

Vergaderjaar 2024–2025

36 710

Wijziging van de Mediawet 2008 houdende aanpassing van de rijksmediabijdrage

Nr. 6

NOTA NAAR AANLEIDING VAN HET VERSLAG

Ontvangen 4 juni 2025

De vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van de Tweede Kamer heeft verslag uitgebracht over het voorstel van wet tot wijziging van de Mediawet 2008 houdende aanpassing van de rijksmediabijdrage. De regering dankt de leden voor hun vragen en zal deze beantwoorden, waarbij de indeling van het verslag wordt gevolgd.

I Algemeen

De leden van de fractie van D66 hebben grote zorgen over de bezuinigingen van dit kabinet op de publieke omroep en vragen de regering om een onderbouwing van de besparing op de publieke omroep.

Daarnaast lezen de leden van de fractie van D66 dat «de regering vond dat de publieke omroep een niet-commercieel platform moest zijn met programmering vanuit een onafhankelijk perspectief. Ook zou grotere afhankelijkheid van reclame-inkomsten een grillige inkomstenbron zijn, met budgettaire tegenvallers als gevolg. In de consultatie van het wetsvoorstel is hier opnieuw aandacht voor gevraagd.»¹ Hoe verhoudt zich dat tot de bezuiniging die de regering nu doorvoert door de reclame-inkomsten te verhogen, zo vragen deze leden. Wordt hierin ook meegenomen wat de effecten zijn op regionale – en lokale omroepen, als de publieke omroep meer moet ophalen? En op commerciële partijen, zo vragen de leden.

Het nu voorliggende wetsvoorstel komt voort uit de besluitvorming bij de Voorjaarsnota 2023 door de toenmalige regering. Vanwege de dekking van rijksbrede problematiek is toen besloten om de rijksmediabijdrage met € 24,3 miljoen te verlagen. Om te voorkomen dat dit tot een besparing bij de landelijke publieke omroep zou leiden, is tegelijkertijd besloten om de voorgenomen afbouw van de lineaire reclamezendtijd niet verder af te bouwen en daarmee dus de afhankelijkheid van reclame-inkomsten niet verder te verlagen. Er is geen sprake van dat de reclame-inkomsten door

¹ Kamerstukken II, 2024/25 36 710, nr. 4

dit besluit zijn verhoogd. De maximaal toegestane hoeveelheid zendtijd voor reclame op de lineaire kanalen neemt door dit voorstel niet toe maar blijft constant op 8%. Daardoor is er geen effect op andere partijen. Het huidige kabinet heeft in het Hoofdlijnenakkoord besloten om de rijksmediabijdrage voor de landelijke publieke omroep vanaf 2027 met € 100 miljoen te verlagen. De subsidietaakstelling uit het Hoofdlijnenakkoord wordt deels ingevuld door een verlaging van de rijksmediabijdrage voor de landelijke publieke omroep van € 6,7 miljoen per 2027. Deze besparing van in totaal € 107 miljoen komt voort uit de afwegingen die het kabinet heeft gemaakt bij de inzet van middelen. Dit kabinet wil de overheidsfinanciën gezond houden, zorgen dat mensen meer geld in de portemonnee hebben en investeren in onder andere defensie. Dat betekent dat er ook bezuinigd moet worden.

Verder is bij de behandeling van de onderwijsbegroting 2025 het amendement Bontenbal c.s. aangenomen.² Met dat amendement is de rijksmediabijdrage verder verlaagd met € 50 miljoen per 2027, waarbij de regering wordt gevraagd de mogelijkheden om inkomsten uit (online) reclame bij de landelijk publieke omroep te genereren, te vergroten om zo die additionele structurele verlaging op te vangen.

Ik heb een impactanalyse aangekondigd om inzicht te krijgen in de gevolgen van het vergroten van de reclameruimte bij de landelijke publieke omroep voor private mediapartijen. Mede op basis van de uitkomsten van deze impactanalyse zal ik een besluit nemen over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep. Ik wil uw Kamer hierover voor de zomer van 2025 informeren.

