces in de Westerse samenleving. De algemene teneur is: techniek en welvaart kunnen niet zonder meer worden „geëxporteerd” naar en „overgeplant” in ontwikkelingslanden, daar deze landen de Westerse cultuur-historische achtergronden van het proces van technische en economische vooruitgang missen en een geheel andere historische ontwikkeling vertonen. In dit deel bespreekt schrijver de visies van verschillende Westerse cultuurcritici op de technische vooruitgang en laat hij zien hoe sommige landen (Turkije en China) oorspronkelijk weigerden de technische vooruitgang ruim baan te geven. Aan de hand van enige voorbeelden toont schrijver ten slotte aan dat technische vooruitgang geen onmiddellijke maatschappelijke en geestelijke vooruitgang inhoudt.

Techniek, economische groei en maatschappelijke ontwikkeling

(I)

Het karakter van onze moderne Westerse samenleving is voor een belangrijk deel bepaald door de techniek. In ontwikkelingslanden, waar men een open oog heeft voor de beslissende rol van de techniek in de economische groei, blijkt men toch vaak onvoldoende begrip te hebben voor het feit, dat de technische ontwikkeling zoals wij die in West-Europa kennen, niet los te denken is van een bepaald cultuurpatroon. In Engeland bestonden gunstige voorwaarden voor de industriële revolutie in de 19e eeuw: grondstoffen, voldoende goedkope arbeidskrachten, kapitaal en een bloeiende overzeese handel. Doch soortgelijke voorwaarden bestonden ook in andere landen zonder dat de industrie hier tot een ontwikkeling van enige importantie kwam.

De invloed van de maatschappelijke veranderingen — vooral sinds 1870 — kan men zich duidelijker voor ogen stellen, wanneer men nagaat hoe onze voorouders in het verleden, in een tijd van voorspoed als de Gouden Eeuw, leefden. Kinderarbeid kwam veelvuldig voor. Toen de textiel een hausseperiode beleefde, „importeerden” de Leidse patroons meer dan 4.000 kinderen uit Luik, aldus Zumthor ¹⁾. Tekenend is een bepaling van 1646 volgens welke het verboden is kinderen langer dan veertien uur per dag te laten werken! In Leiden woonden omstreeks 1640 de meeste arbeiders in krotten, waar strozakken het belangrijkste meubilair vormden. Ook in de Gouden Eeuw was het niet alles goud wat er blonk.

Zimmerman schrijft, dat het inkomen per hoofd van de bevolking in Engeland in het begin van de 18e eeuw niet hoger was dan het heden ten dage in Zuid-Oost-Azië is ²⁾. Aan het einde van de 17e eeuw zou het inkomen per hoofd van de bevolking in Engeland en Holland niet meer dan \$ 60, in Frankrijk slechts \$ 50 hebben bedragen. Zimmerman concludeert, dat aan de vooravond van de industriële revolutie de Westerse landen even arm waren als de arme landen dat vandaag nog zijn.

¹⁾ P. Zumthor: *La vie quotidienne en Hollande au temps de Rembrandt*. Paris 1960 (Ned. vert.: *Het dagelijks leven in de Gouden Eeuw*, Prisma-pocket).

²⁾ L. J. Zimmerman: *Arme en rijke landen*. 's-Gravenhage 1960, blz. 95.

De techniek speelde in deze periode nog een bescheiden rol. Rostow definieerde de maatschappij van die dagen in zijn *The stages of economic growth* als de „traditionele maatschappij”:

„A traditional society is one whose structure is developed within limited production functions, based on pre-Newtonian science and technology, and on pre-Newtonian attitudes towards the physical world. Newton is here used as a symbol for that watershed in history where men came widely to believe that the external world was subject to a few knowable laws, and was systematically capable of productive manipulation. . . . The level of productivity was limited by the inaccessibility of modern science, its applications, and its frame of mind”.

Toch zijn er steeds denkers geweest, die twijfel uitgesproken hebben over de waarde van de techniek voor maatschappij en cultuur, anderen daarentegen, bijv. de Russische communisten en de Amerikaanse technocraten, hebben de zegeningen van wetenschap en techniek in hun aprioristisch vooruitgangsoptimisme breed (en kritiekloos) uitgemeten. Deze laatste „technocratische” visie vond ook uitdrukking in het werk van kunstenaars als de Fransman Léger, de Rus Tatlin en de Duitser Willi Baumeister. De technocraten verloren al te gemakkelijk uit het oog, dat de techniek geen zedelijke en politieke vraagstukken kan oplossen en in het stadium van de huidige ontwikkeling tot een bedreiging voor de mensheid kan worden wanneer zij wordt misbruikt. Dit geldt uiteraard in de eerste plaats voor de atoombom, het geldt ook voor andere mogelijkheden, zoals massabeïnvloeding en massa-intimidatie, waarvan George Orwell in „1984” een huiveringwekkend beeld heeft gegeven.

Vergeten wij hierbij ook niet, dat een dictatoriaal bewind of ieder ander bewind, dat niet de wil van de meerderheid van het volk vertegenwoordigt, zich beter dan vroeger staande kan houden door de grotere technische machtsmiddelen waarover het beschikt. Er is nog een ander aspect: welvaart ten gevolge van technische ontwikkeling betekent nog geen *geestelijk welzijn*, zoals wel blijkt uit de vereenzaming van velen in de metropolen van onze tijd.

Sedert Saint Simon (1760-1825), de profeet van het „industrialisme”, die zich voor het eerst verdiepte in het verband tussen techniek en maatschappelijke ontwikkeling,

(i. M.)

VEREENIGD BEZIT VAN 1894

hebben wetenschappelijke onderzoekers en profetische zieners de voor- en nadelen van de techniek voor de maatschappelijke ontwikkeling afgewogen. In zijn boek *L'industrie* (1817) verheerlijkte Saint Simon het industrialisme onder het motto „tout par l'industrie, tout pour elle”. Aan de industriëlen zou volgens hem de leiding van de maatschappij moeten worden overgelaten. Saint Simon stelde het begrip „vooruitgang” centraal: wat de wet van de zwaartekracht is voor de natuurwetenschappen, is de wet van de vooruitgang voor de sociale wetenschappen.

