

**'Het enige
dat zeker is
is dat weinig
hetzelfde
blijft op de
nieuws-
markt'**

Een toekomst van, met, of zonder het ANP?

Tot nog toe heeft het ANP een dominante positie in het medialandschap. De vraag is of dit zo blijft. De snelle ontwikkelingen en financiële onzekerheid betekenen dat niemand weet hoe de nieuwsvoorziening er over tien jaar uit ziet. Drie wetenschappers schetsen drie toekomstbeelden voor het persbureau.

tekst NEL RUIGROK, WOUTER VAN ATTEVELDT EN KASPER WELBERS

Met de oprichting van Stichting ANP in 1934, kreeg Nederland in navolging van veel Europese landen ook een centraal persbureau. Het Algemeen Nederlandsch Persbureau had als doel om zonder winstoogmerk objectieve informatie te verstrekken op basis van berichten uit binnen- en buitenland. Na enige redactie werd deze informatie verspreid onder de deelnemers, toentertijd zo'n negentig dagbladen. 84 jaar later is het ANP nog steeds een belangrijke speler in het Nederlandse medialandschap, of zoals CDA-Kamerlid Joop Atsma het zei in 2009: 'Het ANP zit in de haarvaten van onze samenleving.'

De positie van het ANP is in de loop der tijd wel danig veranderd. Enerzijds is het ANP belangrijker geworden als nieuwsleverancier voor de traditionele en online media. De commercialisering en digitalisering van de mediemarkt en de financiële crisis hebben de nodige sporen achtergelaten. De sector kampt al jaren met krimpende budgetten, meer concurrentie en steeds meer freelance journalisten moeten de vele pagina's en websites in minder tijd vullen met nieuws. Veel traditionele media zijn door deze ontwikkelingen afhankelijker geworden van persbureaus voor grote delen van hun inhoud. Voor online-only media geldt dit nog sterker.

Anderzijds is het ANP ook zakelijker geworden. Van een stichting is het een commercieel bedrijf geworden in handen van investeringsmaatschappijen. Ook biedt het persbureau, via ANP Zakelijk, diensten aan op het gebied van mediamonitoring, -analyse en -distributie.



Nel Ruigrok is directeur van LJS Nieuwsmonitor, dat onderzoek doet naar de invloed van media op onze samenleving. Zij doet dit voor diverse organisaties zoals ministeries, semi-overheidsinstellingen en het bedrijfsleven. Daarnaast geeft ze communicatieadvies en datajournalistieke workshops en doceert ze enkele vakken aan de Master Media & Journalistiek aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam.



Kasper Welbers is postdoctoraal onderzoeker communicatiewetenschap bij de Vrije Universiteit van Amsterdam. In zijn proefschrift onderzocht hij hoe het nieuwsselectieproces veranderd is in het digitale tijdperk. Momenteel doet hij onderzoek naar terrorisme-berichtgeving en geeft onderwijs in de toepassing van datawetenschap.

Investerings op dit gebied bleken nodig door teruglopende inkomsten op het gebied van nieuwsvoorziening, veroorzaakt door de financiële crisis en de concurrentie op de markt in de vorm van Novum Nieuws, opgericht in 1999. De dagbladen namen minder producten af van het ANP of, zoals in het geval van NRC en het FD, liepen over naar de concurrent.

Niettemin heeft het ANP haar dominante positie in het medialandschap kunnen behouden, zeker nadat zowel de Geassocieerde Pers Diensten (GPD) als Novum het loodje hadden gelegd. Of dit in de toekomst ook zo blijft is echter nog maar de vraag. De snelle ontwikkelingen en financiële onzekerheid op de nieuwsmarkt betekenen dat niemand weet hoe de nieuwsvoorziening er over tien jaar uit zal zien. We kunnen echter wel een aantal mogelijke toekomstbeelden schetsen: 1) verdergaande concentratie met een centrale rol voor het ANP in de nieuwsmarkt, 2) een breuk tussen ANP en de traditionele media, 3) een vergaande interventie door de overheid.

