



TPEdigitaal
Jaargang 15 nr. 1
Juni 2021

Themanummer
Economische journalistiek

Economische journalistiek.....	1
<i>Marc Pomp, Paul Teule en Bert Tieben</i>	
Het goede gesprek over economie: De krant is (g)een economieles.....	8
<i>Frank Kalshoven</i>	
Gebit van de economische waakhond kan opknopbeurt gebruiken	12
<i>Job Woudt</i>	
Verlies aan kritisch tegenwicht van de macht dreigt	16
<i>Ria Roerink</i>	
Het draait echt om de centen	20
<i>Eric Smit</i>	
Klokkenluiders en journalisten tegen economische fraude	24
<i>Ben Vollaard</i>	
Hans de Boer en de objectiviteit van de economische journalistiek.....	32
<i>Martin Visser</i>	
Goed nieuws is geen nieuws: over de ingewikkelde driehoeksrelatie tussen economie, economisch nieuws en publieke opinie	36
<i>Alyt Damstra</i>	

TPEdigitaal is een uitgave van de Stichting TPEdigitaal te Amsterdam.
ISSN: 1875-8797

Colofon

Het tijdschrift TPEdigitaal verschijnt vier maal per jaar en wordt uitgegeven door de onafhankelijke stichting TPEdigitaal te Amsterdam onder ISSN 1875-8797.

Redactie

dr. K. Bruns
drs. A.R.B.J. Houkes-Hommes
dr. G.W. Meijerink
dr. J.M. Pomp
drs. P.R. Teule
dr. L.A.W. Tieben

Redactieadres

[redactie/tpedigitaal.nl](mailto:redactie@tpedigitaal.nl))

Wetenschappelijke adviesraad

dr. P.A. Boot
prof. dr. C.L.J. Caminada
prof. dr. H.P. van Dalen
prof. dr. W.H.J. Hassink
prof. dr. P.W.C. Koning
prof. dr. C.C. Koopmans
dr. K.B.T. Thio
prof. dr. B. ter Weel

Bureauredactie

J.L. Verbruggen

Onderhoud website

René Nieuwenhuizen

Foto website

Shutterstock.com. / superjoseph

Uitgever

Stichting TPEdigitaal
p/a Amstelveenseweg 1056
1081 JV Amsterdam

Economische journalistiek

Marc Pomp, Bert Tieben en Paul Teule

Dit themanummer over economische journalistiek is grotendeels gevuld met bijdragen van economische journalisten zelf. De motivatie voor een themanummer over dit onderwerp is dat goede economische journalistiek van groot maatschappelijke belang is. Dit artikel geeft een onderbouwing van deze stelling. Vervolgens vatten we de zes artikelen samen, gevolgd door een poging de rode draden uit de verschillende artikelen te halen. We sluiten af met een oproep aan 'vrije economen' om vooral actief deel te nemen aan het publieke debat en aan hoofdredacties om te zorgen voor een divers palet aan economische invalshoeken.

Veel van de grote vragen van onze tijd gaan over economie of hebben in ieder geval een flinke economische component. Om een paar voor de hand liggende thema's te noemen: bij veel beleidskeuzes rond klimaat, migratie, arbeidsmarkt en sociale zekerheid, zorg en Europa gaat het om een afweging van maatschappelijke kosten en baten. Deze keuzes hebben grote gevolgen voor de economie. Economische analyses zouden dus een rol moeten spelen bij dit soort beleidskeuzes. Niet iedereen is het met deze stelling eens. Zo meent Bram van Ojik dat de kosten-batenanalyse van migratie van Hartog et al. (2021) 'irrelevant' is omdat het bij migratiebeleid uitsluitend zou gaan om een morele afweging, geen economische afweging (FD, 10-4-2021). Dit lijkt ons een onhoudbare stelling. Dat morele overwegingen óók een rol spelen is natuurlijk waar, niet alleen bij migratiebeleid maar ook bij zorg en klimaat. Maar dan wil je nog steeds weten wat de economische gevolgen zijn van verschillende beleidskeuzes: wat zijn de kosten, wat zijn de baten en hoe zijn de kosten en baten verdeeld? Een bewuste keuze om die economische effecten buiten beeld te houden is een recept voor ondoelmatig en daarmee slecht beleid.

Omdat in een democratie politieke keuzes draagvlak moeten hebben onder de bevolking, volstaat het niet als alleen beleidsmakers weten wat de (mogelijke) economische gevolgen zijn van beleidskeuzes. Immers, als het publiek die kennis niet heeft kan het zijn politieke voorkeuren daar niet op baseren. Dat was 24 jaar geleden althans de opvatting van de toenmalig hoofdredacteur van ESB, Hugo Keuzenkamp, die in zijn inleiding bij het themanummer over economische journalistiek schreef: "[G]oede economische journalistiek is van groot maatschappelijk belang. De publieke opinie en politieke besluitvorming worden sterk beïnvloed door wat kranten over economie te melden hebben."

Keuzenkamp was niet gerust op de kwaliteit van de economische journalistiek: "Maar economische journalistiek is moeilijk, want de journalist moet het tegen drie draken opnemen: feiten, betrokkenen en deskundigen. Feiten zijn te talrijk en complex, betrokkenen te betrokken en deskundigen te verdeeld, of juist te saai. Om deze draken te bedwingen moet de

journalist goed beslagen ten strijde trekken. Zonder gedegen economische scholing komt hij niet ver, zoals Frank Kalshoven in dit nummer betoogt.”

Inderdaad stelt Frank Kalshoven een paar bladzijden verderop in hetzelfde themanummer dat journalisten, door hem aangeduid als de ‘poortwachters van het publiek debat’, “[...] dat de functie van poortwachter (te) vaak met (te) weinig economische kennis uitgeoefend wordt. De tweede stelling luidt dan ook dat de onbevredigende toestand van de Nederlandse economische journalistiek twee samenhangende oorzaken heeft: gebrek aan scholing en een te laag loonniveau.”

In een reactie op het themanummer kwamen van Damme et al. overigens tot een nog veel vernietigender oordeel over de economische journalistiek dan Kalshoven: “De feitenweergave is vaak onvolledig en onzorgvuldig. Daarnaast ontbreken analyses, achtergrondartikelen en bredere verbanden grotendeels. *De krant levert nauwelijks een bijdrage aan het beter begrijpen van economische processen.*” (cursivering toegevoegd, PTT).

De empirische basis voor al dit pessimisme was een artikel in dezelfde ESB van de ‘onderzoeksgroep economie in de krant’ (Jean Jacques Herings, Eric van Damme, Henri de Groot, Gilbert van Hagen, Theo Leers en Richard Nahuis). In hun artikel belichtten zij de berichtgeving in Nederlandse kranten over een wetsontwerp voor een tijdelijke verlaging van het minimumloon. Hun conclusie: “Verbaal is de analyse van de kranten niet sterk, getalsmatig ronduit zwak”.

Dit is natuurlijk een veel te smalle basis voor het trekken van algemene conclusies, maar systematisch empirisch onderzoek naar de kwaliteit van de economische journalistiek is ons niet bekend. Of en hoe die kwaliteit is veranderd in de kwart eeuw na het verschijnen van het themanummer van ESB valt daarom evenmin objectief vast te stellen. Maar we konden wel aan journalisten zelf vragen hoe zij aankijken tegen de stand van de economische journalistiek op dit moment. Dit themanummer bevat daarvan de weerslag. We hebben de auteurs de vrije hand gegeven in de keuze van onderwerp, maar wel een paar vragen meegestuurd om duidelijk te maken wat ons voor ogen stond met dit themanummer. Vragen zoals: Wat is goede economische journalistiek? Waarom is economische journalistiek belangrijk? Draagt goede economische journalistiek bij aan beter economisch beleid?

Hoofdpunten

Het beeld dat uit de verschillende bijdragen naar voren komt wijkt nogal af van dat in de ESB uit 1997.

Kalshoven (VK) is de enige auteur in dit themanummer die destijds ook heeft meegewerkt aan de ESB special. Kalshoven was toentertijd chef economie bij de Volkskrant. In navolging van zijn eigen advies in zijn ESB-artikel stelde hij daadwerkelijk een hele batterij academische economen aan (die hij naar we mogen aannemen prima betaalde). Dat bleek niet op te leveren wat hij ervan verwacht had. In dit themanummer blikt hij terug op die episode. Kort

samengevat is zijn conclusie dat academisch economen lang niet altijd goed kunnen schrijven en ook geen fijne neus hebben voor wat nieuwswaardig is.

Dit probleem is volgens Kalshoven deels opgelost door economisch columnisten: “Gehargeerd: de redacteur economie van dienst zet de werkloosheidscijfers van het CBS netjes in de krant; de columnist wijdt er een analyse aan (liefst) al dan niet met een mening (optioneel).” Deels opgelost, want Kalshoven pleit ook voor meer opiniebijdragen van ‘vrije economen.’ We komen hier nog op terug.

Woudt (FD) kent ook het ESB-themanummer uit 1997, en constateert dat het “... verscheen op een moment dat de financieel-economisch journalist uit zijn schulp trad. Dat was niet zonder toeval. Was zijn lot voorheen de beurspagina achterin de krant, vanaf de jaren negentig ging de rode loper voor hem uit – het waren hoofdzakelijk mannen in die jaren.” Over de kritiek in het themanummer zegt hij: “De sociaal- en financieel-economisch journalisten moesten het er mee doen. Vooral de opmerking van Kalshoven viel op. Een jaar eerder nog verkondigde toenmalig Volkskrant-chef Nico Goebert in vakblad De Journalist, thans Villamedia, dat hij liever een goede (en misschien wel goedkopere, JW) journalist op zijn economieredactie had werken dan een hoogopgeleide econoom (die niet schrijven kon, JW). Het was een variant op de uitspraak van voormalig FD-eigenaar Henri Sijthoff over zijn volgens hem veel te dure redactie: ‘Nu heb ik een hok vol doctorandussen en ze tikken geen meter méér.’

Woudt poneert een interessante stelling over de gevolgen van gratis nieuws op internet. Hierdoor “.. zetten de economieredacties vaker in op reportages, reconstructies, interviews, duiding en eigen (soms prijswinnend) onthullend onderzoek. Vooral dat laatste is een zegen.”

Ook wijst Woudt erop dat “... er gelukkig onthullingen genoeg [waren], zoals over de vastgoedfraude, over twijfelachtige belastingconstructies of over de aanhoudende ruzies in de top bij ABN Amro.”

Ria Roerink in (columnist FD, tevens werkzaam bij DNB) verdedigt een heel ander standpunt. Volgens haar staan journalistieke bedrijfsmodellen onder druk met als gevolg een teruglopend budget voor diepgaand onderzoekswerk en economische analyses die “... meer vergen dan het richten van de microfoon of camera op een ‘talking head’. De ‘invisible hand’ van de markt resulteert niet vanzelf in voldoende economische journalistieke producties met toegevoegde waarde voor de samenleving. Een van de grootste risico’s daarvan is dat gezond tegenwicht voor overheid, semi publieke instanties en bedrijven aan belang inboet.” Roerink laat zich overigens evenmin als Damstra uit over specifieke maatregelen om hier iets aan te doen, afgezien van de regulering “.. van techreuzen als Google en Facebook die nu onevenredig profiteren van andermans werk zonder daarvoor te betalen [...]”. Ook ziet ze in het door haar gesignaleerde markttalen een rechtvaardiging van de inzet van publieke middelen, maar ze geeft niet aan of dat meer moet zijn dan het al bestaande stimuleringsfonds voor de journalistiek.

Eric Smit (Follow the Money) lijkt zich in eerste instantie aan te sluiten bij Roerink, want hij schrijft: “Redactiebudgetten slonken en met name de onderzoeksjournalistiek stond onder druk. Onderzoek doen is duur, de uitkomsten zijn ongewis en de krant werd er tegelijkertijd niet dunner op. Minder mensen moesten tegen steeds lagere prijzen meer stukjes leveren. Vol inzetten op diepgang en onderzoeksjournalistiek vergt precies het tegenovergestelde.” Maar je kunt uit zijn beschrijving van het ontstaan van Follow the Money (FTM) ook concluderen dat er wel degelijk een markt is voor diepgravende economische analyses. De taak die bestaande media volgens hem lieten liggen resulteerde in de oprichting van FTM, en met kennelijk succes: FTM is volgens hem een financieel gezond bedrijf. Ook hij ziet als belangrijkste taak het controleren van de macht en het opsporen van corruptie en aanverwante misstanden.

Ben Vollaard (UvT / ex-NRC), als econoom al vele jaren werkzaam bij de UvT maar met ervaring als economische journalist, richt zich op de rol van economische journalisten bij het opsporen van fraude van bedrijven. Dat kunnen zij volgens hem alleen in samenwerking met klokkenluiders, die meer weten dan wetenschappelijke onderzoekers en zelf officiële toezichthouders / inspecteurs. Het een-tweetje tussen journalisten en klokkenluiders ziet hij als een onderbenut mechanisme om een groot maatschappelijk probleem aan te pakken. Maar het probleem zit vooral bij de onvoldoende bescherming en beloning van klokkenluiders, niet zozeer bij verkeerde prikkels voor journalisten.

Martin Visser (Telegraaf / ex-FD) reflecteert op zijn goede, maar ook turbulente en noodzakelijk kritische verstandhouding met Hans de Boer. In zijn persoonlijk in memoriam geeft hij aan dat een journalist kritisch moet blijven, op straffe van verlies van geloofwaardigheid in de ogen van de lezer. Met andere woorden, kritiekloze journalisten verliezen hun lezers en daarmee uiteindelijk hun baan. Het reputatiemechanisme bevordert zo de onafhankelijkheid van de journalist.

Alyt Damstra (WRR), die promoveerde op de rol van economisch nieuws, wijst op de negativiteitsbias in de economische journalistiek: in vraaggesprekken met twaalf economische journalisten vond ze unanieme steun voor het “.. welbekende ‘goed nieuws is geen nieuws’ adagium.” Voor een deel is deze bias volgens Damstra verklaarbaar uit de rol van journalisten als democratische waakhonden: “Het is daarom niet meer dan logisch dat ze zich richten op datgene wat fout gaat, dat ligt nu ligt nu eenmaal in de taak besloten.” Toch is dit volgens Damstra niet het hele verhaal, ook de ‘dynamiek van negatieve events’ speelt volgens haar een rol: “Negatieve ontwikkelingen komen vaak plotseling en schoksgewijs, terwijl positieve trends zich doorgaans meer geleidelijk ontploffen. In een nieuwscultuur die wordt gedomineerd door deadlines en snelle nieuwsproductie, blijven die graduele ontwikkelingen eenvoudig buiten beeld.” Damstra sluit af met een pleidooi: “Maar zeker nu voor tal van maatschappelijke vraagstukken ook nadrukkelijk naar het bedrijfsleven wordt gekeken - denk bijvoorbeeld aan de energietransitie - is het meer dan ooit van belang dat we een sterke en kritische economische pers hebben. Om te informeren, te agenderen en, hoe moeilijk ook, te controleren.”

Rode draden

In de bijdragen vallen een paar zaken op. Allereerst de mix van optimisme en pessimisme. Journalistiek is een vak. Je bent eerst journalist en daarna econoom, zoals Kalshoven benadrukt in zijn conclusie. De economisch journalist heeft dus vooral een goed gevulde journalistieke gereedschapskist nodig. Kennelijk is doorgaans aan die voorwaarde voldaan, want de redactie economie van de Volkskrant kan het tegenwoordig af zonder academisch getrainde economen. Wellicht maken we ons zorgen om niks (maar zie hierna). Wel heeft de economische journalistiek te maken met problemen die ook op andere beleidsterreinen spelen. Damstra wijst in dit verband op een negativiteitsbias en Roerink op marktfalen, waardoor te weinig wordt geïnvesteerd in goede onderzoeksjournalistiek. Maar de andere auteurs zien hier eigenlijk geen grote problemen (of geven aan die zelf te hebben opgelost).