Tolstoj (en in zijn voetspoor Gandhi) had hierover andere gedachten. Fel kritiseerde hij de moderne industriële maatschappij, die volgens hem tot sociaal en moreel verval leidde. Reeds lang vóór Tolstoj had Goethe zijn vrees voor de techniek tot uitdrukking gebracht in deze woorden uit *Wilhelm Meisters Wanderjahre* (1829):

„Das überhandnehmende Maschinenwesen quält und ängstigt mich. Es wälzt sich heran wie ein Gewitter, langsam, langsam; aber es hat seine Richtung genommen, es wird kommen und treffen”.

Ook de naam van William Morris, die terugverlangde naar het middeleeuwse handwerk, mag in dit verband niet onvermeld blijven.

Cultuurkritiek en techniek.

Volgens Tolstoj was de slavernij van de boeren, die in 1861 ook met zijn instemming was opgeheven, vervangen door een nieuwe slavernij, die ieder mens bond aan de nationale industriemachine. In dit opzicht verschilden volgens hem de Westerse constitutionele naties nauwelijks van de Russische autocratie. Tolstojs verontwaardiging over de sociale toestanden aan het begin van het industriële tijdperk is niet zonder reden. Dementjew heeft in zijn rapport over de Russische arbeiderswoningen (1897) ontstellende toestanden aan het licht gebracht. De economische transformatie van Rusland bracht zeer veel ellende met zich (ook Gorki heeft de sociale wantoestanden in die periode in zijn verhalen duidelijk gekarakteriseerd). Daarom mag toch niet onvermeld blijven dat in het begin van deze eeuw kinder- en vrouwenarbeid in Rusland werd gereguleerd en een ongevalwet tot stand kwam, nadat reeds in 1866 de fabrikanten verplicht werden in de nabijheid van hun bedrijven een ziekenhuis voor de arbeiders te openen.

De nieuwe ontwikkeling bracht velen tot een besef van nieuwe verantwoordelijkheden. Het was een verantwoordelijkheidsgevoel (vaak ook een schuldgevoel) van de geestelijke en politieke bovenlaag (sommige vertegenwoordigers van de adel en vooral ook van de ontwortelde machteloze intelligentsia) tegenover de minder bedeelde klassen, dat thans, zij het anders van vorm, in de verhouding rijke landen — arme landen valt te constateren.

Wat West-Europa betreft, cultuurcritici als Spengler, Ortega y Gasset, Berdjajew, Dessauer, Guardini en Jaspers hebben de techniek in hun kritisch onderzoek betrokken. De socioloog Alfred Weber heeft er op gewezen, dat technische „civilisatie” iets anders is dan „cultuur” en Tönnies heeft, zoals bekend, een scherp onderscheid gemaakt tussen de getechnificeerde „Gesellschaft” enerzijds en de „Gemeinschaft” anderzijds. Maar zelfs lang voor de opkomst van de industriële maatschappij aan het einde van de 18e eeuw zijn er figuren en stromingen geweest, die zich verzet hebben tegen de techniek en de mechanisering van de arbeid. Tekenend in dit opzicht is het volgende verhaal van de Chinese schrijver Tsjwang-tze (4e eeuw na Chr.):

„Toen een leerling van Confucius een tuinman zag, die met een emmer water uit een bron putte, vroeg hij deze, waarom hij het zich niet gemakkelijker maakte door een hefboom te gebruiken. De tuinman antwoordde: „Ik heb mijn leraar horen zeggen: Wanneer iemand machines gebruikt, dan doet hij alles als een machine; wie zijn werk machinaal doet, krijgt een machinehart; wanneer hij een machinehart heeft, gaat bij hem de zuivere eenvoud verloren....”.

Albert Schweitzer citeert dit verhaal met instemming en voegt er aan toe:

„Rein mechanische Arbeit ist das Los vieler um uns her geworden.... Durch die Umwälzung, die die Maschine hervorgerufen hat, sind wir fast alle einem allzu geregelten, allzu eingeeengten und allzu anstrengenden Arbeitsdasein unterworfen worden. Selbstbesinnung und Sammlung sind uns schwer gemacht....”³⁾

Het moge tot op zekere hoogte waar zijn, wat Schweitzer en ook anderen opmerken over de gevolgen van de techniek voor de individu, zij verliezen hierbij twee positieve facetten van de techniek uit het oog: 1. de mogelijkheid om met behulp van de techniek het sociale vraagstuk tot een oplossing te brengen door een versnelde economische ontwikkeling; 2. de noodzaak voor een volk de techniek te aanvaarden als een middel om zijn zelfstandig bestaan te handhaven.

Ten aanzien van het eerste punt is het voldoende te wijzen op de positieve resultaten van de technische ontwikkeling ten bate van de landbouw (hogere opbrengsten), van de industrie (hogere produktiviteit), van de sociale verhoudingen (o.a. kortere werktijden, hogere lonen, lichtere arbeid), van de communicatie- en verkeersmiddelen (waardoor de wereld „kleiner” is geworden), van de economische groei in het algemeen (hogere levensstandaard, uitbreiding dienstensector) en ook ten bate van de medische wetenschap (teruggang van de kindersterfte, hogere gemiddelde leeftijd). Een eeuw geleden werd lichamelijke arbeid in de Verenigde Staten hoofdzakelijk door mensen (22 pCt.) en dieren (51 pCt.) verricht, het overige door mechanische hulpmiddelen (27 pCt.). In 1900 was deze verhouding tussen mensen, dieren en machines: 15 pCt., 33 pCt. en 52 pCt., in 1948 4 pCt., 2 pCt. en 94 pCt.⁴⁾ waarmede de veranderde situatie enigszins is gekarakteriseerd. Ook het analfabetisme verdwijnt in een industriële maatschappij, hetgeen weer bijdraagt tot een verdergaande democratisering.

Wat het tweede punt betreft, spreken de volgende voorbeelden duidelijke taal. Rusland kon zijn onafhankelijkheid bewaren dank zij de technische (en daarmee maatschappelijke) vernieuwingen van Peter de Grote. China en Turkije vervielen, in tegenstelling tot Japan dat wél vernieuwingen aanvaardde, in de vorige eeuw tot een semi-koloniale status omdat zij weigerden de techniek maatschappelijk in toepassing te brengen.

Chinees en Turks conservatisme.