Verdergaande concentratie met een centrale rol voor het ANP

Het ANP zal ook binnen Talpa Networks een centrale en onafhankelijke rol krijgen, aldus John de Mol en de directie van het ANP: 'Het redactiestatuut staat niet ter discussie. Onze nieuwsvoorziening blijft snel, feitelijk en onafhankelijk.' Met de aanvullende nieuwsdienst wil

het bedrijf weerstand bieden aan bedrijven als Google en Facebook en de teruglopende reclame-inkomsten compenseren. Een nieuwsdienst is onontbeerlijk omdat het bedrijf nieuwsconsumenten dag en nacht wil volgen en bedienen van nieuws en amusement. Investeringsplannen worden reeds gesmeed om van het ANP het grootste persbureau van Europa te maken en om Talpa Network een centrale positie in de nieuwsmarkt te geven. In een interview met NRC sprak bestuursvoorzitter van moederbedrijf Talpa Holding, Pim Schmitz, onlangs de ambitie uit om over vijf jaar één van de twee - of zelfs het enige - mediabedrijven te zijn die Nederland dan nog rijk is.

Wanneer dit het geval is zal daar wat betreft de dominantie van het persbureau inderdaad niets veranderen, maar zal de diversiteit van het nieuws verder onder druk komen te staan omdat nog meer mediatitels de berichten van het ANP zullen overnemen, al dan niet betalend. In het meest positieve geval zou dit de kwaliteit van de journalistiek ten goede kunnen komen, omdat er naast de al toegezegde investeringen vanuit Talpa meer middelen beschikbaar komen voor nieuwsgaring. Het verlies van diversiteit en concurrentie kan echter ook de onafhankelijkheid van de journalistiek in gevaar brengen, en het is niet gegeven dat in de toekomst onafhankelijke kwaliteitsjournalistiek de eerste prioriteit blijft van een persbureau dat volledig in handen is van een commerciële partij.

Breuk tussen het ANP en traditionele nieuwsmedia

Ondanks de toegezegde onafhankelijkheid en investeringen in het ANP heerst echter ook scepsis bij de huidige afnemers van ANP: het is nu immers opgenomen in een bedrijf dat direct wil concurreren met de traditionele nieuwsmedia. Bedrijven die groot genoeg zijn zouden kunnen overwegen om zelf aan 'insourcing' te doen maar het is de vraag in hoeverre dit voldoende tegenwicht biedt. Zo besloten Wegener en Media Groep Limburg (MGL) in 2012 tot de oprichting van een eigen persbureau, De Persdienst, die voor de eigen regionale dagbladen het nieuws ging verzorgen. Wegener en MGL stapten uit de GPD, een persbureau dat vooral aan de regionale dagbladen (achtergrond) verhalen leverde. Dit betekende het einde van de dienst. Maar ook De Persdienst haalde het niet en is twee jaar na oprichting ter ziele gegaan door de overname van Wegener door de Persgroep.

Deze concentratie van de mediamaakt is nog steeds gaande en het is nog maar de vraag of er plaats blijft voor een onafhankelijk persbureau dat meerdere mediatitels bedient. Zo stelt Christian Van Thillo van de Persgroep in een interview met NRC Handelsblad naar aanleiding van de overname van Mecom, de groot-

ste uitgever van regionale kranten in Nederland, dat overnames en kostenbesparingen nodig zijn 'om onze publicaties te kunnen veranderen in winstgevende multimediale merken'. Het lijkt er inderdaad op dat er uiteindelijk maar een of enkele mediabedrijven zullen overblijven op de Nederlandse mediamarkt, met alle gevolgen van dien. TNO constateerde in 2012, toen het ANP nog concurrentie ondervond van Novum, dat er veelvuldig kopieergedrag van nieuws voorkwam. Sterker nog, in het rapport concludeert TNO: 'Het gevaar is reëel dat wanneer nieuws steeds meer wordt gekopieerd zonder ervoor te betalen, de economische basis voor het origineel zo smal wordt, dat het niet meer geproduceerd wordt.' Het is dus maar de vraag of er binnen de mediabedrijven genoeg geld en bereidheid overblijft om een gedegen, onafhankelijke nieuwsvoorziening te waarborgen.

Een tweede persbureau zou de diversiteit van het nieuws ten goede kunnen komen, maar door het verminderen van schaalvoordelen kan het ook leiden tot verschraling van het echte nieuwsaanbod. Ook als een tweede persbureau uiteindelijk niet levensvatbaar blijft dan zal door de toegenomen concurrentie een kleiner deel van de investeringen vanuit Talpa de daadwerkelijke vernieuwing en versterking van de (kwaliteits)journalistiek ten goede komen.

