

Opgave 2 Reorganisatie bij Telegraaf Media Groep

Bij deze opgave horen figuur 1 en de teksten 2 tot en met 4.

Inleiding

De Telegraaf kampt, net als veel andere kranten, al jaren met dalende oplages (zie figuur 1) en maakt daardoor minder winst. In een poging het tij te keren kondigde Telegraaf Media Groep (TMG), de uitgever van het dagblad, een aantal maatregelen aan. Om kosten te besparen worden de redacties van De Telegraaf en de regionale kranten van TMG samengevoegd (zie tekst 2). Volgens critici brengt dit risico's met zich mee, bijvoorbeeld voor de mate waarin de regionale kranten hun politieke functies kunnen vervullen (zie tekst 3).

Daarnaast is TMG in het voorjaar van 2017 met een online videoplatform gekomen: Telegraaf VNDG (zie tekst 4).

Gebruik figuur 1.

De daling van betaalde oplages van de Nederlandse landelijke dagbladen is een maatschappelijke ontwikkeling die geanalyseerd kan worden vanuit de vier benaderingswijzen van het vak maatschappijwetenschappen.

Vanuit elke benaderingswijze kun je verschillende soorten onderzoeksvragen stellen.

- 2p 5
- Formuleer een **beschrijvende** onderzoeksvraag vanuit de **vergelijkende** benaderingswijze, waarop het antwoord te vinden is in figuur 1.
 - Formuleer een **verklarende** onderzoeksvraag vanuit de **sociaal-culturele** benaderingswijze, die betrekking heeft op de informatie uit figuur 1.

Kranten, maar ook andere media kunnen voor innovatieve projecten financiële steun aanvragen bij een overheidsorgaan in de vorm van subsidies. Dit is het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (voor 1 juli 2014 was de naam Stimuleringsfonds voor de Pers). De doelstellingen van dit fonds komen overeen met de uitgangspunten van het mediabeleid van de overheid.

- 2p 6
- Noem twee uitgangspunten van het mediabeleid van de overheid die overeenkomen met de doelstellingen van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

Lees de regels 1 tot en met 28 van tekst 2.

Alle regionale kranten die genoemd worden in dit gedeelte van de tekst, zijn in de loop der jaren in handen gekomen van Telegraaf Media Groep.

- 1p 7
- Met welk begrip wordt de ontwikkeling genoemd waarbij een steeds groter deel van de totale dagbladenmarkt in handen komt van een steeds kleinere groep uitgevers?

Gebruik de regels 29 tot en met 48 van tekst 2.

De Nederlandse samenleving kan getypeerd worden als een informatiemaatschappij.

- 2p 8 Leg uit waarom de ontwikkeling in de richting van een informatiemaatschappij ertoe bijgedragen heeft dat dagbladen lezers hebben verloren. Betrek in je antwoord een kenmerk van een informatiemaatschappij en een gegeven uit het tekstfragment.

Zie de regels 42 tot en met 48 van tekst 2.

De Telegraaf en het Algemeen Dagblad behoren tot een andere categorie kranten dan de Volkskrant en het NRC Handelsblad.

- 4p 9 a Tot welke categorie kranten behoren De Telegraaf en het Algemeen Dagblad?
b Tot welke categorie kranten behoren de Volkskrant en NRC Handelsblad?
c Leg uit waarom de Volkskrant en NRC Handelsblad minder lezers verliezen aan de concurrentie van gratis media dan kranten als De Telegraaf en het Algemeen Dagblad. Betrek in je uitleg een kenmerk van de berichtgeving van de categorie kranten waartoe de Volkskrant en NRC Handelsblad behoren.

Gebruik tekst 3.

Door de voorgenomen reorganisatie verliest een kwart van de regionale journalisten bij Telegraaf Media Groep zijn baan. Op 11 januari 2017 vertelde Piet Bakker, lector massamedia en digitalisering aan de Universiteit van Utrecht, in het radioprogramma EenVandaag over de gevolgen daarvan voor de politieke functies van de regionale media. Tekst 3 geeft enkele fragmenten van dit radio-interview weer.

Onder de informatiefunctie van de media vallen verschillende politieke (sub)functies, zoals de informatiefunctie over politiek en de controle- of waakhondfunctie.