Het Chinese conservatisme is kernachtig uitgedrukt in de woorden van keizer Tsj'ien-loeng, die hij in 1793 sprak tot een afgezant van George III: „Ons Hemels Keizerrijk bezit alle dingen van deze wereld in overvloed. Geen waren ontbreken binnen zijn grenzen. Het heeft daarom geen behoefte aan produkten van buitenlandse barbaren”. Eerst omstreeks 1890 ging China op bescheiden schaal tot indu-

³⁾ A. Schweitzer: *Kultur und Ethik*. München 1948, 7e druk, blz. 265.

⁴⁾ *The Economist* (American Survey) van 2 juli 1949.

strialisatie over nadat de toenemende bevolkingsdruk in de 19e eeuw reeds verschillende malen hongersnoden en opstanden, waaronder de Tai-pingopstand, 1851-1864, had veroorzaakt. Het ontbrak de Chinezen zeker niet aan technische vaardigheid, zoals blijkt uit het feit dat de boekdrukkunst, het buskruit en het kompas in China eerder bekend waren dan in Europa. Ook op het gebied van scheepsbouw en waterbouwkunde (hiertoe gedwongen door de vele overstromingen) toonden zij grote bekwaamheden. Maar toch had men au fond weinig belangstelling voor natuurverschijnselen en techniek (het buskruit gebruikte men vooral voor vuurwerk!). Er is in dit opzicht weinig verschil met de oude Grieken. Ook bij de Grieken was er nauwelijks belangstelling voor het praktisch nut van wetenschappelijk onderzoek. Toegepaste wetenschap in onze betekenis bestond er niet. De natuur werd beschouwd als een geordende kosmos waarop de mens geen invloed had. Wat de Chinezen betreft, hun aandacht ging meer uit naar de familiale en sociale verplichtingen van de mens en wat de intelligentsia (de mandarijnen) betreft naar het behouden en overleveren van de oude wijsheid. „Overleveren, niet scheppen” was de stelregel van de vereerde Confucius. Verstarring, isolationisme en conservatisme waren hiervan de gevolgen, die zich uiteraard ook openbaarden in techniek en economie.

Een soortgelijke geestesgesteldheid kenmerkte de Turkse sultan Abdoel Hamid II (1876-1909). Weliswaar liet deze zich regelmatig op de hoogte houden van de nieuwste technische vondsten in Europa, maar van een maatschappelijke toepassing in zijn rijk wilde hij niets weten. Karl Krüger schrijft over Abdoel Hamid:

„Es bleibt nur der Schluss, dass Sultan Abdul Hamid über die Vorteile moderner Technik genau im Bilde war, dass er aber für seine gläubigen Einwohner schwere psychologische Konflikte befürchtete, wenn mit der Technik die Naturwissenschaft die Herrschaft ergriff und alte Traditionen erschütterte”⁵⁾.

Ook West-Europa heeft soortgelijke conflicten gekend, maar de opmars van de natuurwetenschappen bleek niet te stuiten. Terecht zei Dr. E. J. Dijksterhuis in de aanhef van zijn inaugurele rede: *Doel en methode van de geschiedenis der exacte wetenschappen* in 1953:

„De mathematisch-empirische natuurwetenschap, die tot technische natuurbeheersing voert, vormt echter een verschijnsel *sui generis*, dat in de loop van de laatst verstreken vier eeuwen in steeds stijgende mate kenmerkend is geworden voor West-Europa en de daarvan, historisch gesproken, cultureel afhankelijke gebieden. Het woord van de Prediker, dat er niets nieuws is onder de zon, wordt hier gelogenstraft”.

Met Max Weber kan men het kenmerkende van de ontwikkeling van het Westerse cultuurpatroon ook aanduiden als „Entzauberung der Welt”, waarin natuurwetenschappen en techniek een beslissende rol spelen.

Techniek en maatschappelijke ontwikkeling.

De geschiedenis leert, in weerwil van sultans en mandarijnen, dat nieuwe gedachten en nieuwe vindingen niet in quarantaine kunnen worden gehouden. Vroeg of laat zal hun invloed zich doen gelden. Het oude evenwicht wordt onvermijdelijk verbroken en er groeien door evolutie of revolutie nieuwe verhoudingen. Prof. Jan Romein schrijft in zijn zeer lezenswaardig essay: *Gedachten over de vooruitgang*⁶⁾:

⁵⁾ K. Krüger: *Die Türkei*. Berlijn 1955, blz. 105.

⁶⁾ Opgenomen in *Carillon der tijden*. Amsterdam 1953, blz. 28 en 30.

„De opkomst van de fabriekmatige industrie in Engeland heeft het continentale economische stelsel uit zijn evenwicht gebracht; de industrialisering van Duitsland vervolgens de Engelse hegemonie verstoort, die van de Verenigde Staten en van Japan daarna weer Europa's evenwicht verwrict en de industrialisering van Azië en straks van Afrika is bezig heel de Westerse wereld uit zijn voegen te lichten. En overal is dat technische proces functioneel verbonden met een telkens verstoord evenwicht in de geesten: in de woorden nationalisme en democratie vatten we heel die schoksgewijze ideologische ontwikkeling samen. Dit proces leert ons echter tegelijk al meer. Er blijkt geen winst te zijn zonder verlies noch omgekeerd verlies zonder winst. Door de technicus is dat, geloof ik, al zeer gemakkelijk in te zien, omdat hij telkens ervaart, dat de kwetsbaarheid van een mechanisme toeneemt met zijn volkomenheid. Voor elke organisatie geldt dat evenzeer: hoe ingewikkelder zij is, hoe lichter zij ontwrict raakt; hoe perfecter zij functioneert, hoe meer zij doel in zichzelf wordt en daarmee aan haar eigenlijk doel niet meer beantwoordt. . . . Dat alles is uiteindelijk, maar toch duidelijk resultaat van de ontwikkeling van de techniek. De techniek is blind — wat maar een ander woord is voor neutraal — en met het kapitaal dat zij opbrengt wordt zowel de winst gemaakt als het verlies betaald — en de geschiedenis maakt de balans op. . . .”.