Wat ook opvalt is dat veel auteurs (Smit, Vollaard, Roerink, Damstra) een belangrijke taak zien weggelegd voor de economische journalist bij het aanpakken van misstanden en fraude bij bedrijven en overheden. Damstra en Roerink zien het 'controleren van de macht' zelfs als hoofdtaak van de economische journalist. Dat is heel iets anders dan het brengen en duiden van economische nieuws, een taak die centraal stond in het themanummer van ESB in 1997. Maar ook bij die belangrijke maatschappelijke taken zien we dat de auteurs journalistieke vaardigheden als een noodzakelijke voorwaarde zien. Het is de journalist in Martin Visser die voorkomt dat De Telegraaf een spreekbuis wordt van Hans de Boer en zijn achterban. Soms schuurt en botst het, omdat lastige vragen nu eenmaal gesteld moeten worden. "Maar er is ook wederzijds respect, professionaliteit van beide kanten" omdat er morgen ook weer een krant gevuld moet worden. Vollaard ziet economisch journalisten als strijders tegen fraude, maar dat kunnen ze niet alleen. "Daarvoor ontbreekt hen de informatie en ook de expertise." Het is wederom de journalist die de juiste ingang weet te vinden, aandacht kan vragen voor belangrijke misstanden en in staat moet zijn te beoordelen wat in de krant als nieuws kan worden gemeld en wat beter onvermeld kan blijven. Want ook een klokkenluider kan dubbel spel spelen.

Opmerkelijk is dat geen van de auteurs zich zorgen maakt over het gebrek aan economische kennis van economische journalisten, wat juist een belangrijk thema was in de ESB-special. Misschien is de economische journalistiek volwassen geworden als vak. Een andere reden kan zijn dat de auteurs ditmaal vooral economische journalisten zijn, die natuurlijk niet snel over zichzelf een dergelijk oordeel zullen vellen. Wij hebben hier geen systematisch onderzoek naar gedaan, maar we zijn er niet helemaal gerust op dat het hiermee wel goed zit.

Economische geletterdheid en de grote thema's van onze tijd

Een openstaande vraag blijft hoe belangrijk goede economische journalistiek is voor het economische beleid. Had Keuzekamp gelijk met zijn stelling dat de politieke besluitvorming sterk wordt beïnvloed door wat kranten over economie te melden hebben? Of baseren beleidsmakers zich op de adviezen van economen van bijvoorbeeld het CPB, zonder

tussenkomen van de media, en doet het er niet zoveel toe wat het algemene publiek vindt van de kosten en baten van beleidsmaatregelen?

Geen van de auteurs in dit themanummer gaat in op deze vragen en zonder antwoorden kunnen we weinig zeggen over het belang van goede economische journalistiek voor de kwaliteit van economische beleid. Een halve eeuw geleden was Stigler ronduit pessimistisch over de haalbaarheid van economische geletterdheid in de zin die we hier bedoelen. In zijn essay *The Case, If Any, for Economic Literacy* (Stigler 1970) betoogt hij dat economische logica moeilijk te leren is, zo moeilijk dat "... the Ph.D.'s from several celebrated centers are noted for both their technical facility and their inability to think like economist." Hier zit misschien wel wat in. Economie is inderdaad veel moeilijker dan het lijkt, zeker als het gaat om de grote thema's van deze tijd. Als verklaring wees Stigler erop dat economen in de media in gewone mensentaal spreken, wat hun analyses verraderlijk eenvoudig doet lijken. Ook meent hij dat mensen "wishful, if not romantic" zijn in hun verlangens en zoeken naar gemakkelijke en onmiddellijke oplossingen voor hun problemen.

Wat hier ook van waar mag zijn, het lijkt ons riskant en ook onnodig om het defaitisme van Stigler te accepteren. Riskant, want wellicht had Keuzenkamp gelijk en zijn de opvattingen van het algemene publiek wel degelijk bepalend voor de gemaakte beleidskeuzes. Onnodig, omdat er economen zijn die niet alleen boven de materie staan maar ook nog eens kunnen schrijven voor een breed publiek. Volgens Kalshoven tref je dit soort economen aan onder de columnschrijvers in de krant, maar is er ook behoefte aan een grotere inbreng van academische economen: "De academische economen – of breder: vrije economen, naast academici bijvoorbeeld ook vakbroeders bij onderzoeksbureaus – moeten tegenspreken. En agenderen. Het kabinet tegenspreken. En de economisch columnisten. Dat is hún maatschappelijke taak bij het voeren van het goede gesprek over economische thema's. De opiniëpagina's van de kranten zijn er voor." Volgens hem laten de vrije economen deze taak lelijk liggen: "Het aantal stukken van vrije economen in de krant is sterk gedaald, de afgelopen twintig jaar. Nog maar een of twee handenvol academici melden zich met regelmaat in het debat (Bas Jacobs, Lex Hoogduin, Roel Beetsma, Barbara Baarsma, Marcel Canoy, Sweder van Wijnbergen om een paar van hen te noemen). De rest is ijsig stil." (Kalshoven vergeet Coen Teulings die wat ons betreft als eerste genoemd had moeten worden, maar dat terzijde).

We sluiten ons graag aan bij de oproep van Kalshoven, met de kanttekening dat er óók een belangrijke verantwoordelijkheid bestaat voor redacties van kranten en websites. Het heeft immers geen betoog dat economen het onderling vaak oneens zijn. Om Stigler nogmaals aan te halen: "We certainly cannot say that the professors of economics are objective, if for no other reason than that they can hardly ever bring themselves to agree upon a single position." De lezer die wil weten hoe economen ergens over denken is daarom pas echt goed geïnformeerd als zijn krant of website de diversiteit aan economische analyses goed voor het voetlicht brengt. Natuurlijk zal de lezer hierdoor soms blijven zitten met meer twijfels dan wanneer diezelfde lezer, na lezing van de column van de toevallige econoom van dienst, het onterechte gevoel heeft te weten 'hoe het zit'. Maar dat lijkt ons winst.

Auteurs

Marc Pomp (e-mail: info@marcpomp.nl) is zelfstandig adviseur gezondheidseconomie, Bert Tieben (e-mail: b.tieben@seo.nl) is methodoloog bij SEO Economisch Onderzoek, Paul Teule (e-mail: p.r.teule@uva.nl) is docent politieke economie aan de UvA.

Literatuur

- Beek, J. van de, H. Roodenburg, J. Hartog en G. Kreffer, 2021, *Grenzeloze Verzorgingsstaat: De Gevolgen van Immigratie voor de Overheidsfinanciën*, Zeist: demo-demo uitgever, 2021.
- Damme, E.E.C van., H.L de Groot, G.H.A. van Hagen, P.J.J. Herings, T. Leers, en R. Nahuys, 1997, Economie in de krant, *Economisch Statistische Berichten*, vol. 82(4117): 628.
- Herings, P.J.J., 1997, De wet op het minimumloon, *Economisch Statistische Berichten*, vol. 82(4117): 633-636.
- Keuzenkamp, H.A., Van onze redactie economie, 1997, *Economisch Statistische Berichten*, vol. 82(4117).
- Stigler, G.J., 1970, The Case, If Any, for Economic Literacy, *The Journal of Economic Education*, Spring 1970, vol. 1(2): 77-84.

Het goede gesprek over economie: De krant is (g)een economieles

Frank Kalshoven

Voor goede economische journalistiek heb je geen duurbetaalde economen op de redactie nodig. Goede journalisten zijn minstens net zo goed als economen in het schrijven van stukken over economie. Vaak zelfs beter, want journalistiek is een vak waar een econoom zelden goed in is. En waar voor de duiding van economisch nieuws economische expertise nodig is, kan de krant een beroep doen op economen als columnist. Daarnaast mogen academische economen zich actiever presenteren op de opiniEPagina's, want het aantal stukken van vrije economen in de krant is sterk gedaald de afgelopen twintig jaar.

Eind jaren negentig, als kersverse chef economie van de Volkskrant, was ik in de gelegenheid een cohort economen de redactie op te lokken. Waar zijn ze nu? Xander van Uffelen leidt de (online) dataclub van de krant; Sheila Sitalsing is er columniste, nadat ze eerst mijn directe opvolger werd. Ferry Haan werd leraar economie op een middelbare school, promoveerde, en is nu lector aan de Hogeschool van Amsterdam. Olav Velthuis is hoogleraar sociologie aan de Universiteit van Amsterdam. En zelfben ik mededirecteur en -oprichter (samen met Kees Kraaijeveld) van De Argumentenfabriek. De redactie economie van de Volkskrant heeft geen academisch opgeleide economen meer.

Wat kunnen we leren van deze anekdote? En is het erg, zo'n economenvrije zone ter redactie? En waar vinden we dan nog wél economen in de krant?

De reden om destijds op zoek te gaan naar economen was eenduidig: kwaliteitsverhoging. Mijn gedachte was dat economen betere onderwerpen zouden aandragen, betere vragen konden stellen bij het nieuws, economische informatie beter konden beoordelen, betere bronnen konden aanboren voor het beantwoorden van de vragen, beter overweg konden met data – kortweg, dat we een betere krant konden maken mét dan zonder die economen. Kennis = kwaliteit. Ikschreefer, vlak voor mijn aantreden, een stuk over in ESB (waarover later meer).

Laat de kwaliteitsindex voor de economiepagina's van de krant in die tijd 100 zijn. Ligt die index dan twintig jaar later boven of onder de 100? Deze empirische vraag laat zich niet op basis van data beantwoorden. Maar als ik een onwetenschappelijke gooi mag doen: zeker niet lager dan 100. Klopt dit, dan moet de hypothese van de kersverse chef economie van destijds dus verworpen worden. In de causale reeks meer economen => meer kennis => meer kwaliteit klopt iets niet. Of althans: de stelling minder economen => ... => minder kwaliteit doet geen opgeld. Wat verklaart het ongelijk van de jonge chef?

Nee, het is niet zo dat ik een stelletje economisch geschoolde maar overigens talentloze prutters had aangetrokken. Het vervolg van de loopbanen van deze oud-collega's illustreert dit.

De kern van de zaak, denk ik nu, is dat 'journalistieke economische kwaliteit' een concept is met vele dimensies, waar inhoudelijke kennis weliswaar deel van uitmaakt, maar veel minder zwaar telt dan een econoom geneigd is te denken. Het zwaartepunt voor de kwaliteit ligt bij de journalistiek (als vak) eerder dan bij de economie (als vak).

Journalistiek als vak? Er gaat heel wat vooraf aan het moment dat de lezer zijn (elektronische) krant opslaat. Nieuwsselectie, de goede vragen stellen, genre(s) kiezen voor de beantwoording (nieuwsverhaal, analyse, reportage, interview, et cetera), antwoorden zoeken op straat, op een universiteit of in de politiek, schrijven, illustreren (foto, illustratie, grafiek), redigeren, componeren van de krant als geheel, vormgeven. En dat binnen een werkdag, soms (bij laat nieuws) in een paar uur tijd, in een 'multidisciplinair team'.

Voor andere verhalen in de krant is meer tijd voor reflectie. Een (wisselend) deel van een redactie werkt aan de verhalen voor overmorgen en volgende week. Voor dit deel van het werk is inhoudelijk kennis een pré, in elk geval in theorie. Een econoom kan dan denken: fijn, ik ga een stuk maken over de intergenerationele herverdelingseffecten van de pensioenhervorming! Of: over de arbeidsmarkteffecten van het Lage Inkomens Voordeel! Of over de asymmetrische consumentenreactie op winst en verlies op de woningmarkt! Maar al die heel gewone economenwoorden uit de vorige zinnen, lieve TPE-lezers, zullen de krant nooit halen. Die woorden begrijpt een (hoogopgeleide lezer ook) niet, en zelfs als de lezer ze wel snapt wil hij ze niet lezen. In de krant. Dus dit soort inhoudelijk interessante gedachtes zijn embryo's. Als de econoom er, gewapend met zijn journalistieke vakmanschap, een verhaal van kan maken, dan komt het goed. Inhoudelijke kennis is voor een krant tamelijk nutteloos als die niet wordt gecombineerd met journalistiek vakmanschap.

Maar dan blijft toch zeker wel staan dat die economen-journalisten makkelijker kunnen praten met de economische wetenschappers in het land? En zo aan superieure informatie komen die de kwaliteit alsnog verhoogt? In principe wel, ware het niet dat de bulk van de academische economen in Nederland geen zinnig woord heeft te zeggen over actuele economische kwesties. Dat is dus wel een voordeel, maar in praktische zin verwaarloosbaar klein.

Veel vaker, bovendien, gaan die verhalen-van-de-lange-adem (voor journalistieke begrippen dan) over kwesties waarvoor geen bijzondere economische kennis nodig is. Het reconstrueren van de gang van zaken bij een brisante overname. Het uitpluizen van de werking van mestfraude. Het duiden van de trends in de auto-industrie. Met een goed stel (academisch) getrainde hersens en een gevulde journalistieke gereedschapskist komt een mens ver genoeg – voor een krant.

Dus waarom zat ik er naast, twintig jaar geleden? Omdat ik het belang van economische kennis heb overschat, en die van het journalistieke ambacht heb onderschat. De gewaardeerde economen-collega's van toen waren in de allereerste plaats goede journalisten.

Maar waarom zijn ze dan allemaal weggegaan bij de economie-redactie? Ieder van hen heeft zijn eigen verhaal. Maar deels hebben ze hun journalistieke carrière simpelweg elders voortgezet (Van Uffelen; Sitalsing), deels vonden ze economie toch leuker dan journalistiek (Velthuis, Haan), en ik werd eerst 'geroepen tot het hogere' (de hoofdredactie), en begon nadien met De Argumentenfabriek.

En ik kon mijn plekje in de krant behouden: Het Spel en de Knikkers, elke zaterdag, inmiddels al vijftwintigjaar lang. En daarmee zijn we gekomen aan die andere vraag: zijn er dan elders in de krant wél economen? Het antwoord is: jazeker, in de columns namelijk Martin Visser in De Telegraaf; Marike Stellinga in NRC; Mathijs Bouman in het FD; Heleen Mees in de Volkskrant om er een paar te noemen.

Waarom daar wél? In het boven gememoreerde ESB'tje noemde ik journalisten 'gatekeepers to the conversation', een term die ik had opgestoken van (toen nog) Donald McCloskey (Deidre, na haar operatie). Poortwachters van het publieke debat - dat klinkt niet alleen als een nobele taak, dat is het ook. Het punt is nu dat de reguliere redactie van een krant weliswaar de eerste nieuwselectie en -bewerking doet (en in die zin poortwachter is), maar dat het voeren van het debat vooral het werkterrein is van columnisten. Gechargeerd: de redacteur economie van dienst zet de werkloosheidscijfers van het CBS netjes in de krant; de columnist wijdt er een analyse aan (liefst) al dan niet met een mening (optioneel).

Deze taakverdeling (de redactie de verslaggeving; de columnisten de analyse en de kleuren smaak) is de afgelopen decennia steeds pregnanter geworden. Dit is mede het gevolg van de krimp van het aantal vaste redacteurs, sectorbreed. Maar het is ook handig voor (hoofd)redacties: omdat columnisten negen van de tien keer freelancers zijn, kun je ze ook nog eens wisselen zonder al te veel gedoe. En met een columnistenwissel wissel je dus van toon en kleur en krijg je een ander gesprek in je krant.

