



Redacteur ESB
m.dijkstra@sdu.nl

Natte krant

Een paar weken terug bracht de commissie-Brinkman haar rapport uit over de toekomst van de dagbladsector (Tijdelijke commissie innovatie en toekomst pers, 2009), waarbij een voorstel om een internetbelasting in te voeren de meeste aandacht kreeg, en ook op de meeste kritiek kon rekenen. De overige voorstellen van de commissie zijn hierdoor minder aan bod gekomen, terwijl deze in de woorden van Kalshoven (2009) "revolutionair" zijn.

De oplages van dagbladen lopen terug. Tussen 2002 en 2007 daalde de totale oplage van de dagbladen van 4,2 naar 3,4 miljoen, en kenden alleen Het Financieele Dagblad en nrc.next een oplagestijging. De kranten dreigen verlies te maken, vooral door de opkomst van internet waar het nieuws een stuk goedkoper wordt aangeboden. Dit zal er ongetwijfeld toe leiden dat er een partij de markt moet verlaten, wat automatisch de problemen van de andere partijen oplost: wanneer niet alle lezers van een verdwijnende krant de markt verlaten, maar overstappen op een andere krant, kan deze de vrijkomende vraag opvangen.

Dit is echter niet de oplossing die de commissie kiest: zij ziet liever de winst in de krantensector stijgen. Hiervoor stelt de commissie onder andere voor om alle mededingingsregels op het gebied van dagbladdistributie op te heffen. Het argument is dat wanneer de grote krantenbedrijven de distributie samen aanpakken, zij schaalvoordelen kunnen behalen. Wanneer deze schaalvoordelen doorgegeven worden aan de consument staat de Europese Commissie dit trouwens al toe (Europese Commissie, 2004). Het is echter de vraag of er zulke grote schaalvoordelen ontstaan. Krantendistributie zou netwerkeffecten hebben, zoals bijvoorbeeld ook het spoor en de elektriciteit (Kalshoven, 2009), waarvoor grote investeringen nodig zijn. De distributie van kranten gaat echter vooral via het wegennetwerk, en de kosten daarvan, zoals brandstof en wegenbelas-

ting, komen niet als vaste kosten, maar als variabele kosten terug in de begroting van de kranten. En de vaste kosten, zoals investeringen in het wagenpark en opslagruimte bij distributiepunten, zullen waarschijnlijk verdubbelen als de hoeveelheid te bezorgen dagbladen verdubbelt.

Een tweede voorstel van de commissie is om de Tijdelijke wet mediaconcentraties op te heffen. Die wet houdt in dat een bedrijf niet meer dan 35 procent van de krantenmarkt mag bezitten. Opheffing zal de winst van zittende grote partijen ten goede komen, maar het is de vraag of de consument er ook van profiteert. Zo stellen Dertouzos en Trautman (1990) dat minder concurrentie vrijwel altijd zorgt voor een verhoging van de prijzen in de dagbladenmarkt.

Een potentieel voordeel van het afschaffen van de mededingingsbeperking op de dagbladenmarkt noemt George (2007). Zij stelt dat de variatie in nieuws stijgt bij een grotere concentratie van het eigendom in de dagbladpers. Deze contra-intuïtieve uitkomst komt doordat kranten van dezelfde eigenaar niet met elkaar concurreren om lezers: zij kunnen zich hierdoor op verschillende markten richten. Hierdoor worden kranten wel slechtere substituten voor elkaar, zodat ook in de analyse van George (2007) sprake is van een prijsopdrijvend effect, dat de winsten laat stijgen. De positieve effecten van meer variatie, zoals een betere aansluiting bij de wensen van de consument, zullen dan moeten worden afgewogen tegen de effecten van een hogere prijs. Deze afweging wordt door het rapport alleen niet genoemd, zodat het gissen blijft of de commissie-Brinkman de Tijdelijke wet mediaconcentraties alleen wil afschaffen om de winst van de dagbladen te vergroten, dan wel om de consument te helpen. Het is jammer dat de voorstellen van de commissie-Brinkman, buiten de internetbelasting, slechts zo beperkt in de media zijn besproken. Dit terwijl het over voorstellen met potentieel sterke mededingingsbelemmerende effecten gaat. Deze mededingingsbeperking verhoogt misschien de winsten, maar als de consument er geen voordeel bij heeft, lost dit het probleem van afnemende oplages waarschijnlijk niet op.

LITERATUUR

- Dertouzos, J. en W. Trautman (1990) *Economic effects of media concentration: estimates from a model of the newspaper firm*. *Journal of industrial economics*, 39(1), 1-14.
- Europese Commissie (2004) *Richtsnoeren voor de beoordeling van horizontale fusies op grond van de Verordening van de Raad inzake de controle op concentraties van ondernemingen*. Brussel: EC.
- George, L. (2007) *What's fit to print: The effect of ownership concentration on product variety in daily newspaper markets*. *Information economics and policy*, 19(3-4), 285-303.
- Kalshoven, F. (2009) *Brinkman doorbreekt mediataboes*. *Volkskrant*, 27 juni, 13.
- Tijdelijke commissie innovatie en toekomst pers (2009) *De volgende editie*. Den Haag: Ministerie van OCW.