

Consultatie inbreng VCO

Wetsvoorstel wijziging Mediawet 2008, aanpassing Rijksmediabijdrage

De Vereniging voor Commerciële Omroepen (VCO) maakt namens haar leden RTL, Talpa, Disney, Warner Brothers Discovery, Paramount graag gebruik van de gelegenheid om te reageren op het voorliggende wetsvoorstel ter aanpassing van de Mediawet 2008. In het wetsvoorstel wordt vanaf 2027 een structurele bezuiniging opgenomen van €50 miljoen op de begroting van de NPO volgens het amendement Bontenbal. Ter compensatie van deze bezuiniging wordt mogelijk de hoeveelheid reclame die de publieke omroep mag uitzenden vergroot, met ook een voorgenomen uitbreiding van reclameactiviteiten naar marktsegmenten waar de publieke omroep nu niet actief is.

De VCO wil het kabinet en de Tweede Kamer er nadrukkelijk op wijzen dat een eventuele uitbreiding van de reclamemogelijkheden van de publieke omroep een direct negatief effect heeft op commerciële mediapartijen. Uit onderzoek van SEO blijkt dat een groei van advertentie-inkomsten van de STER ten koste zal gaan Nederlandse mediapartijen. De Nederlandse reclamemarkt groeit immers niet met € 50 miljoen, volgens SEO zal de maatregel vervolgens leiden tot het wegvloeien van inkomsten bij Nederlandse commerciële mediapartijen en een ongewenste versterking van inkomsten bij tech platforms.

Hierdoor zal de aanzienlijke bijdrage van onze leden aan het Nederlandse medialandschap met onafhankelijke nieuwsvoorziening, informatie, cultuur en amusement onder druk komen te staan. De commerciële omroepen zijn in tegenstelling tot de publieke omroep voor een belangrijk deel afhankelijk van de advertentiemarkt voor een structurele, stabiele financiering van hun programmering.

Breuk met beleid

De huidige beperkingen voor de Publieke Omroep met betrekking tot het uitzenden van reclame, vloeien voort uit het eerdere beleidsmatig streven om zorg te dragen voor een programmatisch herkenbare publieke omroep met een stabiele, niet van onzekere marktontwikkelingen afhankelijke financiering. De politieke lange termijnvisie hierbij was om de afhankelijkheid van de advertentiemarkt tot nul te reduceren door aan te sturen op een geheel reclamevrije publieke omroep (verwoord in de motie Kwint, 3287- nr 134).

De compensatie van de verlaging van de Rijksmediabijdrage, het amendement Bontenbal, met een eventuele verruiming van het reclamebeleid van de STER vormt daarom niet alleen een breuk met ingezet beleid maar is ook ontijdig. Bovenliggend is het huidige politieke hoofdthema, de noodzakelijke hervorming van de publieke omroep en vaststelling van de taakopdracht. Een eventuele verruiming van de hoeveelheid reclame bij de publieke omroep, kan hier volgens VCO niet op vooruit lopen en geïsoleerd worden gezien van dit hoofdthema.

Herkenbare publieke omroep

In de Memorie van toelichting bij het wetsvoorstel stelt het kabinet dat de toegekende rijksmediabijdrage een sterke publieke omroep mogelijk maakt welke ook voldoende is voor het uitvoeren van de publieke taakopdracht. De commerciële omroepen hebben zich altijd voorstander getoond van een niet alleen sterke maar ook herkenbare Publieke Omroep. Een publieke omroep met ook een verstevigende rol ten aanzien van kwetsbare Nederlandse publieksgenres en focus op de kerntaken educatie, informatie, cultuur.

Het systeem van duale financiering met toegang tot de advertentiemarkt voor de NPO draagt echter zorg voor een commerciële prikkel welke gedrag en prestaties van de NPO beïnvloedt. Het vergroten van de toegang tot de advertentiemarkt zal de commerciële prikkel voor de NPO versterken waarbij een uitbreiding van reclame de kijker vaker zal confronteren met commerciële boodschappen met negatieve gevolgen voor de herkenbaarheid en het onderscheidende karakter van de NPO.

Zo signaleert het recente SEO-onderzoek over reclame het risico van aantasting van het karakter van programma's bij de publieke omroep door (online) reclame ('Lossere voorschriften en/of andere keuzes hieromtrent kunnen de omzet verder opstuwten maar dat kan ten koste gaan van het karakter van programma's bij de publieke omroep'). Een toename van reclame opties bij de NPO vergroot dan ook dit risico van aantasting van individuele programma's, een onwenselijke ontwikkeling met mogelijk gevolgen voor het publieke karakter en de herkenbaarheid van de gehele publieke omroep.

Het SEO-rapport wijst daarnaast op het gevaar van het afstoten van kijkers/luisteraars naar de NPO als de toenemende reclame intensiteit de herkenbaarheid van de NPO aantast. Doelstellingen voor de NPO op het gebied van het realiseren van een breed en divers bereik onder het Nederlandse publiek komen dan ook onder druk te staan.

Oproep

De VCO vraagt het kabinet en de Tweede Kamer om af te zien van een reclameverruiming bij de publieke omroepen. Het vergroten van de advertentie-inkomsten van de Ster ondermijnt de financiële basis van de commerciële omroepen en heeft directe negatieve gevolgen voor de bijdrage van onze leden aan de pluriformiteit van het Nederlandse medialandschap en een onafhankelijke nieuwsvoorziening. De marktversturende werking die uitgaat van deze maatregel zal zich niet beperken tot de advertentiemarkt met een publieke omroep die zich programmatisch breder positioneert dan de taakopdracht en door de must carry status verzekerd is van doorgifte. Ook de programma en distributie markt zal beïnvloed worden met negatieve gevolgen voor Nederlandse commerciële mediapartijen.