Dat economisch columnisten nogal wat zitvlees hebben (en ik ben de ergste van het stel) heeft er niet alleen mee te maken dat het bevredigend werk is, dat verklaart wél waarom zittende columnisten graag doorschrijven. Ik heb de twee nieuwe hoofdredacteurs die ik heb meegemaakt bij hun aantreden netjes mijn ontslag aangeboden, en was verheugd dat ze dat niet wilde hebben. Dat hoofdredacties die lui maar laten zitten (de vraagkant dus van de markt voor economisch columnisten) heeft óók weer met journalistiek te maken. Herkenbaarheid en continuïteit zijn voor lezers (en dus redacties) belangrijk. Je columnistenwissels kun je als hoofdredactie beter bewaren voor hete onderwerpen - en daar hoort economie niet bij. Op de opiniepagina's van de kranten is het (vergelijkenderwijs) een komen en gaan van columnisten. Het economisch columnisme is dus enigszins inert.

Dit brengt ons, tot slot, op de rol van academische economen. Tot nu toe zagen we dat economische journalisten eerst en vooral hun journalistieke werk goed moeten doen. Economen op de redactie kan helemaal geen kwaad, een of twee verdient zelfs wel aanbeveling, maar eerst en vooral: goed journalistiek werk leveren graag. De columnisten, op hun beurt, moeten goed (economisch) analyseren en dienen zich er in hun achterhoofd van bewust te zijn dat ze poortwachters zijn tot het (economische) publieke debat.

De academische economen – of breder: vrije economen, naast academici bijvoorbeeld ook vakbroeders bij onderzoeksbureaus – moeten tegenspreken. En: agenderen. Het kabinet tegenspreken. En de economisch columnisten. Dat is hún maatschappelijke taak bij het voeren van het goede gesprek over economische thema's. De opiniepagina's van de kranten zijn er voor.

Andermaal wetenschappelijk onverantwoord zou mijn observatie zijn dat de vrije economen deze taak lelijk laten liggen. Het aantal stukken van vrije economen in de krant is sterk gedaald de afgelopen twintig jaar. Nog maar een of twee handenvol academici melden zich met regelmaat in het debat (Bas Jacobs, Lex Hoogduin, Roel Beetsma, Barbara Baarsma, Marcel Canoy, Sweder van Wijnbergen om een paar van hen te noemen). De rest is ijsig stil.

Een krant is een wonderlijke co-productie. Tussen de lezers en de makers, in de eerste plaats. Vrijwel dagelijks blijkt dat mijn vrouw en ik twee radicaal verschillende kranten hebben gelezen, al kregen we van de redactie hetzelfde aanbod voorgeschoteld. En het is, waar het het aanbod betreft, ook een coproductie tussen vaste redactie, vastige columnisten, en ingezonden stukken van (onder meer) inhoudelijke experts. Vooral dat laatste is voor verbetering vatbaar, zou anno 2021 mijn stelling zijn. Tenminste als het gaat om het doel het 'goede gesprek' te voeren over economische thema's.

Ik twijfel er niet aan dat over 25 jaar zal blijken dat ik weer ongelijk had.

Auteur

Frank Kalshoven is directeur van De Argumentenfabriek en columnist van de Volkskrant. Met dank aan Kees Kraaijeveld voor nuttig commentaar.

Frank Kalshoven, Poortwachters van het publieke debat, in *ESB*, vol. 4117: 642, 27 augustus 1997.

Gebit van de economische waakhond kan opknapbeurt gebruiken

Job Woudt

De financieel-economische journalistiek in Nederland ontkomt niet aan de wetten van de markt. Rond de eeuwwisseling tuimelden de uitgevers over elkaar heen met nieuwe initiatieven, vanuit de gedachte dat er wat te verdienen viel met economisch nieuws. Anno 2021 is van die dynamiek nog maar weinig over. Meer concurrentie en meer investeringen in financiële journalistiek is gewenst. Net als de democratie is ook het economisch verkeer gebaat bij goed geïnformeerde burgers en bedrijven.

Van onze redactie economie. Zo luidde de aanhef van het themanummer dat economenblad ESB in september 1997 publiceerde over de kwaliteit van de economische journalistiek. In zijn voorwoord schreef toenmalig ESB-hoofdredacteur Hugo Keuzenkamp dat er veel viel aan te merken op de berichtgeving van destijds. De artikelen bleken niet adequaat, journalisten wisten dikwijls niet het 'signaal' te onderscheiden van de 'bijgeluiden' en veelal slaagden de economieredacties er niet in de feiten in breder verband te plaatsen.

In datzelfde themanummer stelde econoom Frank Kalshoven, destijds werkzaam bij de Volkskrant, dat journalisten op economisch terrein relatief laag geschoold waren. Dat was overigens goed verklaarbaar: voor geschoolde economen was het beloningsniveau bij de krant domweg onvoldoende. Ook dacht hij dat de lage beloning kon worden verklaard door het monopsonistische karakter van de relevante arbeidsmarkt. Toenmalig dagbladuitgever PCM was uitgever van een baaierd aan titels, waaronder de Volkskrant, NRC-Handelsblad, het AD, Het Parool en Trouw.

De sociaal- en financieel-economisch journalisten moesten het ermee doen. Vooral de opmerking van Kalshoven viel op. Een jaar eerder nog verkondigde toenmalig Volkskrant-chef Nico Goebert in vakblad De Journalist, thans Villamedia, dat hij liever een goede (en misschien wel goedkopere, JW) journalist op zijn economieredactie had werken dan een hoogopgeleide econoom (die niet schrijven kon, JW). Het was een variant op de uitspraak van voormalig FD-eigenaar Henri Sijthoff over zijn volgens hem veel te dure redactie: "Nu heb ik een hok vol doctorandussen en ze tikken geen meter méér."

Het ESB-themanummer verscheen op een moment dat de financieel-economisch journalist uit zijn schulp kroop. Dat was niet zonder toeval. Was zijn lot voorheen de beurspagina achterin de krant, vanaf de jaren negentig ging de rode loper voor hem uit – het waren hoofdzakelijk mannen in die jaren. De faillissementen van Daf en Fokker deden nog denken aan de berichtgeving over de ondergang van de scheepsbouw, de textielindustrie en Ogem.

Nieuw was hoe Nederlandse ondernemingen zoals Ahold, VNU, Aegon en ABN Amro opeens als VOC-schepen de wereld veroverden. Staatsbedrijven werden geprivatiseerd en gingen naar de beurs, tot op de camping begon Nederland te beleggen.

Hoofredacteurs, al dan niet opgejut door hun uitgevers, investeerden in de groeiende behoefte aan economisch nieuws. Wat hielp was dat het geld bij de landelijke dagbladen met hun vuistdikke zaterdagedities nog tegen de plinten klotste. De Volkskrant lanceerde een dagelijks economiekatern, economieblad FEM ging naar een wekelijkse verschijningsvorm en mikte op een oplage van 50.000, NRC-Handelblad ontwikkelde plannen voor een economische ochtendkrant.

Later volgden Business News Radio en RTL Z met non-stopuitzendingen over de beurs en bedrijvigheid. Met de inburgering van internet ontstonden websites als Z24, NRC Q, IEX en onderzoeksplatform Follow The Money. Boeken verschenen in overvloed, met de bestsellers van Jeroen Smit: Ahold, ABN Amro en laatst nog over Unilever als de lichtende voorbeelden. En vooruit, laten we in zo'n opsomming makelaar Harry Mens ook een plaatsje gunnen met zijn Business Class (anno 1998), de wekelijkse RTL-uitzending vol ondernemers en soms kwetsieuze beleggingsexperts die hun waren tegen betaling mochten aanprijzen.

Kwantiteit dus genoeg, over de kwaliteit van de berichtgeving viel vanzelfsprekend te twisten. De signalen dat er een kredietcrisis zat aan te komen, landden voorafgaand aan de val van Lehman in een analyse achterin de krant. En dan had de lezer nog geluk. Bij de opmars van Imtech plaatsten journalisten nauwelijks hun vraagtekens, waarna de zeepbel werd doorgeprikt. Niet door een financieel-economisch journalist maar door een kritische financiële analist van een bank. In het themanummer van ESB klaagde de opsteller van een gedegen economische analyse over de berichtgeving in de kranten. Niet inhoudelijk, te veel op het conflict gericht. Ik vermoed dat dezelfde conclusie ook nu zou worden getrokken.

Aan de andere kant waren er gelukkig onthullingen genoeg, zoals over de vastgoedfraude, over twijfelachtige belastingconstructies of over de aanhoudende ruzies in de top bij ABN Amro. En aan economen tegenwoordig geen gebrek in de kolommen, om over de talloze praatprogramma's nog maar te zwijgen.

Van alle nieuwe media-initiatieven sneuvelden de nodige. De markt werd wel wat vol en de honger naar economisch nieuws bleek niet oneindig. De opmars van internet raakte vervolgens het verdienmodel van op print gerichte media midscheeps, waardoor soms harde bedrijfseconomische keuzes nodig waren.

FEM verdween van het toneel wegens gebrek aan commercieel succes, hetzelfde gold voor NRC Q. De ambities bij RTL Z werden behoorlijk teruggeschroefd, net als die met 'het merk DFT', de drie letters die staan voor De Financiële Telegraaf. BNR Nieuwsradio hield stand, maar moest afgelopen jaar inkrimpen wegens teruglopende advertenties. De plannen voor alternatieve economische dagbladen bleven in de bureaulade liggen. Succes was er wel voor

Follow The Money, dat met economische onderzoeksjournalistiek intussen 23.000 betalende leden à raison van € 90 per jaar aan zich heeft kunnen binden.

Het gespecialiseerde FD slaagde erin te groeien van 42.000 betalende abonnees ten tijde van de ESB-publicatie naar 107.000 nu. De aanwas bood mogelijkheden om de redactie uit te breiden en de economische berichtgeving verder te verbreden en te verdiepen. Ook kwam er meer aandacht voor presentatie, eindredactie, eigen onderzoeksprojecten en de digitale transformatie kreeg vorm. Die inzet leidde vervolgens weer tot verdere abonnementsgroei, al met al een gezond bedrijfseconomisch concept.

Aan het belang van economisch nieuws heeft het nooit gelegen. Na de campinghausse volgden de sluipkrach, de dotcomcrisis, de kredietcrisis, de schulden crisis en dan nu de allesoverheersende coronacrisis. Voor de redacteur economie ligt de weg naar de voorpagina nog altijd open. Maar de met oplagedalingen en eigenaarswisselingen geconfronteerde algemene dagbladen lijken met hun economieredacties terug bij af te zijn. In omvang zijn ze hooguit gelijk gebleven of danig ingekrompen. Van nieuwe initiatieven valt weinig meer te vernemen. En de relatieve bezoldiging van de journalist is een kwarteeuw na de jammerklacht van Frank Kalshoven alleen maar verslechterd. Nog altijd kan een geschoolde econoom elders meer verdienen, met de opmars van de pover betaalde freelance journalisten en de versoberde schalen in de dagblad-cao waarschijnlijk nog een stuk meer dan in 1997.

Door de komst van gratis nieuws op internet zetten de economieredacties vaker in op reportages, reconstructies, interviews, duiding en eigen (soms prijswinnend) onthullend onderzoek. Vooral dat laatste is een zegen. Het 'gewone', goed uitgezochte en goed opgeschreven nieuwsartikel delft het onderspit. In economisch opzicht is nieuws intussen geworden tot de meest laagwaardige vorm van journalistiek. Voor een primeur hoef je de krant niet meer te kopen, die staat direct online bij de concurrent, op Nu.nl of op de met overheids geld gesubsidieerde NOS-app. De laatste jaren steeds meer met bronvermelding, een schrale troost.

Voor het FD mogen deze marktontwikkelingen geruststellend heten. De titel brengt eigen nieuws en achtergronden waar specifieke en kapitaalkrachtige doelgroepen niet omheen denken te kunnen, maar waarmee de algemene kranten hun lezerspubliek niet durven te vermoeien. Sinds 2011 staat de website achter de betaalmuur, als eerste in Nederland. Een ruime meerderheid van de abonnees leest de krant online.

Voor de algehele economische journalistiek zou meer concurrentie echter geen kwaad kunnen. Wellicht bieden de recent weer stijgende oplagecijfers van algemene dagbladen hier aanleiding toe. Net als dat een democratie beter gedijt bij een gezonde, pluriforme pers, geldt dit evenzeer voor het economisch verkeer. Ook dat is gebaat bij goed geïnformeerde burgers en bedrijven, bij een waakhond die niet kwispelt maar kan blaffen en bijten. Met goed onderbouwde economische berichtgeving door goed betaalde en goed geïnformeerde journalisten, uiteraard.

Zorgwekkend is in dat opzicht de gang van zaken bij de Volkskrant, zonder meer een kwaliteitstitel maar waar de berichtgeving over economie al enige tijd gemarginaliseerd dreigt te worden. Kort na zijn aantreden in 2019 als hoofdredacteur werd Pieter Klok in Villamedia met deze constatering geconfronteerd. Hij zei de economische verhalen wel in zijn krant te willen brengen." Maar het wordt steeds lastiger ze te maken. Het bedrijfsleven heeft zich afgesloten van de media. Dat vinden ze niet meer interessant."

Hier lijkt de hoofdredacteur – nota bene voormalig lid van de economieredactie – het hoofd in de schoot te leggen. Niet omdat er geen verhalen meer zijn te vertellen, of iets valt te onthullen. Niet omdat de economische ontwikkelingen om duiding vragen. Ook niet omdat de lezer zou zijn afgehaakt, of omdat de uitgever hem heeft verteld dat andere onderwerpen beter zouden verkopen. Het is omdat het bedrijfsleven geen pottenkijkers wenst en daarom de deuren dichtdoet. Voor iedere hoofdredacteur zou dit een aanmoediging zijn om zijn economieredactie terstond uit te breiden en zijn verslaggevers aan te moedigen eens flink te gaan spitten.

Ter relativering nog dit: in het vergelijkend warenonderzoek van ESB ging de hoofdprijs naar NRC, terwijl de Volkskrant zich schuldig maakte aan 'ludieke' economische nieuwsvoorziening. "De dagelijkse berichtgeving is moeilijk te plaatsen. De criteria voor de vulling van de twee gescheiden dagelijkse pagina's zijn ondoorgrondelijk. (...) De pagina's worden opgevuld met weinig schokkende bedrijfsberichten van het ANP. Het lijkt wel alsof de krant vindt dat het er nu eenmaal bij hoort." Vroeger was alles slechter. Of tenminste net zo slecht.

Auteur

Job Woudt, algemeen verslaggever van Het Financieele Dagblad.

Verlies aan kritisch tegenwicht van de macht dreigt

Ria Roerink

Journalistieke bedrijfsmodellen staan onder druk. Gevolg daarvan is teruglopend budget bij media voor diepergaand onderzoekswerk en economische analyses, die meer vergen dan het richten van de microfoon of camera op een 'talking head'. De 'invisible hand' van de markt resulteert niet vanzelf in voldoende economische journalistieke producties met toegevoegde waarde voor de samenleving. Een van de grootste risico's daarvan is dat gezond tegenwicht voor overheid, semipublieke instanties en bedrijven aan belang inboet.

Economiebijlages teruggedrongen

Economische journalistiek lijkt op het eerste gezicht terrein te verliezen. Wie kijkt naar de verschillende economische podia ziet op het eerste gezicht een schraler aanbod dan zo'n twintig jaar geleden. De economieberichtgeving in veel dagkranten is vlak na de millenniumwisseling teruggedrongen van speciale katernen tot een geringer aantal pagina's. Het radiostation Business News Radio is in 2004 verbreed tot BNR nieuwsradio. FEM Business is in 2010 als tijdschrift over economie en het zakenleven verdwenen. Qua tv-aanbod heeft RTL Z in 2016 zijn zelfstandige podium verloren. Deze beperktere ruimte voor specifiek economische berichten is geen typisch Nederlands fenomeen, maar ook elders in Europa zichtbaar. Zo heeft Financial Times Deutschland, opgezet in 2000 en gestopt 2012, geen plek weten te veroveren in het Duitse medialandschap naast het Handelsblatt. De Wall Street Journal beëindigde haar Europese editie in 2017.