Algemeen deel

De leden van de VVD-fractie wijzen erop dat het publieke domein wat hen betreft slechts beperkt mag concurreren met commerciële mediapartijen, zeker wanneer het aankomt op het genereren van reclame-inkomsten. In dat licht vragen de leden de regering om helderheid over hoe wordt gewaarborgd dat het behouden van de huidige reclamemogelijkheden geen oneigenlijke marktdruk creëert voor commerciële omroepen.

Ook met het behouden van de huidige reclamemogelijkheden zijn de mogelijkheden voor reclame op de publieke omroep beperkt ten opzichte van de mogelijkheden bij commerciële omroepen. Met het nu voorliggende voorstel zijn de mogelijkheden ook nog steeds kleiner dan in de situatie vóór de maatregelen uit de visiebrief van toenmalig Minister Slob om de reclame op de landelijke publieke omroep af te bouwen. Daarmee ontstaat er door het voorstel om de lineaire reclameruimte niet verder af te bouwen geen oneigenlijke marktdruk voor commerciële omroepen.

De leden van de NSC-fractie zijn van oordeel dat als de NPO vanwege noodzakelijke maatschappelijke bezuinigingen moet rekenen op minder publieke middelen voor haar bekostiging, het onder bepaalde voorwaarden geoorloofd is om het wegvallen van deze middelen te compenseren met inkomsten uit het aanbieden van advertentieruimte aan commerciële partijen. Klopt het dat de regering dit standpunt onderschrijft en dat het ten grondslag ligt aan haar besluit om, ter compensatie van de verlaging van de rijksmediabijdrage, de huidige zendruimte voor reclameboodschappen in stand te houden?

Het nu voorliggende wetsvoorstel komt voort uit de besluitvorming bij de Voorjaarsnota 2023 door de toenmalige regering. Vanwege de dekking van rijksbrede problematiek is toen besloten om de rijksmediabijdrage met € 24,3 miljoen te verlagen.

² Kamerstukken II, 2024–25, 36 600 VIII, nr. 141.

Of en hoe het geoorloofd wordt gevonden om het wegvallen van publieke middelen te compenseren met inkomsten uit reclame op de kanalen van de publieke omroep is een afweging die per situatie moet worden gemaakt. De vorige regering heeft inderdaad de afweging gemaakt de verlaging van de rijksmediabijdrage op te vangen met reclame-inkomsten door de maximaal toegestane zendtijd voor reclame op de lineaire kanalen van de landelijke publieke omroep niet verder af te bouwen.

De leden van de NSC-fractie vragen of de regering de opvatting van deze leden deelt dat het in stand houden van één van de twee geldstromen onvoldoende is om het wegvallen van (een deel van) de andere geldstroom te compenseren, zeker nu de omvang daarvan naar verwachting zelfs zal afnemen door de afname van lineair tv-kijken? Zo ja, is de regering het ermee eens dat als compensatie gepast is en compensatie het doel is, dat deze maatregel alleen niet voldoende is en dat er meer gedaan moet worden?

De afname van lineair kijken en daarmee de verwachte afname van de opbrengsten van reclame op de lineaire kanalen is één van de aanleidingen geweest om een impactanalyse uit te laten voeren om inzicht te krijgen in de gevolgen van het vergroten van de reclameruimte bij de landelijke publieke omroep voor private mediapartijen. Mede op basis van de uitkomsten van deze impactanalyse ga ik een besluit nemen over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep. Ik wil uw Kamer hierover voor de zomer van 2025 informeren.

De leden van de D66-fractie merken op dat de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft aangegeven naar een stabielere financiering voor de publieke omroep en het medialandschap te streven. Hoe verhouden continue aanpassingen in de financiering zich tot deze wens van de Minister, zo vragen deze leden. En is de regering het met hen eens dat aanpassing op aanpassing juist leidt tot meer instabiliteit in de financiering? Is de regering bereid om bezuinigingen te heroverwegen, zo vragen deze leden.

De publieke omroep is inderdaad gebaat bij een stabiele en voorspelbare financiering. Het duale financieringsstelsel kan hieraan bijdragen. Zo kon de vorige regering de afweging maken de verlaging van de rijksmediabijdrage op te vangen met het niet verder verlagen van de toegestane zendtijd voor reclame op de lineaire kanalen van de landelijke publieke omroep. Op deze manier kon de financiering van de landelijke publieke omroep gelijk blijven.