Zeker is, dat de maatschappelijke ontwikkeling onder invloed van de techniek niet altijd een harmonieus karakter vertoont. W. F. Ogburn heeft er in zijn beschouwingen over de „cultural lag” op gewezen, dat de ontwikkeling van de „immateriële” cultuur over het algemeen achterblijft bij de ontwikkeling van de technische „materiële” cultuur. Ook hij is van mening dat de bron van de meeste sociale veranderingen thans in de „materiële” cultuur is te zoeken. De sociale organisatie, de levensgewoonten en tradities blijven achter bij de technische ontwikkeling. De verschillende sectoren van de cultuur veranderen niet met gelijke snelheid. Ogburn merkt hierover onder meer op:

„A stationary culture that begins to change does not experience the same degree of change in all its parts at the same time. The introduction of the gun and the horse among the Red Indians changed their method of procuring food and their method of warfare, but among most tribes the religion was not so soon affected by missionaries from the whites. Neither were changes so rapid in the other social institutions. In the parts of our own culture, the degrees of change are unequal. Technological changes in chemistry and electricity are just now very rapid, more so than changes in the production of power and in the construction industries. Laws tend to change rather slowly, while the courts by their use of precedent in deciding cases make the laws even more resistant to change. Religious creeds also resist change, at times rather successfully. . . . Industrial organisation, management, and labour are changing rather rapidly. The parts of civilisation move forwards or backwards, then, at very different speeds”⁷⁾.

Ogburn geeft verder een opsomming van allerlei technische vindingen en concludeert dan: „These are resulting in a terrific impact on society, its social institutions, its customs, and its philosophies. The result is an enormous accumulation of social lags. . . .”⁷⁾.

⁷⁾ W. F. Ogburn and M. F. Nimkoff: *A handbook of sociology*, Londen 1947, blz. 591 en 596.

(I. M.)

VERGADEREN - CONFEREREN STAFBESPREKINGEN

- IN HET CENTRUM VAN HET LAND
- IN EEN VOLKOMEN RUSTIGE OMGEVING
- ZALEN VOOR 10-20-50-100-200 PERSONEN

GEEN PARKEERPROBLEEM

HOTEL DE WAGENINGSE BERG

Rôtisserie Belmonte - Indisch restaurant - Bar



Onderwijsexplosie in de Arabische wereld

Inleiding.

In de Arabische wereld, die zich uitstrekt van Marokko tot Irak en van de Libanon tot de Soedan, wonen momenteel ongeveer 100 mln. mensen. In 1980 zouden dat er wel eens 180 mln. kunnen zijn. Een betrekkelijk klein deel van de bevolking moet de kost verdienen voor het geheel, want de bevolking is zeer jong. Het overgrote deel leeft op het platteland; slechts 15 pCt. woont in stedelijke agglomeraties van meer dan 100.000 inwoners.

Per bewoner is er voor het totaal van de Arabische landen niet meer dan een halve hectare landbouwgrond beschikbaar. In vele gevallen is er ook tekort aan weidegronden voor het vee. Er is dus sprake van een zekere bevolkingsdruk in verhouding tot de agrarische mogelijkheden. Dit geldt zowel voor gebieden met een goed ontwikkelde traditionele landbouw als voor de onvruchtbare hoogvlakten en voor de rand van de woestijn.

Onderwijsexplosie.

Eeuwenlang was de Arabische wereld vrijwel verstoken van onderwijs. Het Koraniek onderwijs bereikte slechts een klein deel van de mannelijke bevolking. De groei van het lager onderwijs in de laatste 10 jaar is wel het meest opvallend. Het aantal leerlingen steeg hier van 1 mln. tot ongeveer 9 mln. Voor het middelbaar resp. het hoger onderwijs liepen deze getallen op van 200.000 tot 1,5 mln. en van 50.000 tot 350.000. Het technisch lager en middelbaar onderwijs, dat in 1955 waarschijnlijk niet meer dan 30.000 leerlingen omvatte, had in 1965 een omvang van 250.000 leerlingen.

De uitgaven ten bate van het onderwijs gaven in het afgelopen decennium een indrukwekkende stijging te zien. Het zijn vooral de olieproducerende landen, zoals Libië en Saoedi-Arabië, maar ook Algerije, waar deze uitgaven met grote sprongen omhoog gaan.

Het is moeilijk een raming van het huidige uitgavenpeil te maken. In de eerste plaats is er verschil tussen

de plannen voor uitgaven en het feitelijk verloop van deze uitgaven. Deze uitgaven zijn bovendien dikwijls over verschillende begrotingen verdeeld zodat het moeilijk wordt een schatting van het totaal te geven. Het herleiden van de uitgaven voor elk land tot U.S.\$ heeft natuurlijk ook zijn bezwaren.

Dit alles vooropgesteld, hebben wij de uitgaven in 1965 voor onderwijs in de Arabische landen op \$ 500 mln. à \$ 600 mln. geschat. Dit betekent een gemiddelde uitgave van \$ 5 à 6 per inwoner en van \$ 45 à 50 per leerling. Voor Nederland bedragen deze cijfers momenteel resp. \$ 90 en \$ 360. De kosten per leerling zijn in Arabische landen nog zeer laag, o.a. omdat het overgrote deel van de gelden naar het lager onderwijs gaat.

De efficiency van het onderwijs.

Een groot tekort aan leerkrachten, vooral voor het lager onderwijs, wordt aangevuld met personen die een of andere vorm van middelbaar onderwijs hebben genoten. Pedagogische vorming ontbreekt hierbij nogal eens. Er wordt gedurende kortere tijd en soms ook in minder vakken les gegeven dan vroeger. Anderzijds wordt er nog zeer veel aandacht besteed aan godsdienstonderwijs.

Veel kinderen, vooral op het platteland, komen slechts voor enkele maanden of jaren naar school. Het aantal uitvallers en zittenblijvers wordt voor de Arabische landen op minstens 25 à 30 pCt. gesteld. Dit kan de kosten per afgeleverde leerling met het drie- of viervoudige doen stijgen.

Het vraagstuk van de efficiency, waarmee wel eens vele honderden miljoenen dollars gemoeid kunnen zijn, zal zonder twijfel in de toekomst nog belangrijker worden. De bevolkingsaanwas en het algemeen verplicht stellen van lager onderwijs zullen het aantal leerlingen in de jaren 1965-1980 met het drie- of viervoudige doen toenemen. De kosten zullen — bij gelijkblijvende kwaliteit — eveneens met dergelijke veelvouden stijgen. Maar het nationaal inkomen en de begroting zullen in geen enkel Arabisch land met een dergelijke snelheid kunnen toenemen.