Vergaande interventie van de overheid

In 2009 pleitte CDA-Kamerlid Joop Atsma ervoor om het ANP vanuit de overheid te steunen om zo de levering van objectief en onafhankelijk nieuws te kunnen waarborgen voor de abonnees. Deze roep kwam in een tijd dat de media in Nederland volop te maken kregen met de gevolgen van de economische crisis. Overheidsingrijpen werd toen echter afgehouden vanuit Den Haag omdat er geen noemenswaardige problemen werden geconstateerd. Zeker niet toen het ANP een concurrent kreeg in de vorm van Novum: Vanuit het oogpunt van 'level playing field', wees de minister in een brief aan de Kamer in 2011 overheidssubsidie voor het ANP af. Door toegenomen zorgen over de verspreiding van desinformatie ('fake news') en ongewenste buitenlandse invloed op de berichtgeving kan de roep om overheidsingrijpen echter weer toenemen, zeker als het ANP na de overname minder als onafhankelijke speler wordt gezien. De overheid zal dan zoeken naar een manier om de journalistiek te ondersteunen zonder de markt te verstoren en zonder inhoudelijk in te grijpen in de nieuwsvoorziening. Alhoewel er vele opties denkbaar zijn, is het mogelijk dat hiervoor een nieuwe taak bij de NOS wordt belegd. Een taak als nationaal persbureau sluit immers naadloos aan bij de missie van de NOS die tot doel heeft, 'de primaire informatiebron te zijn op



Wouter van Atteveldt is universitair hoofddocent communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit. Zijn onderzoek richt zich op politieke communicatie, journalistiek en mediagebruik. Daarnaast doceert hij verschillende vakken op het gebied van (data)journalistiek en communicatiewetenschap.

Hoe zie jij de toekomst van het ANP? Geef je mening en discussieer mee op villamedia.nl

het gebied van nieuws, sport en evenementen'. Daar komt bij dat het publiek de NOS in hoge mate vertrouwd als nieuwsbron, meer dan iedere andere mediatitel in Nederland. Een extra dienst waarbij een groot aantal journalisten het nieuws dat wordt verzameld ook in tekstvorm aanbiedt aan de overige media, kan ervoor zorgen dat de pluriformiteit van het nieuws wordt bevorderd.

Bovendien kan deze taak ook leiden tot een oplossing voor een al langer lopende discussie binnen de mediawereld, namelijk de inzet van overheidsgeld voor de website van de NOS. Met name de dagbladsector is hier verbolgen over omdat zij proberen online verdienmodellen te ontwikkelen, terwijl de website van de NOS wordt gebouwd met overheidsgeld. Waar commerciële titels geld vragen voor online kwaliteitsjournalistiek kan de NOS deze artikelen gratis leveren aan het publiek. Eerdere discussies tussen de dagbladsector en minister Slob hebben niet geleid tot verandering. De minister ziet niets in maatregelen zoals die in Vlaanderen en Duitsland wel gelden, waar de publieke omroep zich vooral moeten richten op audiovisuele producten en zich moeten beperken wat betreft geschreven teksten. Wanneer de NOS echter haar journalistieke producten niet alleen op de eigen site zet maar deze ook gratis of tegen kostprijs aan de dagbladsector kan leveren, kan de hele mediasector hiervan meeprofiteren en houden de traditionele media meer middelen over om zich te concentreren op vernieuwing en onderzoeksjournalistiek. Het is echter maar de vraag of de overheid voor deze route kiest: de publieke omroep is immers vaker onderwerp van bezuiniging dan van investering, en traditionele media kunnen ook huiverig zijn om zich afhankelijk te maken van wat als overheidsdienst gezien kan worden.

Zoals deze drie scenario's laten zien is het enige dat zeker is dat weinig hetzelfde zal blijven. De nieuwsmarkt is onder druk van commercie, technologie, en nu ook ongewenste inmenging, op drift, waarbij de geschiedenis van het ANP van stichting via concurrentie naar concentratie dient als goede illustratie. Voor de toekomst van de Nederlandse journalistiek is de toekomstige rol van het ANP daarom een interessante graadmeter.