Het huidige kabinet heeft besloten de rijksmediabijdrage per 2027 te verlagen omdat er andere afwegingen zijn gemaakt bij de inzet van de beschikbare middelen. Die ingangsdatum geeft de publieke omroep tijd om zich op die verlaging voor te bereiden. De regering is niet bereid deze bezuiniging te heroverwegen.

De regering deelt de mening dat aanpassing op aanpassing niet bijdraagt aan de stabiliteit en voorspelbaarheid. Ik wil daarom voor de zomer een voorstel doen voor een duurzame financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame daarbij, mede gebaseerd op de uitkomsten van de aangekondigde impactanalyse. Daarbij betrek ik ook het amendement Bontenbal c.s. dat eind vorig jaar bij de behandeling van de onderwijsbegroting is aangenomen. Met dat amendement is de rijksmediabijdrage verder verlaagd met € 50 miljoen per 2027, waarbij de regering wordt gevraagd om de mogelijkheden om inkomsten uit (online) reclame bij de landelijk publieke omroep te genereren, te vergroten om zo die additionele structurele verlaging op te vangen.

Gevolgen voor stakeholders

De leden van de GroenLinks-PvdA-fractie vragen of dit wetsvoorstel niet het begin is van een ontwikkeling naar verdergaande initiatieven om de programmering vanuit de Ster-inkomsten te financieren.

De maatregel om de huidige ruimte van maximaal 8% toegestane zendtijd voor reclameboodschappen op de lineaire kanalen te behouden is op zichzelf geen begin van een ontwikkeling naar verdergaande initiatieven om programmering vanuit de Ster-inkomsten te financieren. De reclame-mogelijkheden zijn met deze maatregel nog steeds kleiner dan in de situatie vóór de maatregelen uit de visiebrief van toenmalig Minister Slob om de reclame op de landelijke publieke omroep af te bouwen, toen er sprake was van 10% maximaal toegestane zendtijd.

Ik informeer uw Kamer voor de zomer van 2025 over mijn besluit over de toekomstige financiering van de publieke omroep en de rol van reclame daarbij, mede op basis van de uitkomsten van de impactanalyse die nu wordt uitgevoerd.

Ook vragen de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie of, en zo ja hoe onderzocht is om binnen de huidige mogelijkheden de reclame-inkomsten te optimaliseren zonder dat afgezien wordt van de voorgenomen afbouw van het percentage toegestane zendtijd voor reclameboodschappen.

Uit de ramingen van de Ster blijkt dat eventuele extra inkomsten die kunnen worden behaald binnen de bestaande mogelijkheden niet opwegen tegen de verwachte afname van de inkomsten bij een verdere afbouw naar 5% maximaal toegestane zendtijd. De verlaging van de rijksmediabijdrage van € 24,3 miljoen had in dat geval dus niet kunnen worden opgevangen met extra Ster-inkomsten, wat zou leiden tot een bezuiniging op het beschikbare budget voor de landelijke publieke omroep.

Consultatie en toetsen

De leden van de VVD fractie vragen de regering op welke wijze de belangen van commerciële mediaorganisaties worden gewogen in toekomstige beleidskeuzes en hoe de nu lopende impactanalyse van invloed zal zijn op eventuele toekomstige besluiten over het reclamebeleid bij de publieke omroep.

De leden van de CDA-fractie vragen of de regering kan aangeven wat de mogelijke gevolgen van de aangekondigde impactanalyse kunnen zijn.

De uitkomsten van de nu lopende impactanalyse ga ik gebruiken om een besluit te nemen over de duurzame financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame daarbij. De impactanalyse maakt eventuele effecten van het verruimen van de reclamemogelijkheden bij de landelijke publieke omroep op private mediapartijen inzichtelijk. Dit maakt het mogelijk het belang van de financieringspositie van de landelijke publieke omroep af te wegen tegen de mogelijke effecten op private mediapartijen. Mede op basis van de uitkomsten van deze impactanalyse ga ik een besluit nemen over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep. Ik wil uw Kamer hierover voor de zomer van 2025 informeren.

De Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
E.E.W. Bruins