In vele gevallen hebben de uitgaven voor onderwijs al een plafond bereikt. Irak besteedt 40 pCt. van zijn begroting, exclusief militaire uitgaven, aan onderwijs. In Libië wordt er 10 pCt. van het nationaal inkomen aan besteed. Men zal geen scholen kunnen sluiten, inte-

(vervolg van blz. 299)

Ik zou het door Romein en Ogburn ontwikkelde beeld nog met een enkel voorbeeld willen toelichten, waaruit blijkt, dat iedere *technische* vooruitgang nog niet onmiddellijk resulteert in een *maatschappelijke* en *geestelijke* vooruitgang. Een van de belangrijkste technische vondsten in onze geschiedenis is ongetwijfeld de uitvinding van de boekdrukkunst geweest. Haar culturele en economische betekenis is moeilijk te overschatten. Maar helaas was in de beginperiode van de boekdrukkunst de *Heksenhamer* (*Malleus maleficarum*, 1487) het meest gedrukte boek, dat één van de voornaamste aanleidingen werd tot de afschuwelijke heksenjachten.

's-Gravenhage.

P. KRUG.

(I. M.)

JAARVERSLAG 1965
Vraag een exemplaar van dit zojuist verschenen jaarverslag bij Uw bankier of commissionair of zend een briefkaart aan Interunie.

Interunie

N.V. Internationale Beleggings Unie „Interunie”, Postbus 617, Den Haag

WARMTE	TECHNIEK
BEUKERS	SCHIEDAM

(I. M.)

gendeel. Het politiek zo aantrekkelijk streven om de Arabische wereld in een enkele generatie alfabeet te maken, kon wel eens ongunstige financiële gevolgen hebben.

Het onderwijs op het platteland.

De traditionele landbouw en veeteelt, zoals die in deze overwegend droge gebieden worden uitgeoefend, zijn moeilijk. Boer en nomade bezitten dan ook vaak een goede techniek, ook al zijn zij analfabeet. Hun zoons ontvangen nu voor een deel onderwijs. Maar de kans dat dit onderwijs grote invloed op de produktiviteit in de agrarische sector zal hebben, is niet groot. De boer, wiens eerste zoon 5 jaar naar school is geweest, zal voor zijn boerderij meer hebben aan de tweede zoon die thuis is gebleven en 5 jaar lang ervaring in de traditionele landbouwtechniek heeft opgedaan. Modernisering van de agrarische sector en aanpassing van het vaak nogal formele onderwijs op het platteland zijn dus nodig. Maar hiermede is nog nauwelijks een begin gemaakt.

De F.A.O. produktie-indexcijfers per hoofd van de bevolking voor voedingsmiddelen en andere agrarische produkten verlopen bepaald niet bevredigend in de meeste Arabische landen. Dit heeft zijn weerslag op de handelsbalans van deze landen. De Arabische wereld voert per saldo grote hoeveelheden voedsel in; zij is dan ook in belangrijke mate afhankelijk van het buitenland. Het onderwijs kan dus door verhoging van produktie en produktiviteit invloed uitoefenen op de zelfstandigheid van een land. De onderwijsexplosie heeft echter ook belangrijke consequenties voor het gedrag van de verbruikers. Nieuwe behoeften worden door middel van het onderwijs geïntroduceerd in een traditioneel milieu, gekenmerkt door een tot nu toe sobere levenswijze. En voorlopig stimuleert deze explosie dus alleen maar de invoer.

Onderwijs en industrie.

Heel langzaam voltrekt zich een industriële ontwikkeling in de Arabische wereld. De olie-industrie breidt zich nog steeds uit en de overheid vaart er wel bij. De gezamenlijke bijdragen van de oliemaatschappijen aan

de schatkist zullen voor een recent jaar \$ 2 mrd. à \$ 3 mrd. bereikt hebben. Maar deze exportindustrie heeft de neiging wat geïsoleerd te blijven. Nieuwe industrieën worden er niet door aangetrokken. Dit is wel het geval met de zware industrie van Egypte. Dit land hoopt in het nieuwe zevenjarenplan de overgang naar een industrieland te voltooien. In de overige Arabische landen is het papieren stadium van de industriële planning nog wel erg belangrijk. De agrarische industrie en de toeristenindustrie schijnen het nog het beste te doen.

In deze landen neemt de overheid een nogal liberale houding aan. Men verwacht veel van het particulier initiatief. Zal een voldoende aanbod van jonge mensen, die een lagere of middelbare school hebben doorlopen, nu veel invloed op industriële vestigingen hebben? Het lijkt er niet veel op. Van veel meer belang is het bestaan van goede afzetmogelijkheden. Wel is de ondernemer geïnteresseerd in voldoende aanbod van ervaren lager en middelbaar technisch personeel, maar het zal nog wel even duren voordat de Arabische landen, met uitzondering van Egypte en Syrië, hierin kunnen voorzien.

Het overgrote deel van de bezetting van een nieuwe industrie kan uit ongeschoolde arbeiders bestaan die desnoods ook nog wel analfabeet mogen zijn. Deze ervaring werd reeds met de olie-industrie opgedaan; met vele modern opgezette bedrijven in de agrarische sector (bijv. conserven) is het al niet anders.

De groei van het technisch lager en middelbaar onderwijs buiten Egypte is bovendien niet zo erg spectaculair. Er zijn bijv. slechts een 3.000 leerlingen in de middelbare en hogere opleidingen voor landbouwtechniek, als we Egypte er buiten laten. Het aantal studenten bij het hoger onderwijs in de exacte wetenschappen zal — Egypte weer buiten beschouwing gelaten — nog geen 10.000 bedragen. Voor het aanbod van technisch kader voor de industrie blijven de Arabische landen nog lange tijd afhankelijk van het buitenland.

Onderwijs en planning.

De economische ontwikkeling van het merendeel der Arabische landen is aarzelend. De ontwikkeling van het onderwijs is zeer onstuimig. De mogelijkheden voor planning van dit onderwijs lijken dan ook voorlopig zeer beperkt. Het peilen van de toekomstige vraag naar onderwijs is dikwijls onmogelijk omdat de richting van de economische ontwikkeling nog niet bekend is. Slechts in enkele Arabische landen wil de overheid systematisch in het economisch leven ingrijpen. Verwarrend werkt hier ook de migratie; vele geschoolde en ongeschoolde arbeidskrachten uit Arabische landen werken in Europa of in een ander Arabisch land. Het is dus vrijwel onmogelijk om het onderwijs op consequente wijze in dienst te stellen van de economische ontwikkeling. Laten we trouwens niet vergeten dat dit ook in de Europese landen maar in beperkte mate het geval is geweest.

