



## Over prijsdiscriminatie en het voetbalduopolie

**Auteur(s):**

Koning, R.H.

*De auteur is als KNAW-onderzoeker verbonden aan de Faculteit der Economische Wetenschappen en Econometrie van de VU in Amsterdam. Met dank aan Peter Hopstaken, Harold Houba en Geert Ridder voor commentaar.*

**Verschenen in:**

ESB, 81e jaargang, nr. 4074, pagina 799, 25 september 1996

**Rubriek:**

Discussie

**Trefwoord(en):**

sport, media

*Is het terecht dat voetballiefhebbers moeten betalen voor televisiebeelden?*

**Sinds 18 augustus worden de beelden van de Nederlandse PTT-Telecompetitie en de eerste divisie aangeboden via de nieuwe commerciële zender Sport7. Met behulp van partiële evenwichtsanalyse in een neoklassiek micro-economisch model analyseerde Van der Burg, [Het voetbal-monopolie](#), *ESB*, 28 augustus 1996) de economische gevolgen van wijziging van de aanbodstructuur van voetbalbeelden. Hij komt tot de conclusie dat de prijs van voetbalbeelden die door de kijkers aan Sport7 moet worden betaald hoger is dan die welke vanuit welvaarts-theoretisch oogpunt optimaal is, en dat derhalve de Nederlandse overheid zou moeten ingrijpen.**

Zijn argumentatie hiervoor is dat de marginale kosten van extra TV-kijkers nihil zijn en dat derhalve de prijs nihil zou moeten zijn. Deze redenering doet vreemd aan, aangezien zij tot gevolg heeft dat elk bedrijf (bijvoorbeeld softwarebedrijven) met hoge vaste kosten en lage marginale kosten verlies zou moeten maken! In deze bijdrage zal worden beargumenteerd dat de huidige situatie niet noodzakelijkerwijze om overheidsingrijpen roept.

### De analyse

De markt voor voetbalbeelden is erg complex vanwege het grote aantal actoren. De vraagzijde is eenvoudig in kaart te brengen: dat zijn de kijkers. Het aanbod van voetbalbeelden is moeilijker te analyseren. Voetbalbeelden worden zowel aangeboden door Sport7 als door de NOS. Alle voetbalopnamen worden geproduceerd door Sport7. De NOS mag per competitieronde drie wedstrijden in ruime samenvatting uitzenden en van de overige wedstrijden een korte samenvatting van drie minuten. Sport7 mag van alle wedstrijden een lange samenvatting uitzenden, en Sport7 zendt ook een wedstrijd integraal uit. Kortom, de NOS biedt beelden aan van mindere kwaliteit<sup>1</sup>. De beelden van de NOS zijn wel een substituuut voor de beelden van Sport7, maar geen volledig substituuut.

De markt wordt dus gekenmerkt door twee aanbieders, die een gedifferentieerd product aanbieden: beelden van hogere kwaliteit (Sport7) en beelden van lagere kwaliteit (NOS). Een complicatie bij de prijsvorming op de markt voor voetbalbeelden is het feit dat deze niet rechtstreeks aan de consumenten worden geleverd door de NOS en Sport7, maar door de kabelexploitanten. De kabelexploitanten proberen uiteraard hun goederen (dat zijn uitzendingen van commerciële en publieke zenders) goedkoop in te kopen en tegen een hogere prijs te verkopen. Het is dan ook niet verwonderlijk dat zij een hogere vergoeding voor de doorgifte van Sport7 vragen dan de zender in eerste instantie zelf redelijk achtte (f. 2 per maand). In het vervolg zullen we echter afzien van de rol van de kabelexploitanten en net doen alsof Sport7 en de NOS hun beelden rechtstreeks aan de televisiekijkers leveren.

Van der Burg betoogt dat de marginale kosten van een extra abonnee van Sport7 erg laag zijn en dat derhalve elk bedrag dat de kijkers voor voetbalbeelden van Sport7 zouden moeten betalen te hoog is. Deze redenering gaat voorbij aan de vaste kosten van de aanschaf en productie van voetbalbeelden. Deze vaste kosten zijn niet verwaarloosbaar: alleen al aan tv-rechten moet Sport7 f. 140 miljoen per jaar aan de KNVB betalen<sup>2</sup>. Het is zeer de vraag of het uit economisch en maatschappelijk oogpunt wenselijk is om alle tv-kijkers (of belastingbetalers) een vast bedrag te laten betalen om de vaste kosten te dekken. Met de huidige technologische stand van zaken is het mogelijk om onderscheid te maken tussen tv-kijkers die voetbal kijken en zij die dat niet doen. Het ligt dan ook meer voor de hand om te kijken naar de optimale prijs<sup>3</sup> van televisiebeelden onder de restrictie dat de vaste kosten worden terugverdiend.