- 2p 10 Leg uit welke **twee andere** politiek-informatieve functies van de media de regionale kranten na de reorganisatie volgens tekst 3 minder goed kunnen vervullen. Betrek in je uitleg gegevens uit tekst 3.

Lees tekst 4.

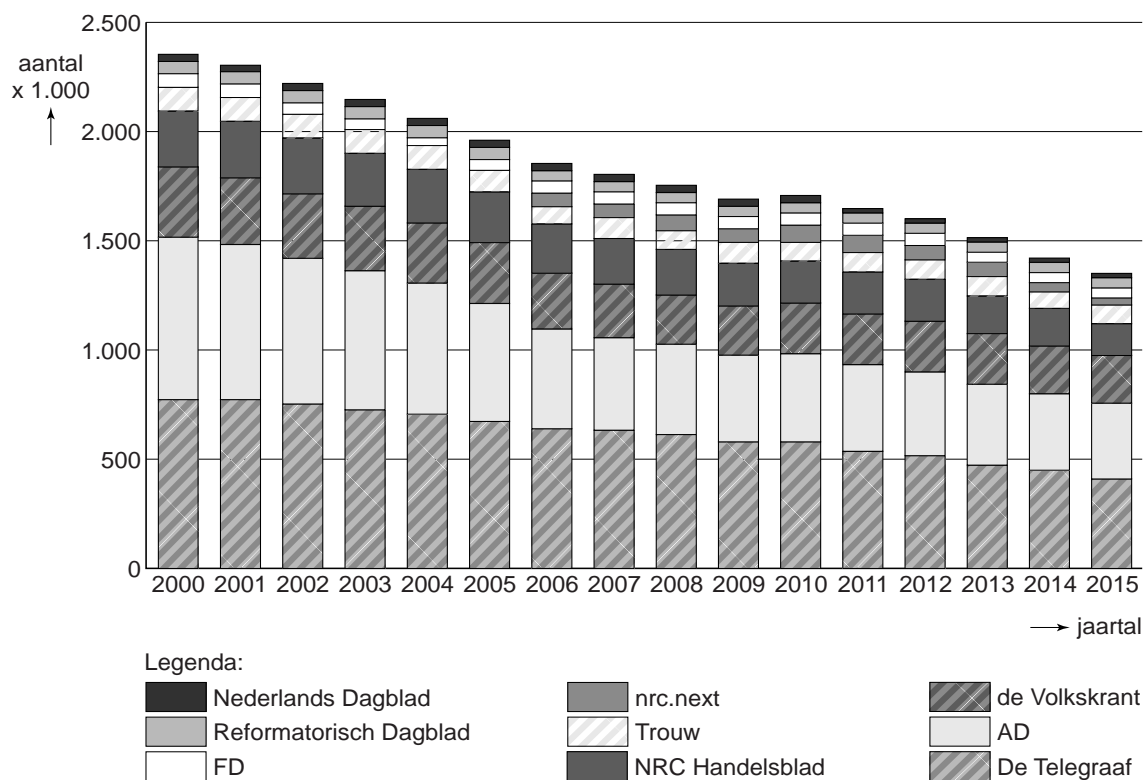
Telegraaf Media Groep presenteerde haar nieuwe online videoplatform op een bijeenkomst voor adverteerders.

- 2p 11 – Leg uit waarom het voor TMG belangrijk is om deze ontwikkeling met adverteerders te delen.
– Leg uit waarom adverteerders belang hebben bij het gepersonaliseerde aanbod van ‘Mijn Telegraaf VNDG’.

Opgave 2 Reorganisatie bij Telegraaf Media Groep

figuur 1

Totale betaalde oplage landelijke dagbladen in de periode 2000-2015 gemiddeld per dag



bron: Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, www.svdj.nl, 19 april 2016

tekst 2

Zelfs het kantoor van Telegraaf Media Groep gaat in de verkoop

Kun je verslag doen van het lokale
nieuws in Bloemendaal,
Bovenkarspel of Bussum vanuit een
kantoor in het havengebied van
5 Amsterdam?