Het oprichten van een school is uiteraard heel wat eenvoudiger dan het stichten en op gang brengen van

(I. M.)

§ N.V. SLAVENBURG'S BANK §

een industrieel project om van de moeilijkheden bij de bevordering van de landbouwproductie maar te zwijgen. Niet in het minst in de Arabische wereld waar aardbevingen, overstromingen, revoluties en militaire acties het voor de overheid toch al moeilijk maken zich intensief met de economische ontwikkeling bezig te houden.

Men zal er goed aan doen om alle uitgaven voor onderwijs in de Arabische wereld niet zonder meer te beschouwen als investeringen voor economische ontwikkeling. De tijd zal ons moeten leren of dit werkelijk het geval is.

's-Gravenhage.

R. KOOL.



GEMEENTE ROTTERDAM

Bij het GEMEENTELIJK BUREAU VOOR DE STATISTIEK kan een

stafmedewerker in de rang van referendaris

worden geplaatst voor het verrichten van statistische onderzoeken op economisch en demografisch gebied, waarbij het vooral gaat om het opstellen van analyses en prognoses en in voorkomende gevallen tevens om het voorbereiden van enquêtes ten behoeve van gemeentelijke beleidsvraagstukken van uiteenlopende aard.

Geboden wordt een afwisselende en veelzijdige werkring met een grote mate van zelfstandigheid.

Vereist: Doctoraal examen economische wetenschappen en enige jaren ervaring in het onderzoekingswerk.

Salarisgrenzen: f 1.379,— - f 1.843,— p. m. Vakantietoeslag 6%.

In de toekomst is bevordering tot een hogere rang mogelijk.

Sollicitaties binnen 14 dagen onder nr. 108 te zenden aan de chef van het bureau Personeelvoorziening, stadhuis, Rotterdam.



GELDERS-OVERIJSELSE ZUIVELBOND

Nieuwstad 69 — Zutphen — Telefoon (05750) 63 44

Onze organisatie vraagt een

EERSTE ASSISTENT VOOR DE AFDELING ACCOUNTANTSCONTROLE

Deze afdeling controleert de administraties van de bij de G.O.Z. aangesloten zuivelfabrieken in Gelderland en Overijssel. De aan te stellen functionaris zal — na een ruime inwerkperiode — in staat moeten zijn een aantal van deze administraties zelfstandig te controleren.

Vereist: t.a.v.

1. Opleiding: a. middelbare school; b. vergevorderde studie accountant respectievelijk: c. S.P.D., dan wel akte M.O. Boekhouden (Handelswetenschappen).
2. Leeftijd niet boven 35 jaar.

Eigenhandig geschreven sollicitaties binnen 14 dagen na verschijnen van dit blad te richten aan bovengenoemd adres.

GELD- EN KAPITAALMARKT

Geldmarkt.

Het terugvloeien uit het verkeer van bankpapier na het passeren van de februari-ultimo heeft niet tot een ontspanning op de geldmarkt geleid.

's Rijks Schatkist stak een spaak in het wiel. Het saldo van de Staat bij De Nederlandsche Bank groeide in de eerste week van maart met bijna f. 237 mln. aan. De drainering van de markt, die het gevolg was van deze beweging, was nog groter dan de inkrimping van de bankpapiercirculatie, welke f. 206 mln. heeft bedragen. Dat de kassen der banken toch nog f. 66 mln. omhoog liepen, is geheel toe te schrijven aan het grotere beroep, dat de banken op de Centrale Bank meenden te moeten doen; de voorschotten in rekening-courant stegen met f. 101 mln., de gediscoteerde wissels en schatkistpapier met f. 5 mln. Hiermede heeft de post „voorschotten in rekening-courant” met ca. f. 244 mln. wel een hoge, doch nog geen recordstand bereikt. Wel is opmerkelijk dat in 1966 de periode, waarin op de Bank wordt teruggevallen lang is. Na half januari heeft de genoemde post voorschotten steeds een saldo laten zien, dat aanmerkelijk hoger is dan gebruikelijk. De usance in ons land is, zoals men weet, dat de banken alleen in uiterste noodzaak en dan kortstondig de kredietfaciliteiten van De Nederlandsche Bank inschakelen om evenwicht in hun kassen tot stand te brengen. In de laatste weken geven zij klaarblijkelijk aan een beroep op de Centrale Bank voorkeur boven de mogelijkheid buitenlandse

E.-S.B. 16-3-1966

geldmarktuitzettingen te liquideren en de hieruit voortvloeiende valuta-opbrengst naar De Nederlandsche Bank af te stoten. Het in verhouding tot de marktomstandigheden relatief lage Nederlandse officiële disconto kan hierbij een rol spelen.

Inmiddels heeft De Nederlandsche Bank toch een zekere prikkel geschapen tot terugtrekking van buitenlandse uitzettingen. De banken werden in de gelegenheid gesteld contante dollars aan de Centrale Bank te verkopen tegen een prijs hoger dan de officiële interventieprijs en van een verkoop van dollars met een gelijktijdige terugkoop na een maand. In de afgelopen week hebben de banken hiervan gebruik gemaakt.

Kapitaalmarkt.

De Hoogoven-emissie is een succes geworden; op de inschrijvingen heeft men een reductie moeten toepassen. Voor het overige is er bijzonder weinig nieuws op de kapitaalmarkt. De rente blijft zich rond $6\frac{1}{4}$ pCt. voor langlopende staatsleningen bewegen. De geruchten betreffende de een of andere regeling van de onderhandse markt zijn verstomd.

(slot op blz. 304)

Voor vacerende functies en beschikbare krachten

op hoog niveau zijn de advertentiekolommen van „Economisch-Statistische Berichten” het aangewezen medium:

1e) Omdat Uw annonce onder de aandacht komt van stafpersoneel in de grote bedrijven.

2e) Omdat Uw annonce wordt gelezen door diegenen, die de zakelijk belangrijke beslissingen nemen, of daarbij van grote invloed zijn.



TECHNISCHE HOGESCHOOL EINDHOVEN

Bij de Onderafdeling der Wijsbegeerte en Maatschappijwetenschappen bestaat plaatsingsmogelijkheid voor een:

ECONOOM

ter assistentie van de hoogleraar in de economie.