Wat is economische journalistiek?

Toch is de conclusie over terreinverlies voor economische journalistiek te kort door de bocht. Er treedt een bredere verschuiving op. De grenslijn tussen gewone journalistiek en economische journalistiek vervaagt. Economische journalistiek is niet louter te vinden in aparte bijlages of op een speciale zender. Het is evengoed zichtbaar in de 'normale' berichtgeving als we een ruimere definitie hanteren. Economische journalistiek heeft immers niet alleen betrekking op de economie zelf: de conjunctuur, verschillende bedrijfstakken, financiële markt of de arbeidsmarkt. Het gaat ook over economische mechanismen die op de achtergrond spelen van vele andere beleidsterreinen, zoals de zorg, het onderwijs, het klimaat tot aan het cultuurbeleid aan toe.

Breder zichtbare economische berichtgeving

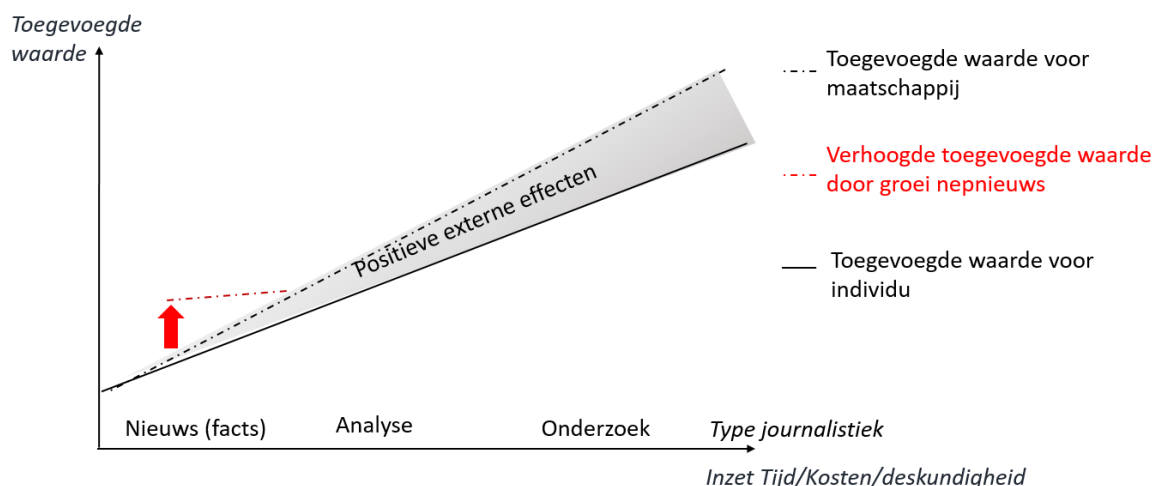
Als de samenleving 'economieert' dan komt dat ook terug in de journalistiek die deze samenleving op de voet volgt en tracht te doorgronden. Economische journalistiek betreft daarom alle berichtgeving en analyses over typisch economische concepten, zoals financiële prikkels, vraag of aanbodsturing en marktwerking die toepasbaar zijn over de gehele linie van het maatschappelijk leven. Economisch journalisten gebruiken de veelvormige lens van

een econoom (al dan niet in combinatie met andere wetenschappelijke disciplines) om te kijken naar gebeurtenissen, (beleids)voorstellen of academische onderzoeksresultaten. Dat kan in speciale economische katernen, maar is absoluut geen 'must', dus laten we ons niet blindstaren op een verminderd aantal economiebijlages of zenders.

Toegevoegde waarde voor consumenten

Vermindering van producties van economische journalistiek speelt eerder in termen van kwaliteit dan in kwantiteit. Kwaliteit van journalistieke producties hangt samen met de toegevoegde waarde. Voor een individu is de toegevoegde waarde van economische journalistiek dat hij of zij niet zelf de tijd hoeft te investeren om het een en ander op een rij te krijgen, of wellicht ook niet de expertise heeft om op alle vlakken deze inzichten te verkrijgen. In figuur 1 toont de zwarte lijn dat de toegevoegde waarde voor individuen stijgt naarmate meer journalistieke input is geleverd in termen van tijd, geld en expertise. Journalistieke producties zijn in grofweg drie soorten onder te verdelen: nieuws, analyse en onderzoek (horizontale as in figuur 1). Deze soorten kunnen in verschillende vormen worden gegoten (interview, bericht, reportage, betoog) en vervolgens verspreidt het mediabedrijf deze via verschillende mogelijke kanalen (multimediaal, print, online, podcast, youtube, tv). Daarover maken redacties continue keuzes om hun publiek zo goed mogelijk te bedienen en hun verdienvermogen te optimaliseren.

Figuur 1: Verlies aan maatschappelijke waarde dreigt bij economische onderzoeksjournalistiek



Voor de samenleving hogere toegevoegde waarde

Voor de samenleving als geheel is de toegevoegde waarde van economische journalistieke producties groter dan voor één individu, zoals zichtbaar in de zwarte stippellijn in figuur 1. Dit komt door de positieve externe effecten. Het publieke debat is gebaat bij de basisopdracht van de journalistiek, te weten: waarheidsvinding, kennisvergroting en kritisch tegenwicht. Doordat de hoeveelheid 'fake news' groeit, is de toegevoegde waarde in de samenleving voor deze journalistieke vorm de afgelopen jaren ook toegenomen. Een steeds belangrijke rol van journalisten is het nieuws te 'factchecken', wat ook meer

capaciteit kost. De rode stippellijn in figuur 1 maakt de gestegen maatschappelijke toegevoegde waarde duidelijk.

Uitholling van het traditionele verdienmodel

Maar verdienmodellen van mediabedrijven staan onder druk. Aan zowel de advertentiekant als abonneekant is sprake van krimp. Advertentie-inkomsten zijn sinds de millenniumovergang ook in sneltreinvaart teruggelopen. Via techreuzen als Google en Facebook kunnen adverteerders gericht aandacht krijgen van consumenten uit hun doelgroep dan via de traditionele media. Dit heeft alles te maken met data-analyse en gepersonaliseerde advertenties. Bovendien bieden techreuzen de door journalisten gemaakte nieuwskoppen veelal gratis aan en is het aan het mediabedrijf om te zorgen voor investeringen in een – voldoende sterke – betaalmuur om te voorkomen dat nieuws gratis wordt genuttigd. Inmiddels werken grote internationale krantenuitgevers, mede geholpen door regelgeving van de Australische overheid dat zich tegen de 'contentroof' verzet, aan een model waarin zij ook een vergoeding krijgen van de techreuzen voor het geleverde journalistieke werk, zij het dat dit geen volledige compensatie is voor alle betrokken media.

Druk op verdienmodellen ten koste van onderzoeksjournalistiek

De grotere druk op verdienmodellen van media gaat vooral en ten eerste ten koste van hoogwaardigere en duurdere producties van economische journalistiek. Voor nieuws gelden de laagste kosten van economische journalistiek voor zover het directe verslaggeving betreft, waarbij een 'talking head' nieuwswaardige uitspraken doet. Het gaat in die gevallen om een camera of microfoon gericht op een publiek figuur, of het nu de ceo van een beursgenoteerde onderneming, of een bekende politicus is. Zelfs uitspraken die nog niet 'gefactcheckt' zijn, kunnen leiden tot berichtgeving. De tijdsinvestering (en dus de kosten) zijn het hoogst voor economisch journalistiek onderzoekswerk. Journalistiek onderzoek vraagt om capaciteitsinzet op minder toegankelijke bronnen (data en/of personen) die eerst verkregen en daarna geanalyseerd moeten worden. Denk aan producties als de 'Panama Papers', over grootschalige belastingontwijking en -fraude door bedrijven en personen die gebruikmaakten van een lege juridische huls via de Panamese dienstverlener Mossack Fonseca. Een ander voorbeeld is het onderzoek naar de vastgoedfraude, waarbij de top van bedrijven, zoals Philips en Bouwfonds voor miljoenen werden opgelicht in vastgoedprojecten. Onderzoek hiernaar is tijdrovend. De grote tijdsinvestering van onderzoeksjournalistiek gaat gepaard met een onzekere uitkomst qua rendement. Onderzoek kan immers spaak lopen of überhaupt geen vermeldenswaardige uitkomsten hebben.

Experimenten met nieuwe bedrijfsmodellen

Terwijl verdienmodellen onder druk staan, experimenteren nieuwkomers volop met alternatieve bedrijfsmodellen. Zo is Blendle een verdienmodel, waarbij de uitgever een vergoeding ontvangt voor haar platformrol voor artikelen van verschillende kranten die daar op hun beurt ook weer een deel van ontvangen. De Correspondent richt zich met zogeheten long reads op betalende abonnees. Follow the Money kent een bedrijfsmodel gericht op onderzoeksjournalistiek dat enerzijds leunt op abonneegelden en anderzijds

sponsorgelden van weldoeners. Investico is een voorbeeld van een bedrijfsmodel gericht op onderzoeksjournalistiek dat samenwerkt met verschillende redacties van media om onderzoekscapaciteit te kunnen bundelen en een goede afzet te vinden voor de publicaties. Net als de andere media dingt Investico mee naar gelden uit een publiek fonds voor de onderzoeksjournalistiek, maar is er eveneens afhankelijkheid van weldoeners.

Marktfalen en risico's voor de samenleving

Bij deze initiatieven geldt dat de 'invisible hand' op de markt van vraag en aanbod niet tot een optimale uitkomst leidt met voldoende journalistiek aanbod. Dit speelt met name bij economische onderzoeksjournalistiek. Door de positieve externe effecten is de toegevoegde waarde hiervan het hoogst voor de samenleving. De waarheidsvinding die voortkomt uit het werk levert het meeste maatschappelijk nut. Feiten of inzichten die voor het eerst op tafel komen, kunnen zorgen voor een kritisch tegenwicht voor de overheid of het bedrijfsleven. Zo kunnen mediaberichten belangrijke maatschappelijke kwesties op de agenda zetten in de (internationale) politiek, of leiden tot vragen van consumenten of aandeelhouders aan bestuurders van ondernemingen. Het journaal fungeert als de kritische controleur.

Van die rol als kritische controleur gaat een belangrijke disciplinerende werking uit. Het dwingt de macht tot een afgewogen oordeelsvorming en verbetert de kwaliteit van het publieke debat. Als dat soort journalistieke producties onder druk komen, is er sprake van maatschappelijk verlies. Het creëert onwetendheid, laat macht zonder tegenwicht groeien en kan op termijn zelfs het vertrouwen van burgers in de samenleving en haar instituties schaden.

Is dit onvermijdelijk en moeten we ons hierbij neerleggen? Nee. Economische onderzoeksjournalistiek is maatschappelijk te belangrijk om over te laten aan weldoeners alleen. Het rechtvaardigt de inzet van overheidsop treden: via het reguleren van techreuzen als Google en Facebook die nu onevenredig profiteren van andermans werk zonder daarvoor te betalen of via de inzet van publieke middelen.

Auteur

Ria Roerink is econoom, en voormalig lid van de hoofdredactie van het FD. Het artikel is op persoonlijke titel geschreven.

Het draait echt om de centen

Eric Smit

De financiële crisis van 2008 maakte de noodzaak duidelijk van doorwrochte financiële journalistiek. Omdat bestaande media hier onvoldoende in voorzagen, is in 2010 het platform voor onderzoeksjournalistiek Follow the Money opgericht. Inmiddels is het advertentieloze Follow the Money een gezond journalistiek bedrijf.

Kenners gaven in 2010 geen stuiver voor de kansen van *Follow the Money*. Een 'multimediaal platform voor onderzoeksjournalistiek' noemden we onszelf, gericht op het volgen van geldstromen. We vertelden iedereen die het maar wilde horen dat we diepgravende artikelen zouden publiceren over misstanden waar geld ergens een rol speelt. En 'ergens' was in onze ogen: vrijwel overal.

Maar wie wilde er in 's hemelsnaam online artikelen tot zich nemen met een leestijd van minstens tien minuten? De grote uitgevers dachten toen eerder in seconden. Ze wilden 'eyeballs' scoren en zorgen dat die ook naar advertenties keken. Uit hun data bleek immers dat lezers online geen rust kenden. Alles moest snel. Bovendien: wie interesseerde zich voor financiële verhalen? Die stonden achterin de papieren krant en de meeste mensen sloegen die sectie liever over. Een digitaal platform bouwen rond lange artikelen die allemaal iets met economie hebben te maken, dat was idiotie.

Het was überhaupt de vraag waar het heen moest met de journalistiek. Dagbladen gingen al jaren gebukt onder teruglopende aantallen abonnees en dalende advertentie-inkomsten. Redactiebudgetten slonken en met name de onderzoeksjournalistiek stond onder druk. Onderzoek doen is duur, de uitkomsten zijn ongewis en de krant werd er tegelijkertijd niet dunner op. Minder mensen moesten tegen steeds lagere prijzen meer stukjes leveren. Vol inzetten op diepgang en onderzoeksjournalistiek vergt precies het tegenovergestelde.

De timing voor het starten van een bedrijf kon bovendien niet ongelukkiger. Nog geen anderhalf jaar eerder stond de wereld aan een peilloze afgrond als gevolg van de ineenstorting van een mondiaal piramidespel dat vooral door zakenbankiers in New York en Londen met ongekend vernuft in elkaar was geschroefd. Met topsalarissen en megabonussen hadden de grote zakenbanken de knapste koppen van de beste universiteiten weten te ronselen. Het waren deze financiële raketgeleerden die met *credit-default swaps*, *collateralized debt obligations* en *mortgage backed securities* een constructie hadden gecreëerd die kolossale bedragen uit de reële economie wist te zuigen.

Maar dat bouwwerk werd op essentiële punten geschraagd door fraude en pure misleiding. Het moest op een zeker moment wel onder het gewicht van zijn eigen verdorvenheid

bezwijken en dat was gebeurd. De alles verschroeiende hebzucht van enkelen had ervoor gezorgd dat de westerse wereld in haar grootste naoorlogse crisis was beland. In het Amerikaanse tijdschrift *Rolling Stone* zou journalist Matt Taibbi met die ene zin over zakenbank Goldman Sachs het beeld van de gewetenloze zakenbankier in het geheugen van van miljoenen mensen kerven: *'The world's most powerful investment bank is a great vampire squid wrapped around the face of humanity.'*

De financiële sector bleek zo verregaand vervlochten te zijn met alles wat om ons heen gebeurt, dat het redden ervan de hoogste politieke prioriteit kreeg. Nu dat op perverse prikkels gebouwde parasitaire financiële systeem op omvallen stond, moest het nota bene met gemeenschapsgeld worden gered. De ontzetting was immens. Wie snapte wat er was gebeurd? Waarom hadden we het niet zien aankomen? Wie waren verantwoordelijk? Zouden de schuldigen ermee weggkomen? Hoe konden we dit in de toekomst voorkomen?

Middenin van die financiële crisis een platform voor onderzoeksjournalistiek starten dat zijn bedrijfsmodel nog moest uitvinden, was een hachelijke onderneming. Daar stond gelukkig tegenover dat tussen de rokende puinhopen van de mondiale economie de contouren van de noodzaak van doorwrochte financiële journalistiek zich scherper aftekenden.

