



Consultatie van het voorontwerp voor de

**Wijziging van de Mediawet 2008, in verband met het invoeren van
een investeringsverplichting ten behoeve van Nederlands cultureel
audiovisueel product**

Reactie van KPN

KPN
Contactpersoon: Drs. W.M. Hoogeveen
Postbus 25110
3001 HC Rotterdam
maurice.hoogeveen@kpn.com

Algemeen

KPN vindt een sterke Nederlandse audiovisuele mediasector van groot belang. We dragen indirect bij aan de productie van Nederlandse audiovisuele content via het afdragen van distributievergoedingen aan *broadcasters* zoals de NPO, RTL en Talpa en de afdracht voor collectieve auteursrechtelijke vergoedingen. Dit gaat om vele tientallen miljoenen euro's per jaar en is in de afgelopen jaren met tientallen procenten gestegen, ondanks het veranderende kijkgedrag en afnemende kijktijd naar lineaire tv. We zijn het daarom eens met het voornemen in de conceptwetgeving om pakketaanbieders niet onder de voorgestelde investeringsverplichting te laten vallen.

Impact wetgeving

Het concept wetsvoorstel stelt maatregelen voor om verschillende vormen van *on demand* diensten te belasten met een investeringsverplichting. KPN is naast pakketaanbieder ook aanbieder van een mediadienst op aanvraag, betreffende een *Transactional Video on Demand*-dienst (TVoD) die wij aanbieden via onze settopbox. Wij verwachten dat deze dienst zal worden belast met de voorgenomen verplichting.

De mogelijkheid tot verkrijging van een exploitatielicentie ten aanzien van een (Nederlandse) productie die niet ouder is dan vier jaar is voor KPN een werkzame manier om de investeringsverplichting in te vullen. Het past bij hoe wij content in de markt zetten, daar wij op dit moment een distributierol op ons nemen en geen rol als producent van content.

Catch up

KPN heeft kennis genomen van de definitie van Mediadienst op aanvraag met abonnementsmodel op pagina 26 van de Memorie van Toelichting (MvT). In de definitie is opgenomen dat catch up doorgaans een mediadienst op aanvraag is. Ter voorkoming van onduidelijkheden zou KPN het wenselijk achten dat in deze definitie wordt opgenomen dat wanneer catch up onderdeel is van een pakket dat wordt aangeboden door een pakketaanbieder dat een dergelijke dienst niet als een mediadienst op aanvraag met abonnementsmodel wordt beschouwd. Dit zou ook in lijn zijn met de bewoordingen op pagina tien van de MvT.

AVoD's

KPN heeft tijdens de openbare zitting in de Tweede Kamer op 12 februari 2020 aangegeven dat het opvalt dat *Advertisement Video on Demand*-diensten (AVoD) niet waren meegenomen in de initiële plannen voor deze wet, met name de platforms met video's gegenereerd door gebruikers en media-aanbod van derden.¹ Dit is gedeeltelijk gerepareerd door in de voorgetelde wetgeving AVoD's wel onder de investeringsplicht te laten vallen, maar dit niet te laten gelden voor platforms (meestal grote Amerikaanse AVoD's) met media-aanbod van derden en video's gegenereerd door gebruikers. Het argument dat hiervoor wordt gegeven is dat deze platforms geen redactionele verantwoordelijkheid hebben voor het media-aanbod op hun platform en daarom de richtlijn audiovisuele mediadiensten het niet mogelijk maakt om financiële verplichtingen op te leggen aan deze partijen.

We willen graag meegeven dat in het rapport *Zicht op zoveel meer* van de Raad voor Cultuur uitgebreid wordt stilgestaan bij de analyse dat één van de grote problemen waarmee de Nederlandse audiovisuele mediasector te maken heeft, het weglekken van advertentiegeld (mogelijk tot €50 miljoen) van Nederlandse traditionele media naar bovengenoemde (super)platforms is.² Omdat dit weggelekte geld niet meer wordt geïnvesteerd in Nederlandse audiovisuele producties gaat dit ten koste van de Nederlandse audiovisuele mediasector. Juist deze platforms worden ontzien. Gegeven

¹ Zie hiervoor onze [schriftelijke inbreng](#).

² Zie het Raad voor Cultuur rapport *Zicht op zoveel meer*, bijvoorbeeld op pagina's 14, 31 en 46.

die analyse kan er wellicht worden stilgestaan of op deze manier het gelijke speelveld geborgd is, omdat het lijkt dat de lasten eenzijdig worden neergelegd bij (vaak Nederlandse) partijen die vaak al (in)direct investeren in Nederlandse audiovisuele content. Wij vragen ons af of is verkend of er andere mogelijkheden zijn om het gelijke speelveld te borgen.

Aanvullend vragen we aandacht voor de stelling dat bovenbedoelde platforms geen redactionele verantwoordelijkheid op zich nemen. We wijzen er op dat tijdens en voorafgaand aan de Amerikaanse verkiezingen veelvuldig is ingegrepen door platforms met media van derden en met door gebruikers gegenereerde video's (inclusief social media). Dit ingrijpen vond plaats door video's of videokanalen te verwijderen of te voorzien van waarschuwingen. We vragen ons af of deze ontwikkeling effect heeft op het oordeel van de wetgever dat deze platforms geen redactionele verantwoordelijkheid nemen en daardoor niet kunnen worden aangemerkt als mediadienst op aanvraag.