

Subsidie voor onderzoek naar het medialandschap in 2015

Het Stimuleringsfonds voor de Pers heeft besloten een subsidie in de vorm van een uitkering van maximaal € 16.000,- beschikbaar te stellen aan een onderzoeksproject dat tot doel heeft een toekomstbeeld te schetsen van het Nederlandse medialandschap, met nadruk op de ontwikkeling van het geschreven woord.

Het onderzoek wordt uitgevoerd door Hille van der Kaa, momenteel werkzaam bij VNU Media, en richt zich vooral op de uitgeverskant van de ontwikkelingen in het medialandschap, te weten: onderwerpen als algemene strategie, rechten rondom content, supply chain management, adverteren, corporate strategy en HRM. Voor dit onderzoek worden onder andere interviews gehouden met 21 keyplayers in de mediawereld. Op basis van de uitkomsten van het onderzoek wordt een checklist ontwikkeld met eigenschappen van een

succesvol mediabedrijf in de toekomst. Het onderzoek zal worden gepubliceerd in boekvorm en vormt tevens de basis van een discussieplatform voor mensen werkzaam aan de businesszijde van de media ('het businessbroertje van De Nieuwe Reporter'). Na het onderzoek in 2008 zal op deze website een jaarlijks terugkerende check worden gepubliceerd van de toekomstverwachtingen c.q. onderzoeksresultaten. Het Stimuleringsfonds heeft besloten een subsidie in de vorm van een uitkering voor de directe onderzoekskosten ter hoogte van € 16.000,- te verschaffen voor de medefinanciering van dit project.

Het besluit tot het inwilligen van de aanvraag is gebaseerd op artikel 54 sub d, resp. artikel 58, van het Mediabesluit dat het Stimuleringsfonds de mogelijkheid biedt subsidie te verstrekken aan

onderzoek ten behoeve van de persbedrijfstak als geheel, voor zover dat onderzoek past in de doelstelling van het Stimuleringsfonds. In meerdere geschriften is door het Stimuleringsfonds gesuggereerd dat de persbedrijfstak zich wat innovatie betreft actief zou moeten opstellen om niet zo defensief maar meer offensief met name de mogelijkheden van nieuwe (elektronische) ontwikkelingen te benutten. Dit onderzoek past hier in beginsel goed bij, zeker omdat niet alleen naar elektronische ontwikkelingen wordt gekeken, maar ook naar ontwikkelingen op het gebied van onder meer personeel, marketing en adverteren. Het onderzoek past derhalve binnen de hierboven geschetste kaders.

(Mededeling ingevolge artikel 65 Mediabesluit)