De naam *Follow the Money* ontleenden we aan de film die het hart van iedere journalist die voor 1960 is geboren, sneller laat kloppen: *All the President's Men* (1976), gebaseerd op het gelijknamige boek van de iconische onderzoeksjournalisten Bob Woodward en Carl Bernstein van de *Washington Post*. Zij zijn de mannen die vanaf juni 1972, na de inbraak in het hoofdkwartier van de Democratische Partij in het Watergate-gebouw in Washington D.C., het spoor volgden en bij het Witte Huis uitkwamen. Om precies te zijn: ze volgden het geldspoor. In de film – niet in het boek – komt een scène voor die bij de oprichters van ons platform op het netvlies staat gebrand. In een schaars verlichte parkeergarage ontmoet Woodward de klokkenluider die de legendarische codenaam *'Deep Throat'* zou krijgen. De journalist krijgt geen kant-en-klaar dossier in zijn handen gedrukt, slechts een aanwijzing hoe hij het onderzoek moet aanpakken: *'Follow the money... just follow the money.'* En dat deden Woodward en Bernstein, ook in werkelijkheid. Hun ruim twee jaar durende zoektocht leidde uiteindelijk tot de val van de machtigste man op aarde: de president van de Verenigde Staten.

De Watergate-affaire liet zien waar het werk van journalisten in wezen om draait: het controleren van de macht. En meer dan bij elke andere vorm van journalistiek is dat de functie van onderzoeksjournalistiek. Wanneer eigenaren van media en hoofdredacteuren de middelen ter beschikking stellen, kunnen slimme en gemotiveerde gravers onthullingen doen die voor het functioneren van een democratie van eminent belang zijn. Daarbij is geldsporen volgen een methode die aan belang heeft gewonnen.

In de periode dat Tricky Dicky Nixon zijn ovale werkkamer in het Witte Huis betrok en weer moest verlaten, voltrok zich ook een proces dat vanaf het begin van de jaren tachtig een

steeds hoger tempo kreeg: globalisering. De wereldwijde vrijhandel moest vrij baan krijgen, lokale fabricage werd vervangen door mondiale assemblage, het computertijdperk nam een aanvang en grenzen vervaagden door de razendsnelle opkomst van het wereldwijde web. Marktwerking leek een oplossing voor alles en drong gaandeweg door tot vrijwel alle haarvaten van de samenleving. Multinationals kregen een grotere omvang en werden winstgevender, maar de voordelen van de productiviteitsstijgingen kwamen stilletjesaan in steeds minder handen terecht. En tegelijkertijd voltrok zich een proces waarbij financiële hoofdsteden een almaar belangrijker rol opeisten.

Wie de macht wil controleren, dient zich ook bij die poorten te melden en zich niet door het succes van de winnaars te laten verblinden. Dat daar veel werk viel te verrichten, maakte de financiële crisis duidelijk. De samenleving was tot op het bot gefinancialiseerd, maar wat zag je daarvan terug in de media? Wie snapte er nog iets van? Zag niemand hoe belangrijk dit was?

Zo werd het idee voor *Follow the Money* geboren, aan de rand van een schoolplein in de Amsterdamse Watergraafsmeer. Zelf gaan ondernemen en een journalistiek platform opzetten, dat was het! Want je kunt wel vanaf de zijlijn roepen dat er iets moest veranderen, het is zinniger er zelf iets aan te doen. Aanvankelijk opereerden we zonder een goed bedrijfsplan, alleen gesterkt door de rotsvaste overtuiging dat belangwekkende en goed vertelde onderzoeksverhalen altijd hun weg naar een publiek zouden vinden. Ook online.

Die verhalen kwamen er, vaak als langlopende dossiers. Over de financiële alchemie van Wall Street, waarmee ook eenvoudige ondernemers in het Nederlandse midden- en kleinbedrijf leerden kennismaken: rentederivaten. Complexe financiële producten die bankiers de mkb'ers op grote schaal in de maag splitsten. Hoe marktwerking in de gezondheidszorg de intrede van de 'zorgcowboy' mogelijk maakte. Een type charlatan dat gedijt bij gebrekkig of afwezig toezicht, de oneindige vraag naar gezondheidszorg en een schier onuitputtelijke stroom van gemeenschapsgeld. We doen al jaren onderzoek naar de verstrekende invloed van het corporate bedrijfsleven en het schemergebied tussen informeren en corrumperen: het lobbyisme. Zo ook naar het infernale belastingparadijs dat in Nederland is ontstaan, met dank aan die machtige lobby. Hoe economische belangen de onafhankelijke wetenschap ondermijnen. Professoren die zich als paladijnen van het grootbedrijf gedragen. We publiceerden artikelen over politici die zich heimelijk laten sponsoren. Na grondig onderzoek bleek de voorzitter van de machtigste politieke partij van Nederland, Henry Keizer, tevens vertrouweling van de premier, zijn vermogen op duistere wijze te hebben verworven. Zijn daaropvolgende vertrek toonde aan dat door het traceren van geldsporen de macht effectief kan worden gecontroleerd. Dat bleken veel mensen op prijs te stellen.

Meer dan elf jaar na de lancering is *Follow the Money* uitgegroeid tot een geduchte waakhond. Er gaat haast geen week voorbij zonder dat een onderzoek van onze redacteurs ergens stof doet opwaaien, een artikel tot Kamervragen leidt of iemand namens FTM een belangrijk bestuurder het vuur aan de schenen legt. Met ons spoorwerk zijn we in vrijwel

elke sector actief en inmiddels gaan we ook regionale en internationale samenwerkingen aan.

Dat kan alleen omdat een uitdijende groep mensen doorheeft dat in een wereld waarin vrijwel alles om economische belangen draait, *following the money* een onmisbare leidraad is. Velen zijn gelukkig bereid een financiële bijdrage te leveren aan onze maatschappelijke missie. Met bijna 27 duizend betalende leden is het advertentieloze *Follow the Money* een gezond journalistiek bedrijf geworden. Dat dit lang niet altijd van een leien dakje ging, behoeft geen nadere uitleg. De basis: een trouw en uiterst gemotiveerd team van medewerkers. Toch hebben we zelf vooral het gevoel dat we pas aan het begin van een lange zoektocht staan. Wij weten inmiddels als geen ander dat nog veel zaken het spitwerk van een FTM'er verdienen. Bovendien: *The deeper you dig, the more shit you'll find*.

Auteur

Eric Smit is hoofdredacteur en mede-oprichter van Follow the Money.

Klokkenluiders en journalisten tegen economische fraude

Ben Vollaard

Een-tweetjes tussen klokkenluiders en journalisten zijn een effectievere manier om economische fraude aan het licht te brengen dan het speurwerk van toezichthouders. Het zijn werknemers die weten wat er echt speelt, niet inspecteurs of onderzoekers. Dit laten inventarisaties van fraudezaken zien. Klokkenluiders kunnen goed bij journalisten terecht: een schandaal verslaan geeft een journalistieke carrière een duw. Daarnaast zijn zij gebaat bij de journalistieke drang naar het publiceren van vervolgh verhalen. Tegelijk kunnen klokkenluiders de zaak met bewijs en al bij toezichthouders aanbieden. Een forse beloning is noodzakelijk om werknemers zo ver te krijgen. Beloningen voor klokkenluiders vormen de katalysator van dit hele proces. Een beloning van een paar ton of een paar miljoen lijkt misschien veel, maar het vormt een schijntje vergeleken met het voortdurend geld ploegen in vleugellamme toezichthouders.

In het economische verkeer gaat het er niet altijd even zuiver aan toe. Ondernemers zoeken de grenzen van de wet op – en gaan er overheen. Soms schudden ze de boel op door het ontwikkelen van innovatieve diensten die niet binnen het bestaande juridische kader passen, zoals bij taxidienst Uber (Pelzer et al. 2019). Soms ook zijn de intenties vuiger en komt het gewoon beter uit om het niet te nauw te nemen met de wet. Denk aan iets als het lozen van afvalstoffen in plaats van ze te laten verwerken, een veelvoorkomende vorm van fraude bij elke economische activiteit waar wat gemaakt wordt – en iets waar ook gereputeerde bedrijven zich aan bezondigen (Shapira en Zingales 2017; Vollaard 2021).

De schade van economische fraude is enorm. Denk aan grootschalige vernietiging van de natuur door illegale houtkap, aan ziekte en voortijdige dood door blootstelling aan illegaal geloosde stoffen en aan bedrijfsongevallen door niet-naleving van veiligheidsvoorschriften (Herbert en Landrigan 2000). Als we schade als maatstaf nemen, dan zou volgens Reiman en Leighton (2020) economische fraude met gemak de veelvoorkomende criminaliteit zoals geweldsdelicten en woninginbraken overtreffen.

In dit artikel beargumenteer ik dat wie wat tegen economische fraude wil doen, beter kan gokken op een een-tweetje van klokkenluiders en journalisten dan op het werk van toezichthoudende instanties en partijen die bedrijven in de gaten houden voor investeerders. Om dit een-tweetje goed te laten werken, is vooral beleid gericht op prikkels voor klokkenluiders belangrijk; de prikkels voor journalisten liggen beter. Betere rechtsbescherming van klokkenluiders en vooral het introduceren van forse beloningen voor het doen van meldingen van fraude lijken daarvoor het geëigend middel.

Dit voorstel is maatschappelijk gezien relevant, omdat het een uitweg biedt voor de beperkte slagkracht van toezichthoudende instanties. Zij lijden onder chronisch middelengebreken onder voortdurende reorganisaties (lees bijvoorbeeld Deloitte 2020 over de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit, NVWA). Om een idee te geven hoe scheef de verhoudingen liggen: vanuit het Kustwachtcentrum in Den Helder houdt een handjevol mensen het gehele Nederlandse Noordzeegebied in de gaten. Daarnaast heeft de Kustwacht welgeteld drie patrouillevaartuigen. Bedenk dat de Noordzee een van de drukst bevaren zeeën ter wereld is – neem eens een kijkje op [MarineTraffic](#) – en dat het Nederlandse deel ervan een gebied vormt dat twee keer zo groot is als het landoppervlak van Nederland. Vergelijk dat met de tienduizenden politiemensen en controleurs van stadstoezicht ‘op de wal’ die zich met delicten als winkeldiefstal en fout parkeren bezighouden. Zelfs bij evidente gevallen van fraude zijn toezichthouders vaak niet in staat op te treden (lees Spekschoor 2019 over visfraude en RTLnieuws 2020 over fraude bij slachthuizen). Het publiek kan er niet op vertrouwen dat publiek gefinancierde toezichthouders de schade van economische fraude wel in toom houden. De maatschappelijke bereidheid om door middel van toezicht en handhaving economische fraude serieus te bestrijden is klaarblijkelijk beperkt. Laat dit zo zijn; een alternatief kanaal dat zich richt op klokkenluiders en journalisten is effectiever – en het inzetten ervan vereist relatief weinig middelen.

Het onderliggende informatieprobleem

Welke tot nog toe onbekende stof in de Rijn vergiftigt ons drinkwater? Een journalist gaat dat niet op eigen kracht achterhalen. Welke maaswijdte van hun netten gebruiken vissers als ze op zee zijn? Ook nu geldt: een journalist gaat niet op eigen kracht dergelijke illegale praktijken boven water halen. Dit zijn dingen die alleen direct betrokkenen weten. Zelf fraude ontdekken als journalist is zeldzaam. Je weet niet waar je moet zoeken. Je hebt de kennis niet. Je kan de informatie bovendien vaak niet duiden, zoals bijvoorbeeld een chemisch analist dat wel kan.

Natuurlijk, het is niet *onmogelijk* om als journalist fraude te ontdekken. Je kan toevallig ergens op stuiten. Dat moet dan wel informatie zijn die een journalist op waarde kan schatten. Je bent dus aan het neuzen naar iets anders, en dan kom je opeens op een nieuw spoor – en dat spoor loopt wonder boven wonder niet dood. Een voorbeeld is de manier waarop grootschalige corruptie rond Wen Jiabao, de vorige Chinese leider, bekend werd. David Barbouza, redacteur economie bij de *New York Times*, was aan het kijken naar oneigenlijke voordelen die kinderen van de Chinese machthebbers genieten. Toen kwam hij erachter dat met publiekelijk beschikbare informatie over bedrijven ook links zijn te leggen tussen de machthebbers zelf en grote bedrijven. Zo bleek de familie van Jiabao tijdens zijn termijn als vice-premier en premier een vermogen van miljarden dollars te hebben vergaard (Barbouza 2012). Zijn moeder was altijd arm geweest, maar maakte intussen investeringen in Chinese bedrijven van meer dan honderd miljoen dollar. Het verhaal sloeg in als een bom. Tot zover de uitzondering die de regel bevestigt.

Journalisten kunnen het dus niet zelf. Zij staan hier niet alleen in. Hetzelfde geldt voor wetenschappers. Zij moeten iets aangereikt krijgen door direct betrokkenen. De kracht van

hun werk zit vooral in het ontwerpen en uitvoeren van een creatieve en betrouwbare toets op bestaande vermoedens van fraude (Zitzewitz 2012) en het inschatten van de omvang van de fraude (Dyck, Morse en Zingales 2020) en de maatschappelijke gevolgen daarvan (Marcus 2021). Ook nu zijn er uitzonderingen, dankzij *serendipity in the social sciences*, zoals Christie en Schultz (1995) het noemen. Zij ontdekten bij toeval grootschalige fraude door *bookmakers* op de aandelenmarkt. Hun verhaal lijkt op de toevallige ontdekking van de achtergrondruis van de big bang door twee astronomen in 1964 (Brumfiel 2014). De gegevens van aandelentransacties waarover William Christie en Paul Schultz beschikten leken gekke fouten te bevatten; de bron hiervan bleken uiteindelijk illegale afspraken tussen bookingkantoren te zijn (Ritter 2008).

Zelfs de rol van buitenstaanders die er bovenop zitten, zoals inspecteurs, bij het ontdekken van fraude is klein. Het is hun werk, ze zijn ervoor aangesteld, maar ze blijven buitenstaanders met beperkt zicht op wat er werkelijk gebeurt. Een stug voorbeeld hiervan is het 's nachts lozen van oliehoudende stoffen door internationaal scheepverkeer. Dit is een grote bron van milieuvervuiling, vooral in en rond vaarroutes. Nederland is voor zover ik weet het enige land ter wereld dat ook 's nachts vanuit de lucht de zee systematisch in de gaten houdt, maar veel verder dan wat vaag geformuleerde vermoedens over wat er na zonsondergang op de Noordzee gebeurt kwam het decennialang niet (Vollaard 2017).

Een breed opgezette studie naar het ontdekken van financiële fraude door bedrijven in de VS biedt bewijs voor de marginale rol van toezichthouders (Dyck, Morse en Zingales 2010). De onderzoekers baseren zich op honderden boekhoudschandalen in de periode 1996 tot 2004, waaronder de debacles rond Enron en WorldCom. Zij vinden dat de toezichthouder – de SEC, het Amerikaanse equivalent van de AFM – een marginale rol speelt in het ontdekken van de fraude. Ook auditors – ingehuurd om de boeken te controleren – en investeerders – die kunnen profiteren van fraude maar ook heel veel hebben te verliezen, denk aan Enron – blijken weinig onoorbaars op te merken.

Werknemers spelen juist een grotere rol. De onderzoekers laten zien dat die rol is te verklaren door hun unieke toegang tot informatie. Vooral de relatief kleine zaken – dit is relatief; het gaat hier zonder uitzondering om grote schandalen – zijn dankzij klokkenluiders naar buiten gekomen.¹

Om de boodschap niet verloren te laten gaan: werknemers spelen bij het ontdekken van fraude dus een veel grotere rol dan de toezichthouders. Dit is wel even iets om bij stil te staan. Het is om deze reden naïef om na te denken over afschrikking en bestraffing zonder daarin spelers te betrekken die het informatieprobleem rond fraude kunnen oplossen.

¹ Hetzelfde beeld biedt een jaarlijks internationaal overzicht van fraude binnen bedrijven en overheidsorganisaties gericht op persoonlijke verrijking, denk aan diefstal van bedrijfseigendommen en onjuiste declaraties (ACFE 2020). Fraude wordt drie keer vaker ontdekt dankzij meldingen van werknemers dan dankzij interne audits.