Het terugverdienen van de vaste kosten kan het beste gebeuren door de marginale kosten te verhogen met een factor die omgekeerd evenredig is met de prijselasticiteit van de vraag<sup>4</sup>. De intuïtie hier achter is dat een hogere prijs de consumptie niet erg zal beïnvloeden als de prijselasticiteit laag is. Indien nu groepen kunnen worden onderscheiden met een hoge en lage prijselasticiteit is het juist optimaal om aan deze verschillende groepen verschillende goederen aan te bieden tegen een verschillende prijs. Dat feit op zich zelf is geen reden voor overheidsingrijpen.

Het gaat echter te ver om nu te beweren dat de huidige situatie beter is dan de vroegere situatie of dat de huidige prijsstelling al dan niet optimaal is. Wel kan worden opgemerkt dat de regeling met de NOS zorgt voor een redelijk substituuut voor de beelden van Sport7 waardoor de prijselasticiteit van de vraag naar beelden van hoge kwaliteit hoog zal zijn en daarmee de opslag op de marginale kosten laag. Welke groepen gaan er nu op voor- of achteruit?

Laten we eerst de grote voetballiefhebbers beschouwen. Zij zullen er in welvaart op achteruit gaan nu zij moeten gaan betalen voor de beelden die Sport7 levert. Vergelijkbare beelden werden vroeger door de NOS zonder extra kosten vertoond. Voor mensen met een minder grote preferentie voor voetbal verandert er niet zo veel: zij kunnen blijven kijken naar de NOS, zonder dat ze extra hoeven te betalen. De grote groep mensen die niets geeft om voetbal gaan er mogelijkwijze in welvaart op vooruit. Jaarlijks betaalt de KNVB uit de tv-opbrengsten ruim *f.* 2 miljoen aan de voetbalclubs. Het moet nog blijken waaraan de extra inkomsten zullen worden besteed (voorzieningen die vroeger collectief werden betaald of hogere salarissen aan de spelers), maar deze afdracht kan voor lokale overheden reden zijn om minder welwillend tegenover subsidie-aanvragen van voetbalclubs te staan, zodat gemeenschapsgelden een andere besteding kunnen vinden dan wel de lokale belastingen kunnen worden verlaagd. Uiteraard gaat dit laatste effect ook op voor de eerste twee groepen. De totale welvaartseffecten van de verkoop van de uitzendrechten aan Sport7 zijn dus niet eenduidig, voetballiefhebbers zullen er in welvaart op achteruit gaan, terwijl er voor andere mensen niets verandert of misschien de nieuwe situatie zelfs beter is dan de oude. Indien de NOS de uitzendrechten had verworven, zou een situatie zijn ontstaan die slechter is dan de huidige: in dat geval zouden de rechten moeten worden betaald uit een ongetwijfeld verhoogde omroepbijdrage, die wordt opgelegd aan alle televisiekijkers, ook aan degenen die niets om voetbal geven.

## Conclusie

Sport7 heeft de uitzendrechten gekocht van het betaalde voetbal in Nederland en vraagt nu aan de voetbalkijkers een prijs voor die beelden. Dit is niet slecht: de rekening van het betaalde voetbal wordt nu deels daar gelegd waar hij hoort, dat wil zeggen, bij de consumenten. In deze zin is de huidige situatie beter dan die welke zou zijn ontstaan als de NOS de uitzendrechten zou hebben verworven. Mogelijkwijze is dit een eerste stap in de richting van een situatie waar de bedrijfstak betaald voetbal zichzelf bedruipt en niet meer afhankelijk is van subsidies van overheden. Ook als de abonnementsinkomsten van Sport7 tegenvallen, blijft het een voordeel van de huidige situatie dat zowel het genieten van als betalen voor voetbalbeelden in handen van de consument ligt. De maatschappelijke waarde van voetbal wordt nu deels op de markt gemeten en niet verordonneerd vanuit Zeist.

Zie ook T. van der Burg, [Naschrift: De optimale prijs blijft nul](#), *ESB*, 25 september 1996, blz. 800

---

**1** Kwaliteit betekent hier de lengte van en het aantal samenvattingen, niet de kwaliteit van het vertoonde spel of de beeldkwaliteit.

**2** Dit bedrag komt overeen met ongeveer *f.* 25 per geregistreerd televisietoestel, zo'n 13% van de (verplichte) omroepbijdrage.

**3** Met optimaal wordt hier bedoeld dat het consumentensurplus wordt gemaximaliseerd onder de voorwaarde dat de opbrengsten voor het bedrijf voldoende zijn om de vaste kosten te dekken.

**4** Zie onder meer Hal R. Varian, *Microeconomic analysis* (tweede druk), W.W. Norton en Company, New York, 1984, blz. 276-278, en R. Sherman, *The regulation of monopoly*, Cambridge University Press, 1989.