

Europese eenheid

In 1995 verschenen de eerste online-versies van kranten. Nu, tien jaar later, is er bijna geen dagblad meer te vinden zonder website. Kranten die op het internet zijn ontstaan blijken zeldzaam, de Duitse *www.netzeitung.de* is een uitzondering. Hoe verhoudt de krant op papier zich met zijn digitale evenknie? En is het mogelijk om met online kranten winst te maken? Deze en andere vragen zijn alleen te beantwoorden als je het vergelijkenderwijs bekijkt. En dat is nu eindelijk gedaan in een even simpel als nuttig boek. Onder redactie van de Amsterdamse communicatiewetenschappers *Richard van der Wurff* en *Edmund Lauf* presenteren onderzoekers uit zestien Europese landen de stand van zaken waar het gaat om de vergelijking tussen de papieren en de digitale krant. Hoe moeilijk het ook is Estland met Spanje te vergelijken, of Portugal met Ierland, toch blijkt het via strikte spelregels mogelijk te zijn gegevens zo te ordenen dat ze ook echt vergelijkbaar zijn. Zo werd in alle zestien landen een en dezelfde dag als object van onderzoek gekozen, 8 oktober 2003, om de websites van drie kranten te vergelijken met hun papieren versie.

Van der Wurff c.s. wilden weten of er geld verdiend wordt met online-kranten, of de digitale versie afwijkt van de papieren equivalent en of er ander soort nieuws gemaakt wordt via het internet dan op papier. Hoeveel subvragen ze verder ook bedacht hebben, de antwoorden leverden gek genoeg weinig spectaculairs op. We hadden wel verwacht dat er doorgaans geen geld wordt verdiend met de online-kranten, behalve als je via zo'n site auto's of verzekeringen verkoopt. En in geen van de zestien onderzochte landen heeft de online-krant tot grote journalistieke vernieuwingen geleid. En ook al zou die hebben plaatsgegrepen, dit onderzoek beperkt zich tot de voorpagina's van zestig gedrukte en evenzoveel online-kranten. De auteurs geven ook toe dat het een smalle marge is om vergaande conclusies te trekken.

Het belang van dit boek zit echter in de bijzaken, in de met veel cijfers en gegevens onderbouwde profielen van het medialandschap in die zestien landen. Antwoorden op vragen als: hoeveel inwoners lezen een krant, wat is het percentage internetaansluitingen en met welke factor is dat aantal de laatste tien jaar toegenomen, geven meer duiding dan de wetenschap dat Arnold

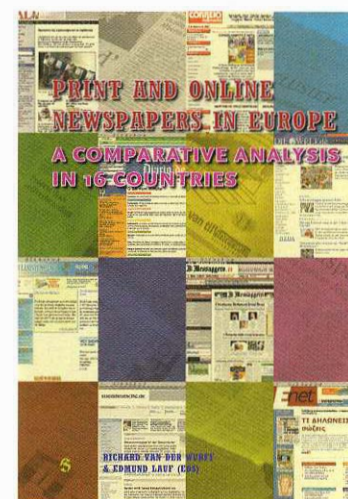
Schwarzenegger op alle voorpagina's (zowel op papier als online) stond omdat hij op 8 oktober 2003 tot gouverneur van Californië benoemd werd. Alleen het *Algemeen Dagblad* maakte daar geen voorpaginanieuws van.

Verder weten we nu onder meer dat de Vlaamse *De Standaard Online* zestigduizend bezoekers per dag trekt, en dat in Bulgarije in zes jaar tijd de oplage van gedrukte kranten is gestegen met 75%, niet vreemd voor een land waar pas sinds 1991 weer vrije kranten verschijnen. Slechts 23% van de bevolking heeft daar een aansluiting op het internet, in Denemarken is dat 83%.

Hoewel er geen enkele technische of journalistieke noodzaak toe is, zie je dat kranten hun site gebruiken om zoveel mogelijk de papieren krant te imiteren en dat er bijzonder weinig gebruik wordt gemaakt van de technische meerwaarde, zoals beeld en geluid, die internet biedt. Voor de multimediarevolutie moet je niet bij online-kranten zijn. Dat is op zichzelf geen ramp, maar opgeteld bij het gegeven dat sites doorgaans geen winst maken én dat met name jongeren afhaken als lezer van de papieren krant, geven je het gevoel dat meer experimenteren wel zou lonen. Op een paar voormalige Oost-Europese titels na, lijken de problemen waarmee de online en de papieren kranten zich geconfronteerd zien verrassend veel op elkaar. Met enig understatement wordt over Wegener gezegd dat dit een concern is met een traditie 'of keeping costs low', en toen er dan eens flink werd geïnvesteerd, in platenmaatschappij, muziekwinkel en televisiestation Arcade, liep dat helemaal mis. Na vijf jaar moest Arcade weer verkocht worden en promoveerde de directie de regionale krant weer tot *core business*.

Het zijn allemaal bijzaken, maar als overzicht van de Europese dagbladenmarkt is dit een geweldig leuk boek. De transmissie van de Engelse *broadsheets* naar tabloids bijvoorbeeld, kan netjes vergeleken worden met de invoering van online-versies en de daarbij horende oplagecijfers. De grote uitdaging voor de journalistiek, zo schrijft Van der Wurff in zijn conclusie, is om een rol te blijven spelen in een digitale omgeving waar lezers en journalisten over dezelfde bronnen kunnen beschikken. Wordt vervolgd. Hopelijk.

Hans Renders



Richard van der Wurff & Edmund Lauf (redactie). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Uitg. Het Spinhuis. 326 blz., ISBN 90 55892386. 56,75 euro.