Het een-tweetje tussen klokkenluiders en journalisten

Klokkenluiders spelen dus een centrale rol. Maar als zij iets naar buiten willen brengen, dan kunnen zij niet zonder journalisten. Gezien de in de introductie besproken redenen kunnen zij daar vaak beter terecht dan bij de toezichthouder. Het zijn vooral journalisten van voor-aanstaande media die tips krijgen (Dyck, Morse en Zingales 2010). Een bericht in een voor-aanstaand mediakanaal als een landelijke krant met een goede reputatie bevordert de geloofwaardigheid van het verhaal. Deze media hoeven bovendien minder bang te zijn voor het wegvallen van advertentie-inkomsten van één partij dan kleinere mediaspelers.

Journalisten hebben in ieder geval vanuit het oogpunt van carrièreperspectieven een sterke prikkel om met het verhaal van een klokkenluider aan de slag te gaan. Een journalist kan zijn of haar carrière een enorme duw geven met het naar buiten brengen van een groot schandaal. Zo kreeg de eerder genoemde New York Times-verslaggever David Barbouza een reeks van prijzen voor zijn artikel over corruptie rond de directe familie van de Chinese premier. Journalist Dan McCrum van de Financial Times is inmiddels een beroemdheid vanwege zijn hoofdrol in de ontrafeling en ontmanteling van het Duitse betaalbedrijf Wirecard. Dyck, Morse en Zingales (2010) wijzen erop dat het niet toevallig is dat de naam van de journalist bij het bericht over de fraude er in het merendeel van de gevallen duidelijk bij staat, terwijl de oorspronkelijke bron, de klokkenluider, nog weleens anoniem blijft of zelfs onvermeld.

De eisen voor een verhaal waarin een partij beticht wordt van fraude liggen natuurlijk hoog. Een journalist kan niet simpelweg vermoedens in de krant zetten. Dit is een uitnodiging om advocaten achter je aan te krijgen. Het is belangrijk te bedenken dat klokkenluiders vaak niet louter uit gewetensnood naar journalisten toekomen. De drempel om een journalist te tippen over illegale praktijken bij de werkgever ligt erg hoog, zo hoog dat er vaak een extra aanleiding als een arbeidsconflict voor nodig is om het zo ver te laten komen. Een journalist zal moeten onderzoeken wat er waar is aan de beschuldiging – en daarvoor is het relevant te weten te komen of de klokkenluider een dubbele agenda heeft (Inman, Gonzalez en Quinones 2020). Dat vereist tijd en middelen, een zeer schaars goed. De laatste jaren zijn er allerlei initiatieven ontplooid gericht op ondersteuning van dit soort journalistiek graafwerk, maar hier lijkt meer mogelijk, zeker in een klein taalgebied als het Nederlandse (zie Beunders et al. 2018 over marktfalen in de onderzoeksjournalistiek).

Klokkenluiders kunnen met hun onthullingen ook goed bij de media terecht, omdat journalisten leven van vervolgh verhalen. Die leveren immers direct bewijs dat hun werk impact heeft. Denk aan een artikel over een kwestie op dinsdag en een vervolg op donderdag met daarin het nieuws dat over de kwestie Kamervragen zijn gesteld. Dat is wel wat anders dan een toezichthouder die een fraudemelding registreert, wellicht een half jaar later 'in onderzoek neemt' en daarna nog maanden- of jarenlang niks kwijt wil over de zaak omdat die 'in onderzoek' is. Journalisten daarentegen blijven de fraude graag onder de aandacht brengen. Een mooi voorbeeld hiervan vormen de dossiers van Follow the Money. Dit online journalistiek platform richt zich vooral op artikelen over economische fraude. Het platform is ge-

bouwd rond dossiers zoals fraude door ‘zorgcowboys’ en de vervuiling door DuPont/Che-mours. Artikelen binnen een dossier bouwen op elkaar voort; samen vormen zij een beeld van de onderliggende kwestie en samen geven zij daar ook meer gewicht aan dan een op-zichzelfstaand artikel dat na een week ‘oud nieuws’ is.

Beloningen en bescherming voor klokkenluiders

Zoals gezegd, voor werknemers bestaat een grote drempel om met onthullingen naar buiten te komen. Voor het getroffen bedrijf worden zij vaak het punt waar alle pijlen zich op rich-ten. Niet het aangekaarte probleem, maar de boodschapper van het slechte nieuws krijgt de aandacht, een algemeen menselijke neiging (John et al. 2019). Klokkenluiders worden niet zelden op een zijspoor gezet dan wel ontslagen en achtervolgd door advocaten. De slechte positie van klokkenluiders is een lang bestaand probleem waar al veel over is geschreven, maar waar nog weinig lijkt verbeterd.

Het versterken van de rechtspositie van klokkenluiders is duidelijk nog in ontwikkeling in Nederland. Enkele jaren terug is de Wet Huis voor klokkenluiders in werking getreden, maar dit ‘huis’ blijkt vooralsnog erg gebrekkig te werken (Van Mil et al. 2020). Er is inmid-dels een nieuwe Europese richtlijn die betere ondersteuning en rechtsbescherming van klokkenluiders in het vooruitzicht stelt (Van der Meij 2021). De bewijslast komt meer bij werkgevers te liggen. Uiterlijk eind dit jaar moet de EU-klokkenluidersrichtlijn in de be-staande wet verwerkt zijn. Wellicht dat klokkenluiders hier wel bijgebaat zijn – en dat hier-door het aantal klokkenluiders zal toenemen.

Het introduceren van forse beloningen voor klokkenluiders is een andere oplossing om de persoonlijke ellende en financiële ramspoed rond het doen van een melding te verzachten. In de VS zijn verschillende wetswijzigingen doorgevoerd om financiële prikkels voor het melden van fraude te creëren. Zo betaalt de Amerikaanse beurstoezichthouder SEC sinds 2012 klokkenluiders 10 tot 30 procent van de boetes die dankzij een melding zijn geïnd. Eind vorig jaar ontving een klokkenluider 114 miljoen dollar als beloning, een record (SEC 2020). Het werkt, zo blijkt uit een recente overzichtsstudie (Nyrerod en Spagnolo 2021). De angst voor onjuiste meldingen door puur op geld beluste werknemers lijkt onterecht (Buc-cirossi et al. 2017). Dyck, Morse en Zingales (2010) laten zien dat in sectoren waar klokken-luiders direct financieel kunnen meeprofiteren van het aan het licht brengen van fraude, zoals bij gezondheidszorgverzekeringen voor ouderen, een relatief grote stroom aan door klokkenluiders gemelde fraudezaken bestaat.

Deze initiatieven zijn gericht op het stimuleren van meldingen direct aan publieke toezicht-houders. Als een klokkenluider beperkt vertrouwen heeft in de toezichthouder, dan kan hij of zij een officiële melding doen en tegelijk naar de media stappen.² Zo ging het bijvoorbeeld

² In combinatie met een melding naar de media stappen lijkt voor de beloning van klokkenluiders door de SEC geen probleem, zie Section 21F van de US Exchange Act, paragraaf ‘240.21F-4 Other definitions’, onderdeel (b). [<https://www.sec.gov/about/offices/owb/reg-21f.pdf>]

bij de melding van visfraude bij supertrawler Jan Maria door een stuurman van het vissersschip (weliswaar zonder beloning voor de tip). Het schip ving in ruim twee weken anderhalf miljoen kilo meer vis dan officieel werd opgegeven. Via Greenpeace kwam zijn verhaal bij Nieuwsuur en Zembla terecht. De stuurman overhandigde de schaduwboekhouding van het schip ook aan de Duitse justitie (Schuttevaer 2013). Overigens is er zo ver ik weet uiteindelijk niets met de melding gedaan.

Conclusie

Economisch journalisten zijn in een unieke positie om fraude van bedrijven boven water te krijgen. Journalisten kunnen dit in de regel niet op eigen houtje, daarvoor ontbreekt hen de informatie en ook de expertise, maar vooral in samenwerking met klokkenluiders. Uiteindelijk zijn het vooral werknemers die weten wat er echt gebeurt en niet journalisten of onderzoekers, zelfs niet inspecteurs. Het een-tweetje tussen journalisten en klokkenluiders lijkt een onderbenut kanaal om een groot maatschappelijk probleem aan te pakken. Samen kunnen zij van veel meer betekenis zijn dan het speurwerk van alle toezichthouders als de NVWA, AFM, etc. bij elkaar.

Om deze samenwerking goed te laten werken is het wel nodig om ervoor te zorgen dat klokkenluiders uiteindelijk beter in plaats van slechter af zijn na het doorspelen van informatie over illegale praktijken. Het introduceren van beloningen voor het doen van meldingen via officiële kanalen kan hierin voorzien. Het blijkt een effectief middel om werknemers over de streep te trekken. Idealiter weten klokkenluiders zich beschermd door de wet, beloond door de toezichthouder als hoeder van het algemeen belang – en kunnen zij tegelijk met hun verhaal naar de media.

Als de Nederlandse overheid terughoudend blijft met het introduceren van tipgeld, dan zouden maatschappelijke organisaties en individuele personen die iets voor de publieke zaak willen doen in dit gat kunnen springen. Dergelijke private initiatieven richten zich dan niet langer uitsluitend op het bieden van financiële ondersteuning voor het graafwerk van journalisten, zoals hierboven aangestipt, maar ook op het stimuleren van meldingen door klokkenluiders, de bron waar dit graafwerk op draait.

Auteur

Ben Vollaard is Universitair Hoofddocent bij Tilburg University, vollaard@uvt.nl

Referenties

ACFE (Association of Certified Fraud Examiners), 2020, Report to the Nations. Global study on occupational fraud and abuse, <https://acfe-public.s3-us-west-2.amazonaws.com/2020-Report-to-the-Nations.pdf>, Austin (TX).

- Barboza, David, 2012, Billions in Hidden Riches for Family of Chinese Leader, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2012/10/26/business/global/family-of-wen-jiabao-holds-a-hid-den-fortune-in-china.html>
- Beunders, Henri, Justin de Kleuver, Annelies van der Horst en Arjun Swami-Persaud, 2018, Onderzoeksjournalistiek in Nederland. Verkenning en analyse, DSP-groep. <https://www.tweedeka-mer.nl/downloads/document?id=7fb19da6-60b9-4318-b43f-d82e14a09444&title=Onder-zoeksjournalistiek%20in%20Nederland.%20Verkenning%20en%20analyse.pdf>
- Brumfiel, Geoff, 2014, Big Bang's Ripples: Two Scientists Recall Their Big Discovery, NPR, All things considered. <https://www.npr.org/2014/05/20/314239930/big-bangs-afterglow-two-sci-en-tists-recall-their-big-discovery?t=1617700814586>
- Buccirossi, Paolo, Giovanni Immordino en Giancarlo Spagnolo, 2017, Whistleblower Rewards, False Reports, and Corporate Fraud, Stockholm Institute of Transition Economics Working Paper 42.
- Christie, William G. en Paul H. Schultz, 1995, Policy Watch: Did Nasdaq Market Makers Implicitly Col-lude?, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 9(3): 199-208.
- Deloitte, 2020, Onderzoek of de capaciteit van de NVWA toereikend is voor het actuele en toekom-stige takenpakket, onderzoek in opdracht van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedsel-kwaliteit. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2020/03/20/onderzoek-of-de-capaciteit-van-de-nvwa-toereikend-is-voor-het-actuele-en-toekomstige-takenpakket>
- Dyck, Alexander, Adair Morse en Luigi Zingales, 2010, Who Blows the Whistle on Corporate Fraud?, *Journal of Finance*, vol. 65(6): 2213-2253.
- Dyck, Alexander, Adair Morse en Luigi Zingales, 2020, How pervasive is corporate fraud?, NBER Working Paper.
- Herbert, Robin en Philip J. Landrigan, 2000, Work-related death: A continuing epidemic, *American Journal of Public Health*, vol. 90(4): 541-545.
- Inman, Mary, Carolina Gonzalez en Claudia Quinones, 2020, Implementing the new EU Whistleblower Directive: A Transposition Guide for Journalists, Constantine Cannon, European Federation of Journalists, London.
- John, Leslie, Hayley Blunden en Heidi Liu, 2019, Shooting the Messenger, *Journal of Experimental Psy-chology: General*, vol. 148(4): 644-666.
- Marcus, Michelle, 2021, Going Beneath the Surface: Petroleum Pollution, Regulation, and Health, *American Economic Journal: Applied Economics*, vol. 13(1): 1-37.
- MarineTraffic, 2021. <https://www.marinetraffic.com/nl/ais/home/centerx:3.7/center:y:52.2/zoom:8>
- Meij, Peter van de, 2021, Positie klokkenluider kan snel veel beter, *Het Financieele Dagblad*. <https://fd.nl/ opinie/1373117/positie-klokkenluider-kan-snel-veel-beter-ofd1caPchjzp>
- Mil, Bill van, Fritzi Reijerma, Frederique Uytterlinde en Anouk Bolsenbroek, 2020, *Evaluatie Wet Huis voor klokkenluiders*, Kwink groep, Den Haag. <https://www.huisvoorklokkenluiders.nl/Publicaties/publicaties/2020/07/15/eindrapport-evaluatie-wet-huis-voor-klokkenluiders>
- Nyrerod, Theo en Giancarlo Spagnolo, 2021, Myths and numbers on whistleblower rewards, *Regulation & Governance*, vol. 15: 82-97.
- Pelzer, Peter, Koen Frenken en Wouter Boon, 2019, Institutional entrepreneurship in the platform economy: How Uber tried (and failed) to change the Dutch taxi law, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, vol. 33: 1-12.
- Reiman, Jeffrey en Paul Leighton, 2020, *The Rich Get Richer and the Poor Get Prison: Thinking Critically About Class and Criminal Justice*, 12^e editie, Routledge.
- Ritter, Jay, 2008, Forensic finance, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 22(3): 127-147.
- RTLnieuws, 2020, NVWA te traag: onderzoek naar misstanden slachthuizen gestopt, <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/artikel/5172849/nvwa-noordelijke-slachthuizen-friesland-drenthe-groningen-ziek-onderzoek>

-
- Schuttevaer, 2013, Nieuwsuur: 1,5 miljoen kilo 'vermist' haring gedumpt, Katwijk <https://www.schuttevaer.nl/nieuws/visserij/2013/03/29/nieuwsuur-15-miljoen-kilo-ver-miste-haring-gedumpt/>
- SEC, 2020, SEC Issues Record \$114 Million Whistleblower Award, press release, Washington DC <https://www.sec.gov/news/press-release/2020-266>
- Shapira, Roy en Luigi Zingales, 2017, Is pollution value-maximizing? The DuPont case, NBER Working Paper 23866.
- Spekschoor, Thomas, 2019, Hoe Nederland visserij-fraude wel doorhad, maar niets deed, NOS <https://nos.nl/artikel/2303680-hoe-nederland-visserij-fraude-wel-doorhad-maar-niets-deed.html>
- Vollaard, Ben, 2017, Temporal displacement of environmental crime. Evidence from marine oil pollution, *Journal of Environmental Economics and Management*,.
- Vollaard, Ben, 2021, Zorg om reputatie weerhield chemiereus DuPont niet om dood en verderf te zaaien, *Follow the Money*, https://www.ftm.nl/artikelen/interview-luigi-zingales?share=8j87uSNcvwD-dGb1WUVTphUEXa%2BdzDFpFDo%2FXtKZBMjpx8LG0%2FuRwsSKzMhSDolg%3D&utm_campaign=sharebuttonleden&utm_source=linkbutton
- Zitzewitz, Eric, 2012, Forensic Economics, *Journal of Economic Literature*, 50 (3), 731-769.