Vereist: academische opleiding en bedrijfseconomische ervaring en/of belangstelling.

Aanstelling zal geschieden in het wetenschappelijk medewerkers-rangstelsel (salarisgrenzen van f. 1156,— tot f. 2586,— per maand, inclusief huurcompensatie; de premie AOW/AWW is voor Rijksrekening).

Inlichtingen kunnen worden verkregen bij prof. dr. J. Wemelsfelder (tel. 04900 3 32 22 toestel 2873).

Schriftelijke sollicitaties, onder vermelding van nummer V 1448, te richten aan het hoofd van de centrale personeelsdienst van de technische hogeschool Insulindelaan 2, Eindhoven.

ADVIESBUREAU VOOR BEDRIJFSORGANISATIE AVB te Utrecht

heeft, in verband met de uitbreiding van zijn activiteiten een vacature voor een

staf-medewerker budgettering/planning

Van deze functionaris wordt verwacht dat hij - na een inwerkperiode - met een grote mate van zelfstandigheid de relaties van het bureau kan adviseren ten aanzien van:

- de beheersing van het ondernemingsbeleid door middel van media als:
 - planning op lange termijn
 - jaarplanning
 - budgettering
 - bedrijfssignalering
- de analyse en interpretatie van de door middel van deze media verkregen informatie.

Daarnaast zal hij in staat moeten zijn over de bovengenoemde onderwerpen voordrachten te verzorgen en discussies te leiden op top-management niveau.

Voor een efficiënte vervulling van deze interessante functie met goede toekomstmogelijkheden is naast een middelbare opleiding een voortgezette studie op bedrijfseconomisch en/of administratief gebied vereist. De gedachten gaan in de eerste plaats uit naar een man met een gedegen ervaring op een economische afdeling, budgetafdeling of bedrijfsbureau van een grotere onderneming.

Eigenhandig geschreven brieven met uitvoerige gegevens worden onder nummer 49 ingewacht bij:

Psychologisch Adviesbureau
L. Deen en Dr. J. G. H. Bokslag
Nwe Binnenweg 474, R'dam.
of
Adviesbur. voor Bedrijfsorganisatie, Maliebaan 5 Utrecht.

Indexcijfers aandelen. (1953 = 100)	30 dec. 1965	H. & L. 1966	4 maart 1966	11 maart 1966		30 dec. 1965	4 maart 1966	11 maart 1966
Algemeen	343	361 — 339	343	340	Kon. Zout-Ketjen	765½	765½	760
Internationale concerns	477	513 — 474	484	475	Zwanenberg-Organon	f. 171	f. 176,80	f. 176
Industrie	313	322 — 309	310	310	Robeco	f. 222	f. 225	f. 224
Scheepvaart	136	140 — 130	131	130	New York.			
Banken en verzekering	180	187 — 168	169	168	Dow Jones Industrials	964	932	928
Handel enz.	163	167 — 161	162	161	Rentestand.			
<i>Bron: A.N.P. - C.B.S., Prijscourant.</i>					Langlopende staatsobligaties b) ..	5,98	6,23	6,28
Aandelenkoersen a).					Aandelen: internationales b) ..	4,0	3,7 c)	
Philips	f. 112,50		f. 121,10	f. 119,70	lokales b)	4,2	4,1 c)	
Unilever, cert.	f. 114		f. 111	f. 107,60	Disconto driemaands schatkist- papier	4¾	4¾	4½
Kon. Petroleum	f. 147,60		f. 152,60	f. 149,60	a) Aangepast voor kapitaalwijzigingen.			
A.K.U.	389		361	360½	b) <i>Bron:</i> Amsterdam-Rotterdam Bank.			
K.L.M.	f. 268		f. 364	f. 358	c) 15 februari 1966.			
Hoogovens, n.r.c.	440		445	450	<i>C. D. JONGMAN.</i>			
E.M.S.	190		201	200½				

IMMOFUND INVESTERINGS MAATSCHAPPIJ N.V.

bericht dat op 24 maart 1966 de inschrijving zal worden opengesteld op
f 10.000.000,— 30-jarige 6% 1e hypothecaire obligaties 1966

ten laste van de

CENTRALE VASTGOED BELEGGINGSMAATSCHAPPIJ N.V.

te Rotterdam

tot de koers van 100%

Uitgegeven zullen worden obligaties van f. 1000,—, waarvan de helft met een vaste jaarlijkse rente van 6% en een aflossingskoers van 100%, terwijl voor de resterende f. 500,— de hoogte van de rente en de aflossingskoers afhankelijk is van de hierna omschreven huurindex met een minimum van 6% rente per jaar en een minimum aflossingskoers van 100%.

Index Wanneer de bruto-huuropbrengst van de met de opbrengst der lening gefinancierde objecten meer dan 7,6% bedraagt, wordt het bedrag van de rentebetaling in evenredigheid verhoogd. Ook het bedrag van de aflossing wordt bij huurstijging evenredig verhoogd. Deze verhogingen gelden voor de helft der obligaties.

Storting 1 april 1966, op de rekening van de
Centrale Vastgoed Beleggingsmaatschappij N.V. te Rotterdam,
bij de kantoren van de **Verenigde Bankbedrijven N.V.** te Amsterdam,
Rotterdam, 's-Gravenhage en Utrecht en van
de Heren **Van Haften & Co** te Amsterdam.

Coupons jaarcoupons per 1 april.

Aflossing Vanaf 1 april 1977 zal jaarlijks 1/20 deel van de lening worden afgelost.
Vervroegde aflossing is niet toegestaan.

Trustee **N.V. Centrale Trust Compagnie, Amsterdam.**

Zekerheid Met de opbrengst der lening zal 10/11 van de kostprijs van in Nederland gelegen onroerende goederen worden gefinancierd, waarop ten behoeve van obligatiehouders een 1e hypotheek ten name van de trustee wordt gevestigd.

Prospectussen kunnen worden aangevraagd bij

IMMOFUND INVESTERINGS MAATSCHAPPIJ N.V., TEILINGERSTRAAT 49e, ROTTERDAM.

TELEFOON 010-28 72 10.



SA 866

Beleggings-voorlichting: aan hen die zich thuis willen oriënteren stelt de AMRO Bank de volgende publicaties kosteloos ter beschikking: ● AMRO Beursnieuws (wekelijks, met veertiendaagse bijlage) ● Kerngetallen van Nederlandse effecten ● De Obligatiegids.