Dat is een relevante vraag voor de
abonnees van het Haarlems
Dagblad, het Noordhollands Dagblad
en De Gooi- en Eemlander. Hun
10 kranten worden binnenkort voor een
groot deel gemaakt door een redactie
die verhuist van Alkmaar naar het
Telegraaf-gebouw in Amsterdam.

De verhuizing maakt deel uit van een
15 nieuwe reorganisatie bij uitgeverij
Telegraaf Media Groep (TMG). Weer
een reorganisatie bij TMG. Deze
operatie moet vanaf 2018 minstens
90 miljoen euro opleveren.

20 Dagbladjournalisten en lezers zijn
'uitermate bezorgd' over deze gang
van zaken, aldus de Stichting
Ondersteuning HDC Media, een

belangenstichting van de regio-
25 kranten. De nu nog zelfstandige
regionale kranten van TMG dreigen
te worden ontmanteld en opgeslokt
door De Telegraaf.

De problemen van TMG zijn de
30 problemen van alle traditionele
mediabedrijven in de westerse
wereld. Zij verdienen nog (veel) geld
met hun papieren uitgaven, maar
realiseren zich tegelijkertijd heel
35 goed dat zij moeten innoveren en
nieuwe inkomsten online moeten
zoeken. Een blik in een treincoupé in
de ochtendspits is voldoende: De
Telegraaf is een uitzondering, een
40 paar mensen lezen Metro, de rest
kijkt op z'n mobiel.
Verder hebben kranten als De
Telegraaf, maar ook het AD /
Algemeen Dagblad, meer dan
45 kranten als de Volkskrant en NRC
Handelsblad, het probleem dat hun
kopij ook vaak elders, gratis, in
andere media te vinden is.

naar: NRC Handelsblad, 27 september 2016

tekst 3**Fragmenten radio-interview met Piet Bakker naar aanleiding van de reorganisatie bij Telegraaf Media Groep**

“De kranten waar we nu over praten hebben vijftien edities en deze kranten omvatten tientallen gemeenten. Je kunt dat niet met heel
 5 weinig journalisten doen, want dan heb je ook geen tijd om eens een keertje iets goed uit te zoeken.”
 “Bijvoorbeeld er wordt in een stad een theater van bijna 30 miljoen
 10 gebouwd. Dat is echt een ingewikkeld dossier. Daar kan een journalist niet van zeggen: ik ga daar even in anderhalf uur een stukje over tikken. Dat is ontzettend veel werk.
 15 Hoe zit dat? Wanneer is de beslissing genomen? Kunnen we dat wel betalen? Wat zijn de gevolgen op

lange termijn? Dat is echt het soort van werk dat de lezer verwacht van
 20 een regionale krant en ik vrees dat dat het soort van werk is dat het eerst het loodje gaat leggen.”

“Wat een journalist nog wel kan doen is de agenda van raads-
 25 vergaderingen bijhouden en persberichten overtuiken.”

“De lezer blijft minder op de hoogte van wat er in de gemeente gebeurt. Ook het platform voor politieke
 30 partijen om ideeën te verspreiden wordt minder groot.”

naar: interview met Piet Bakker, lector massamedia en digitalisering in Radio EenVandaag, 11 januari 2017

tekst 4**Telegraaf lanceert videoplatform VNDG**

Telegraaf Media Groep komt vanaf voorjaar 2017 met het nieuwe online videoplatform Telegraaf VNDG. Dit werd bekend gemaakt op de
 5 presentatie die de uitgever woensdag voor adverteerders organiseerde in Theater Amsterdam.

Via Telegraaf VNDG krijgt de consument on demand, overal en
 10 altijd, toegang tot grotendeels gepersonaliseerd nieuws via ieder device. Het online platform biedt de

gebruiker content die is toegespitst op het persoonlijke kijkgedrag.
 15 Daarnaast is het mogelijk dagelijks op een zelfgekozen moment de videosamenvatting van die dag te ontvangen op basis van eigen interessegebieden. Via ‘Mijn
 20 Telegraaf VNDG’ krijgt de gebruiker een overzicht van alle videocontent die hij of zij volgt, van programma’s, categorieën tot journalisten. Ook is het mogelijk om video’s op te slaan
 25 om later te bekijken.

naar: Marketingtribune.nl, 6 oktober 2016