Hans de Boer en de objectiviteit van de economische journalistiek

Martin Visser

Journalisten, ook economische journalisten, moeten zich tot op zekere hoogte aanpassen aan hun lezers. Dat uit zich in onderwerpkeuze en toon. Maar diezelfde lezers verwachten ook objectiviteit en kritische distantie van hun krant. Aan de hand van mijn langjarige journalistieke relatie met Hans de Boer laat ik zien hoe dit in de praktijk uitpakt.

In september 2014 pleitte Hans de Boer voor een fikse lastenverlichting. De Telegraaf opende er de krant mee: 'Geld terug naar de burger'. De werkgeversvoorman vond dat burgers én bedrijven na jaren van bezuinigingen en lastenverzwaringen er nu wel recht op hadden om 10 tot 15 miljard euro terug te krijgen.

Twee dagen later stond er in diezelfde Telegraaf een column van mijn hand. Mij viel op dat de voorzitter van werkgeversorganisatie VNO-NCW wel miljarden aan belastinggeld opeiste, maar helemaal niet openstond voor allerlei andere politieke wensen en ideeën over de belastingen. De Boer zag niets in hogere belastingen op vermogen, niets in een hogere milieubelasting, niets in aanpassingen van de hypotheekrenteaftrek. Er bleef een ordinaire lobby over: er moest poen op tafel. "Al die werkgeverswensen moeten ergens van worden betaald", schreef ik.

Het schoot de 'Malietoren' in het verkeerde keelgat. Een medewerker van De Boer mailde mij prompt als reactie op de column: "Had wel wat meer support verwacht van De Telegraaf in onze kruistocht om de miljarden die de overheid heeft opgehaald bij burger en bedrijf terug te krijgen. Moet de krant van ondernemers en burgers toch aanspreken."

Dat uitgerekend het clubblad van VNO – zo zie ik onze krant niet, zo ziet VNO dat soms zelf – een kritisch stuk schreef over de oproep van hun voorman, viel slecht. Ik vind het een mooie voorbeeld om mee te illustreren op welke manier ik als financieel journalist probeer om objectief te blijven. Met de inmiddels overleden Hans de Boer had ik een heel goed contact. Laten we eerlijk zijn, we hadden elkaar ook nodig. Hij kon het platform van zo'n grote krant goed gebruiken, voor mij is de werkgeverslobby een bron van informatie. En van heerlijke interviews uiteraard, want laat ik ook niet vergeten wat een plezier het was om deze uitgesproken Fries met regelmaat te mogen interviewen.

Ben je als financieel journalist objectief? Partijdig misschien zelfs? Of ben de neutraliteit zelve, een onberispelijk en soms wat saai iemand die alleen met feiten bezig is en op geen enkele manier kleur bekent?

Het is een beetje zoeken naar woorden, deels is deze discussie semantisch. Want natuurlijk probeer ik neutraal tegenover onderwerpen te staan. En mijn eigen opvattingen op afstand te houden. Maar tegelijkertijd is het (financiële) journalistiek mensenwerk. Ik neemt mezelf mee in de stukken die ik schrijf. Ik maak de keuze voor een onderwerp, ik bepaal wat ik interessant genoeg vind om tijd aan te besteden. Natuurlijk zijn er criteria om te bepalen wat wel of geen nieuws is, maar uiteindelijk maak ik die afweging zelf. Met mijn redactie uiteraard.

Ik schrijft ook voor mensen. Mensen die de krant lezen, die betalen om het dagblad thuisbezorgd te krijgen, die betalen voor een goedgevulde website. Die mensen worden aangetrokken door de stijl van de krant, de toon, de opmaak, de signatuur. Uiteindelijk is de krant ook een product die aan de man gebracht moet worden en dus bereiken kranten bepaalde doelgroepen.

Jarenlang schreef ik voor Het Financieele Dagblad. Toen was mijn toon anders, de informatiedichtheid was anders, de selectie van de onderwerpen was anders, de invalshoeken waren anders. Het zou raar zijn als dat niet zo was. Terwijl ik bij het FD louter voor beslissers schreef, bereik ik bij De Telegraaf mensen van de bar tot de boardroom, zoals ik me dat wel eens heb laten vertellen. Alle niveaus dus. Met als gemene deler dat de krant voor een breed publiek is en dus de gewone man moet aanspreken. Dat betekent bijvoorbeeld dat het FD andere keuzes maakt als het over klimaatbeleid schrijft. Niet voor niets vestigde De Telegraaf bij de onderhandelingen aan de klimaattafels al heel snel de aandacht op het draagvlak van de maatregelen en de kosten voor de doorsnee burger.

Is dat dan populistisch of oppervlakkig? Nee, dat lijkt me niet. Het is een punt dat bijvoorbeeld ook Kim Putters van het Sociaal en Cultureel Planbureau steeds aansnijdt. En inmiddels is er een heuse Commissie-Brenninkmeijer aan te pas gekomen om te adviseren hoe burgers betrokken kunnen worden bij vergaande klimaatmaatregelen.

Ik heb Hans de Boer niet voor niets aangehaald bij de aftrap van dit stuk. Want de manier waarop ik over hem en de werkgeverslobby heb geschreven zegt veel over mijn journalistieke aanpak. Ja, mijn krant wordt goed gelezen door ondernemers. De achterban van VNO-NCW en MKB-Nederland zijn dus heel belangrijk voor de Financiële Telegraaf. Als je ergens dat ondernemersgevoel wilt voelen, is het in de kolommen van mijn krant.

Maar dat betekent niet dat ik alle lobby van de werkgevers kritiekloos slik. Sterker nog, ik vind dat ik die des te scherper moet volgen. Juist omdat die natuurlijke link er is. Ik vind dat er ruimte moet zijn om het ondernemersgeluid te laten horen. Wat mij betreft betekent dat tegelijkertijd dat ik die des te kritischer bejegen.

En dus heb ik in de afgelopen jaren zeer geregeld (grote) interviews gebracht met voorzitters van de werkgevers, zowel VNO-NCW als MKB-Nederland, maar heb ik die vervolgens ook aan kritische vragen onderworpen, heb er scherpe analyses aan besteed en pittige columns. “Was sich liebt das neckt sich.” Zoiets. Als financieel journalist wil ik nooit een kritiekloos doorgeefluik zijn en dus schuurt het dan des te meer.

Met als gevolg dat ik me destijds ook met enthousiasme heb gestort op de discussie over de afschaffing van de dividendbelasting. Ik benaderde een hele batterij economen en fiscalisten. Tien reageerden er op mijn vragenlijst en negen daarvan vonden dit VNO-idee niks. Met goede argumenten.

En dus schrijf ik kritisch over de beloning aan de top. Over belastingontwijking. Over de aanhoudende lobby tegen een CO₂-belasting. Over bonje tussen het grootbedrijf en de échte ondernemers in het mkb. Over achterblijvende cao-loonstijgingen. Over de problematiek van ongelijkheid in Nederland.

Ik ben ervan overtuigd dat die insteek bijdraagt aan de geloofwaardigheid van mijn journalistieke werk. Het is onzinnig om pro-bedrijven en daarmee anti-vakbond te zijn. Ik vind bepaalde sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen belangrijk en relevant en dus wil ik erover schrijven, wil ik er alles van weten, wil ik het uitzoeken en vervolgens ook de mechanismen achter de schermen beschrijven en openbaar maken voor het grote publiek.

De kunst is om dat te doen op een faire manier. Want alleen dan hou je de contacten goed, contacten die je nodig hebt om een verhaal van alle kanten te kunnen beschouwen en beschrijven. Als dat allemaal lukt, draagt deze kritische werkwijze uiteindelijk ook bij aan de geloofwaardigheid van de mensen waarover ik schrijf.

Ik haal opnieuw Hans de Boer erbij. Als voorbeeld wederom. Omdat het met hem zo lekker kon schuren en knetteren en er tegelijkertijd wederzijds respect was voor elkaars rollen. Wat ik met die geloofwaardigheid bedoel? Toen De Boer zich realiseerde dat zijn lobby voor de afschaffing van de dividendbelasting faliekant mislukt was, kreeg ik na lang aandringen een groot interview met hem. Daarin blikten we terug. Hij constateerde dat er een kloof was ontstaan tussen hem en het grote bedrijfsleven aan de ene kant en politiek en samenleving aan de andere kant. Hij moest de knauw van de mislukte lobby duidelijk nog verwerken, want hij vond nog altijd dat hij inhoudelijk gelijk had. Maar hij deed ook een eerste poging om die verwijdering tussen bedrijfsleven en maatschappij te analyseren en te verklaren.

Het was het spannendste interview dat ik met hem heb gehouden. Via mij sprak hij ondernemend Nederland aan, zijn eigen achterban. Maar daarmee was het nog geen thuiswedstrijd. Het knetterde, want er waren vele scherpe vragen te stellen. Juist door die kritische houding werd het gesprek geloofwaardig, voor beide partijen. Ik zag hem worstelen, want hij was spreekbuis geworden van het grootbedrijf terwijl zijn hart altijd bij de gewone ondernemer had gelegen. Ik heb geprobeerd die worsteling, dat zoeken naar

woorden en verklaringen, zo goed mogelijk te vangen in het uitgewerkte interview. Dit was geen scoop, geen wereldprimeur. Maar ik vond het gesprek memorabel en belangrijk.

In het afscheidsinterview dat ik met hem had, kwam onze verhouding ter sprake. Gewoon on the record. "U bent regelmatig kritisch op me. Dan loopt u te zeiken", zei hij, refererend aan vervelende columns. "Mijn kinderen zeggen tegen me: waarom praat je met die Visser? Want als je hem nodig hebt, dan hakt ie op je in. Maar ik zie je als een econoom. Je bent ook journalist, dus je moet zorgen dat die krant een goede oplage heeft. Dat snap ik ook wel. Maar ik zie je ook als een econoom. In de vertaalslag, in complexe dingen naar een publiek toebrengen, daar heeft u een belangrijke rol in."

Ik stel er geen eer in om niet meer *on speaking terms* met iemand te zijn omdat ik die persoon zo lekker heb aangepakt. Ik zie daar niet de toegevoegde waarde van in. Wat De Boer hier zei, vatte het voor mij samen. Allebei speelden we onze rol. En daarbij hoort dat het soms schuurt en botst. Anders doe ik mijn werk niet goed. Maar er is ook wederzijds respect, professionaliteit van beide kanten.

Niet veel later overleed Hans de Boer. Ik was er echt door aangedaan. Op dat moment was ik ook de schrijver voor een ondernemerskrant en mocht ik dus uitpakken met een redelijk persoonlijk in memoriam. Daags daarna schreef ik ook nog een column over mijn relatie met hem. Daarin kwam ik terug op die eerdere column uit 2014 waar hij en zijn medewerkers zo door geraakt waren. Het had hem namelijk nogal dwarsgezet en hij belde er destijds maanden later een keer op zaterdag over op. De lucht moest worden geklaard.

Dat was toen ook gelukt. Het tekende de preciaire verhouding die je kan hebben met mensen die je nauwgezet en dus kritisch volgt.

Ik besloot mijn column met een anekdote:

Jaren later kreeg ik naar aanleiding van een andere column een appje: "Goed stukje."

"Dat ik dat nog eens mag horen", antwoordde ik.

Direct kwam er terug: "We gaan er geen gewoonte van maken."

Als ik dit nu teruglees, hoor ik er in mijn hoofd geluid bij: zijn schaterlach.

Auteur

Martin Visser is journalist bij De Telegraaf.

Goed nieuws is geen nieuws: over de ingewikkelde driehoeksrelatie tussen economie, economisch nieuws en publieke opinie

Alyt Damstra

Economisch nieuws heeft een eigen dynamiek. Door journalistieke selectiemechanismen en de aard van economische informatie wordt berichtgeving onder meer getekend door een negativity bias – de oververtegenwoordiging van informatie over negatieve gebeurtenissen en ontwikkelingen. En daardoor kan economisch nieuws, los van de echte economische omstandigheden, een onafhankelijke invloed uitoefenen op de publieke opinie. Precies deze driehoeksrelatie – tussen economie, economische berichtgeving en publieke opinie – was onderwerp van mijn promotieonderzoek.

1 Vooraf

Van 2015 tot 2020 draaide mijn werkende leven om economisch nieuws. Niet als journalist maar als onderzoeker, ik mocht het fenomeen van een afstandje bestuderen. Mijn proefschrift, waarop ik in 2020 promoveerde aan de Universiteit van Amsterdam had als titel *Economic news. How it's made and how it matters*. En dát het *matters* bleek al snel uit de eerste analyses, economisch nieuws is ontzettend belangrijk. Wanneer mensen zich een beeld vormen van de nationale economie, baseren ze zich op informatie die is verkregen via de media. Dat is ook precies waar de media voor zijn, het informeren van burgers over zaken die ertoe doen. Het interessante is alleen dat die informatie, het economische nieuws dus, doorgaans geen objectieve samenvatting is van dat wat er zich in de buitenwereld afspeelt.

Dit themanummer gaat over de economische journalistiek. Om het belang van dit vakgebied goed te kunnen wegen, is het de moeite waard om stil te staan bij de invloed die economische nieuwsberichten hebben. Waarom is economisch nieuws zo belangrijk? Aan de hand van een aantal studies uit mijn promotieonderzoek zal ik proberen daar een antwoord op te geven. Vervolgens sta ik stil bij de totstandkoming van economisch nieuws, en zal ik op basis van interviews die ik in 2018 met economisch journalisten had, iets zeggen over de factoren die dit vakgebied zo uitdagend maken.

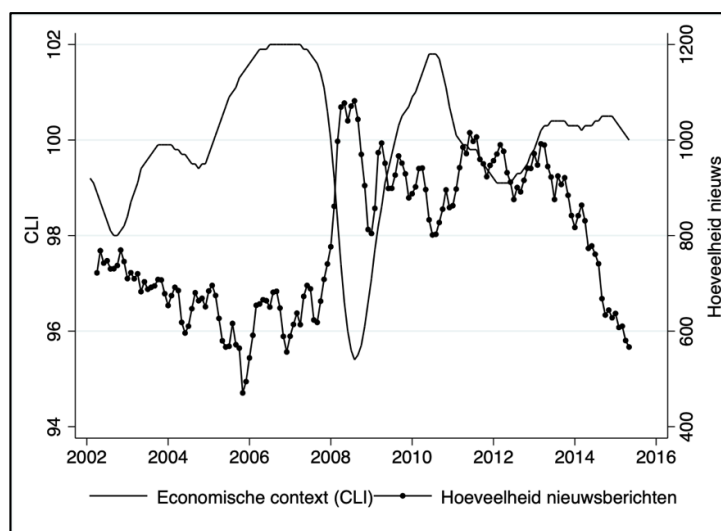
2 De invloed van economisch nieuws

Om de invloed van economische berichtgeving goed te begrijpen is het belangrijk om deze te onderzoeken in samenhang met echte economische omstandigheden. Met UvA-collega

Mark Boukes, verzamelde ik alle economische nieuwsartikelen die zijn gepubliceerd in zeven Nederlandse kranten van 2002 tot en met 2015.¹ Dit leverde een dataset op van 127.120 nieuwsberichten. We analyseerden de toon van het nieuws en aggregeerden de artikelen naar maandelijks niveau, zodat we een overzicht kregen van de maandelijkse hoeveelheid positief nieuws en de maandelijkse hoeveelheid negatief nieuws, gedurende een periode van veertien jaar. Deze tijdreeksen werden aangevuld met maandelijkse cijfers voor de echte economie (we gebruikten daarvoor een meting van de OESO, de *Composite Leading Indicators*) en maandelijkse cijfers die de publieke opinie ten aanzien van de nationale economie in kaart brachten.²

Figuur 1 laat zien dat de ‘echte economie’ en de hoeveelheid nieuws sterk negatief met elkaar samenhangen. Gaat het goed met de economie, dan wordt er minder over geschreven, gaat het slecht met de economie, zoals in 2008 en 2009 toen Nederland door een diepe crisis ging, dan is er veel meer economisch nieuws. Dit zijn geen kleine verschillen, in tijden van economische neergang verschijnen per maand honderden artikelen meer dan in tijden van voorspoed. Naast de hoeveelheid nieuws zien we ook dat de toon van berichtgeving overwegend negatief is. Soms is dat een prima reflectie van de economische omstandigheden, zoals in de crisisjaren. Maar ook wanneer het Nederland economisch voor de wind gaat, wordt de nadruk vaak gelegd op enkele negatieve aspecten binnen een overwegend positieve context. En dat is niet voorbehouden aan een tabloid zoals de Telegraaf, maar geldt voor alle media die wij onderzochten

Figuur 1 Samenhang tussen economie en de hoeveelheid economisch nieuws



¹ Kranten: Algemeen Dagblad, Het Financieel Dagblad, Metro, NRC Handelsblad, De Telegraaf, Trouw, en de Volkskrant

² De resultaten zijn gepubliceerd in Communication Research, open access: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0093650217750971>

Terug naar de analyses. Zoals bekend betekent correlatie nog geen causaliteit, en om het laatste toch vast te kunnen stellen voerden we een aantal tijdreeksanalyses uit. Hieruit kwam duidelijk naar voren dat economische omstandigheden een sterke voorspeller zijn van de hoeveelheid economisch nieuws, maar dat dit effect alleen gedreven wordt door economische neergang. Verslechtert de economische situatie, dan neemt media-aandacht exponentieel toe, groeit of herstelt de economie dan is er geen effect. Daarnaast is de invloed van het nieuws zelf óók asymmetrisch. Slecht nieuws heeft consequenties, het leidt tot economisch pessimisme onder de bevolking. Positief nieuws heeft daarentegen geen effect op publieke opinie. Een tweede *negativity bias* dus, maar dit keer op het niveau van de nieuwsconsument.