Beleggings-adviezen: de honderden kantoren van de AMRO Bank staan te uwer beschikking voor individuele beleggings-adviezen en portefeuille-onderzoek.

AMRO BANK
AMSTERDAM-ROTTERDAM BANK

HET SECRETARIAAT-GENERAAL VAN DE RADEN DER EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

te Brussel

is voornemens, op basis van een vergelijkend onderzoek, over te gaan tot aanstelling, in een aanvangsrang, bij zijn diensten, van:

AMBTENAREN

(categorie van de hogere leidinggevende functies — universitair niveau).

De voorwaarden voor sollicitatie en een sollicitatieformulier vindt men in het Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen No. 37, van 1 maart 1966, dat kan worden besteld bij het Staatsdrukkerij- en Uitgeverijbedrijf, Fluwelenveld Burgwal 18 's-Gravenhage;

Verzoeken bij de bestelling van dit Publikatieblad het verschuldigde bedrag niet direct te voldoen, doch de nota af te wachten.

UITERSTE DATUM VAN ONTVANGST DER SOLLICITATIE: 16 APRIL 1966.

Abonneert U op

DE ECONOMIST

Maandblad onder redactie van

Prof. P. Hennipman,
Prof. A. M. de Jong,
Prof. F. J. de Jong,
Prof. P. B. Kreukniet,
Prof. H. W. Lambers,
Prof. J. Tinbergen,
Prof. G. M. Verrijn Stuart,
Prof. J. Zijlstra.

★

Abonnementsprijs f. 30; voor studenten f. 15.

★

Abonnementen worden aangenomen door de boekhandel en door uitgevers

DE ERVEN F. BOHN
TE HAARLEM



E.-S.B. 16-3-1966

Het Koninklijk Technicum
PBNA vraagt een

controller

Hij zal als staffunctionaris o.a. worden belast met de coördinatie van de administratieve afdelingen, de kostenbewaking en het op peil houden van de administratieve organisatie.

Bovendien zal hij de directie moeten adviseren bij bedrijfs-economische en administratief-organisatorische problemen.

Wij zoeken iemand die een zodanige theoretische scholing en praktische ervaring heeft, dat hij deze interessante functie in dit dynamische bedrijf aankan.

Met de hand geschreven sollicitaties, voorzien van volledige gegevens omtrent opleiding, levensloop en ervaring en een recente pasfoto te zenden aan Hoofd Personeelszaken, Velperbuitensingel 6, Arnhem.



KONINKLIJK TECHNICUM

DE DIRECTIE van TRICOTBEST N.V.

te Best (N.Br.)

roept sollicitanten op voor de functie

HOOFD VAN DE ADMINISTRATIE

Deze functie omvat o.a.

- toezicht op de administratieve afdelingen, zoals Hoofdboekhouding, Mechanische Administratie, Calculatie en Loonadministratie.
- adviseren van de Directie in bedrijfseconomische en administratieve vraagstukken.
- periodieke verslaglegging op basis van de calculatie en de bedrijfsbegrotingen.
- bewaking van rentabiliteit en liquiditeit.

Het Hoofd van de Administratie zal rechtstreeks onder de Directie ressorteren.

Candidaten die voor deze functie in aanmerking wensen te komen dienen in het bezit te zijn van het diploma S.P.D. of M.O., dan wel een daarmee gelijk te stellen opleiding hebben genoten.

Brieven met uitvoerige inlichtingen — met de hand geschreven — te richten aan de Directie.

Bij HET ECONOMISCH INSTITUUT VOOR HET MIDDEN- EN KLEINBEDRIJF

kan ter versterking van de staf een

WETENSCHAPPELIJK MEDEWERKER

worden geplaatst voor het algemeen economisch onderzoek.

Voor deze functie wordt gezocht naar een econoom, die zal worden ingeschakeld bij onderzoeken naar

- de ontwikkelingsmogelijkheden van het midden- en kleinbedrijf in de verschillende sectoren van het bedrijfsleven,
- de veranderingen welke zich op korte termijn in het midden- en kleinbedrijf voltrekken.

De voor deze onderzoeken benodigde gegevens worden voor een belangrijk deel verkregen door middel van speciale enquêtes. Voor het opzetten van de hiertoe benodigde steekproeven en het analyseren van de te verkrijgen informatie is kennis van statistische technieken nodig.

De aangeboden functie biedt interessante en in hoge mate zelfstandige werkzaamheden. Een goede honorering, uiteraard in overeenstemming met leeftijd, opleiding en ervaring kan in het vooruitzicht worden gesteld.

Sollicitatiebrieven te richten aan de Secretaris der Directie, Neuhuyskade 94, Den Haag.

pensioen- regelingen

herverzekering van pensioenfondsen

EN

EERSTE NEDERLANDSCHE

BUREAU VOOR COLLECTIEVE CONTRACTEN
JOHAN DE WITTLAAN 50 'S-GRAVENHAGE
POSTADRES: POSTBUS 5 TEL. (070) 514351



MINISTERIE VAN FINANCIËN

Bij de Directie Buitenlands Betalingsverkeer kan op korte termijn worden geplaatst een

JONG ECONOMIST

wiens werkzaamheden voornamelijk zullen liggen op het terrein van de internationale monetaire betrekkingen en betalingsbalansaangelegenheden (internationale liquiditeiten; Internationale Monetaire Fonds; betalingsbalansontwikkelingen in andere landen). In 'beginsel bestaat de mogelijkheid van tijdelijke tewerkstelling in het buitenland. Kandidaten dienen in hun studie een algemeen-economische richting te hebben gevolgd (internationale economische betrekkingen of macro-economie of geld-, krediet- en bankwezen.)

Het aanvangssalaris is afhankelijk van ervaring en leeftijd en bedraagt voor pas afgestudeerden f. 1104,— per maand, exclusief 6 pCt. vakantie-uitkering, A.O.W. premie voor Rijksrekening. Bij gebleken geschiktheid zijn goede toekomstmogelijkheden aanwezig.

Eigenhandig geschreven sollicitaties onder vac. no. 6-3628/7188 (in linkerbovenhoek brief en env.) zenden aan Bureau Personeelsvoorziening en Bemiddeling van de Rijks Psychologische Dienst, Prins Mauritslaan 1, 's-Gravenhage.