En daar houdt het niet op, want de invloed van economisch nieuws reikt verder dan alleen de economische verwachtingen van mensen. Ook voor politieke attitudes is economische berichtgeving relevant. Samen met collega's Mark Boukes en Rens Vliegthart onderzocht ik hoe het consumeren van economisch nieuws doorwerkt op de waardering die mensen kunnen opbrengen voor economisch regeringsbeleid. We maakten gebruik van data uit 2015 waarin voor een periode van enkele maanden het specifieke nieuwsgebruik van mensen in kaart was gebracht. Vervolgens konden wij dat nieuwsgebruik koppelen aan verschuivingen in standpunten gedurende diezelfde maanden. De focus lag op de wijze waarop de regering in economische berichtgeving verantwoordelijk werd gehouden voor de economie. Opnieuw maakten we onderscheid tussen positieve en negatieve informatie. Dus de toekenning van positieve verantwoordelijkheid - de attributie van *credit* - versus de toekenning van negatieve verantwoordelijkheid - de attributie van *blame*. De resultaten bevestigden opnieuw de kracht van negatieve informatie. Hadden mensen nieuws geconsumeerd waarin de regering de schuld kreeg van economische uitkomsten, dan werkte dit door in hun politieke attitudes en nam de waardering voor regeringsbeleid af. Maar had men gelezen over hoe goed de regering het had gedaan, dan zagen we daar geen effecten van terug op de waardering voor beleid.³

Vaak zien we dat de economische opinies van mensen en hun politieke voorkeuren sterk met elkaar samenhangen. De *economic voting hypothesis* voorspelt dat economische overwegingen van doorslaggevend belang zijn voor de mate waarin mensen de regering steunen. In een derde effectstudie bestudeerden we deze hypothese (de invloed van economische percepties op steun voor de regering), maar voegden we daar het nieuws-element aan toe. Met dezelfde coauteurs maakte ik gebruik van twee verschillende datasets (bovengenoemde survey en een grootschalig experiment), waarin we keken naar de manier waarop nieuwsgebruik *via* economische opinies uiteindelijk doorwerkt in regeringssteun. We vonden twee keer precies hetzelfde resultaat: economisch nieuws vormt de manier waarop mensen over de economie nadenken, en dit werkt door in steun voor de regering.⁴

³ De resultaten zijn gepubliceerd in *International Journal of Public Opinion Research*, open access: <https://academic.oup.com/ijpor/advance-article/doi/10.1093/ijpor/edz054/5728771>

⁴ Deze resultaten zijn gepubliceerd in *West European Politics*, open access: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01402382.2019.1697586>

In voorgaand onderzoek ligt de focus op de hoeveelheid nieuws, de toon van berichtgeving en de wijze waarop er over de regering wordt bericht. Maar evenals de echte economie, is economisch nieuws ongelooflijk gevarieerd en is het niet ondenkbaar dat de invloed die het heeft, sterk afhankelijk is van het onderwerp waar het over gaat. In een experimentele studie onderzocht ik welk type nieuwsbericht het sterkste effect heeft op mensen. De deelnemers werden over twaalf condities verdeeld en blootgesteld aan een nu.nl nieuwsartikel dat op bepaalde kenmerken was gemanipuleerd. De resultaten bevestigden opnieuw de impact van toon, in de negatieve nieuwsconditie was het gemiddelde consumentenvertrouwen significant lager. Maar wat daarnaast ook bleek was dat mensen het negatieve nieuws veel interessanter vonden dan het positieve nieuws en dan met name wanneer de artikelen over inflatie gingen, een onderwerp met directe gevolgen voor de eigen portemonnee. Deze verhoogde interesse zorgde er vervolgens voor dat de impact van negatief nieuws nog verder werd versterkt.⁵

Kortom: *economic news matters*. De effecten zijn uiteenlopend en hebben betrekking op de economische verwachtingen van mensen, hun steun voor de regering en de waardering die ze hebben voor beleid. Effecten die hoofdzakelijk door negatieve informatie worden gedreven en nog iets sterker zijn wanneer het nieuws betrekking heeft op zaken waar de consument zelf de financiële gevolgen van ondervindt. Deze resultaten waren de aanleiding voor een interviewstudie met economisch journalisten. Statistische analyses zijn heel handig om bepaalde patronen te onderzoeken, maar om echt (be)grip te krijgen moet je met de mensen praten die er op dagelijkse basis mee bezig zijn. Ik was benieuwd of zij de *negativity bias* die ik steeds maar weer tegenkwam zouden herkennen en of ze zich bewust waren van de invloed die ze hadden. In het tweede deel zal ik reflecteren op de bevindingen van deze studie, die raken aan de focus van dit themanummer.

3 De totstandkoming van economisch nieuws

In 2018 sprak ik met twaalf economisch journalisten, werkzaam voor verschillende Nederlandse nieuwsmedia.⁶ Ieder gesprek begon hetzelfde: ik legde de grafiek aan ze voor die ook in dit artikel staat (figuur 1) en vroeg in hoeverre dit geaggregeerde patroon vanuit de dagelijkse praktijk herkenbaar was. Dat bleek het te zijn. Elke journalist die ik sprak gaf aan dat dit inderdaad is hoe het werkt en dat negativiteit enorm bijdraagt aan de nieuwswaarde van een verhaal – het welbekende ‘goed nieuws is geen nieuws’ adagium.⁷

⁵ Deze resultaten zijn gepubliceerd in *International Journal of Communication*, open access: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12254>

⁶ De outlets waar de journalisten voor werkten: *Algemeen Dagblad*, *Financieele Dagblad*, *NRC Handelsblad*, *Telegraaf*, *Trouw*, *de Volkskrant*, *NOS Journaal*, *RTL Z*, *Follow the Money*, *Das Kapital*.

⁷ De resultaten zijn i.s.m. Knut de Swert gepubliceerd in *Journalism*, open access: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884919897161>

Over negativiteit

Maar wat ligt hieraan ten grondslag, *waarom* is slechts nieuws zo nieuwswaardig? In de literatuur wordt vaak verwezen naar de democratische rolopvatting van de pers. De media dienen de macht te controleren, ze fungeren als democratische waakhonden. Het is daarom niet meer dan logisch dat ze zich richten op datgene wat fout gaat, dat ligt nu eenmaal in de taak besloten. Hoewel dit idee best invloedrijk is, stuitte deze verklaring vooral op weerstand. Enkelen gaven aan dat het controleren van de macht inderdaad een drijfveer is, maar de meerderheid zette een vraagteken bij de haalbaarheid van het hele idee. Om economische macht te controleren is heel veel economische expertise nodig. De meeste journalisten zijn geen opgeleide economen, dus deze specialistische kennis ontbreekt nogal eens waardoor men afhankelijk is van bronnen. De vraag is overigens of de aanwezigheid van die kennis controle wél mogelijk zou maken. De crisis van 2008-2009 verraste zelfs de meest ingevoerde specialisten en illustreerde daarmee hoe ondoorgrondelijk financieel-economische processen kunnen zijn, zelfs voor diegenen met veel expertise.

Een alternatieve verklaring die door een aantal journalisten werd gegeven, raakt aan de dynamiek van negatieve events. Negatieve ontwikkelingen komen vaak plotseling en schoksgewijs, terwijl positieve trends zich doorgaans meer geleidelijk ontploegen. In een nieuwscultuur die wordt gedomineerd door deadlines en snelle nieuwsproductie, blijven die graduele ontwikkelingen eenvoudig buiten beeld. Als een bedrijf failliet gaat, vindt er een opeenvolging van afgebakende gebeurtenissen plaats die allemaal goed zijn voor een nieuwsitem (ontslag personeel, ontruiming pand, uitspraak rechter, etc.). Maar doet een bedrijf het goed, dan gaat die groei juist vaak geleidelijk en als dit al het nieuws haalt, dan wordt er meestal maar een enkel item aan besteed.

Ten slotte is de vraag naar nieuws groter wanneer het slecht gaat. Mensen hebben behoefte aan duiding en dat leidt tot hogere output. En meerdere journalisten gaven aan dat de beloning voor negatief nieuws hoger is. Niet in financiële zin, maar wel in de aandacht en waardering die het krijgt. Journalistiek bevindt zich niet in een vacuüm, het is een sociaal proces waarin de selectie van nieuws mede wordt bepaald door hoofdredacties, chefs, concurrenten en, niet in de laatste plaats, het publiek. Een artikel over matig stijgende koersen zal de voorpagina niet halen, een artikel over een dieprode beurs doet dat wel. En met de digitalisering van de nieuwsomgeving kan de ontvangst van een nieuwsitem nauwgezet worden gemonitord. In lijn met de bevindingen van onze experimentele studie, zien we dat negatieve items het meestal veel beter doen – qua clicks en views – dan items met een (gematigd) positieve toon. Dit leidt ertoe dat er meer wordt geproduceerd als het slecht gaat én dat in tijden van voorspoed de nadruk alsnog komt te liggen op dat wat nog niet deugt.

Over complexiteit

Bijna alle respondenten benadrukten hoe de kern van hun werk bestaat uit het toegankelijk maken van complexe informatie. Zeker diegenen die een breed publiek bedienen, moeten balanceren tussen toegankelijkheid en inhoud. Technische details en jargon zijn daarin van weinig nut en worden zoveel mogelijk vermeden. Het consumentenperspectief daarentegen

wordt vaak gebruikt om de relevantie van een onderwerp te onderstrepen. Wat betekenen economische ontwikkelingen voor de portemonnee van de burger? Enkele journalisten gaven te kennen dat dat soms een moeizame zoektocht is, omdat economische ontwikkelingen ook van zichzelf relevant kunnen zijn zonder directe impact op de koopkracht van de Nederlandse consument. Eén journalist gaf een mooi voorbeeld van de risico's die deze consumentenfocus met zich meebrengt. Na jaren economische verslaggeving, vatte hij het plan op om met een collega een lijst aan te leggen van de vijftig grootste ondernemingen van Nederland. Tot hun eigen verbazing moesten ze een aantal bedrijven op deze lijst zetten waar ze zelf nog nooit van hadden gehoord, terwijl deze qua omzet en grootte tot de meest invloedrijke spelers behoorden. Het illustreerde hoe ze in hun berichtgeving vooral hadden gefocust op de merken die voor de consument herkenbaar zijn. En als gevolg daarvan bleven andersoortige ondernemingen redelijk probleemloos onder de radar.

De toenemende concurrentie tussen verschillende media heeft de bewegingsruimte van journalisten niet groter gemaakt. Er moet heel veel geproduceerd worden en liefst in een diversiteit aan formats. Het monitoren van de ontvangst van (digitale) nieuwsitems heeft onvermijdelijk ook effect op de selectie van onderwerpen. Zeker in een context van dalende lezersaantallen is een goed ontvangen en veel gedeeld artikel een aanmoediging om nog eens een soortgelijk artikel te produceren. Ook demografische kenmerken van het publiek dragen bij aan de populariteit van een onderwerp, zo wordt er in veel kranten meer over pensioenen geschreven sinds de gemiddelde leeftijd van lezers stijgt. Journalisten moeten voortdurend een balans vinden tussen kwalitatief, kritisch vakwerk en aantrekkelijke nieuwsproducten die voor een breed publiek aansprekend zijn. In deze evenwichtsoefening zijn het niet alleen de media die de nieuwsagenda bepalen, maar speelt het publiek een steeds belangrijkere rol; als burgers die informatie vragen, maar ook als klanten die behaagd en verleid moeten worden.

Uit de gesprekken bleek dat de meeste journalisten zich niet bewust zijn van de grote invloed die hun professie heeft. Dat is misschien ook niet verwonderlijk, omdat de impact gaat over de totale nieuwsstroom en een enkel item daarbinnen het verschil niet zal maken. Wat mij wel duidelijk werd is dat economische journalistiek geen eenvoudig vakgebied is. Natuurlijk zijn er grote verschillen tussen outlets, bij het ene medium is er volop ruimte om onderzoeksjournalistiek te bedrijven, bij het andere moet je zes artikelen per dag produceren. Maar los van die onderlinge variëteit, kun je stellen dat veel journalisten een zekere druk ervaren. Een aantal uitdagingen geldt voor de sector in het algemeen, denk aan afnemende inkomsten, toenemende competitie en de opkomst van de platforms. Maar dat wat economische journalistiek uniek maakt, namelijk dat het gaat over de economie, maakt het nóg iets uitdagender. De economie is alomtegenwoordig, ongrijpbaar en complex. Economische informatie moet worden omgezet in toegankelijke en aantrekkelijke nieuwsproducten. Expertise is schaars, waardoor men afhankelijk is van bronnen. Anders dan in politieke verslaggeving is de prijs van informatie hoog, economische actoren hebben doorgaans weinig belang bij zichtbaarheid. Dit alles draagt ertoe bij dat economische machtsstructuren zich niet eenvoudig laten controleren.

4 Conclusie

De economische journalistiek speelt een sleutelrol in het begrijpen van de wereld om ons heen die in grote mate wordt gevormd door economische processen. De dagelijkse nieuwsstroom beïnvloedt het economisch vertrouwen en de politieke waardering van burgers voor hun regeringen haar beleid. Juist gegeven deze invloed is het van belang dat journalisten goed hun werk kunnen blijven doen. De harde onderlinge competitie en de groeiende invloed van de consument op de nieuwsagenda, zullen de huidige vertekeningen in het nieuws naar alle waarschijnlijkheid niet kleiner maken. Maar zeker nu voor tal van maatschappelijke vraagstukken ook nadrukkelijk naar het bedrijfsleven wordt gekeken - denk bijvoorbeeld aan de energietransitie - is het meer dan ooit van belang dat we een sterke en kritische economische pers hebben. Om te informeren, te agenderen en, hoe moeilijk ook, te controleren.

Auteur

Dr. Alyt Damstra is wetenschappelijk medewerker bij de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid in Den Haag. Daarnaast is zij als postdoctoraal onderzoeker verbonden aan de Universiteit van Amsterdam.