

Vergaderjaar 2024–2025

**32 827**

**Toekomst mediabeleid**

**Nr. 328**

**VERSLAG VAN EEN SCHRIFTELIJK OVERLEG**

Vastgesteld 7 november 2024

De vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft een aantal vragen en opmerkingen voorgelegd aan de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de brief van 24 september 2024 over de voorhang ontwerpbesluit wijziging Mediabesluit 2008 in verband met de wijziging van het maximum aandeel televisiereclame en de verhoging van de maximum verenigingsreserve voor de landelijke publieke mediadienst (Kamerstuk 32 827, nr. 324).

De vragen en opmerkingen zijn op 16 oktober 2024 aan de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap voorgelegd. Bij brief van 6 november 2024 zijn de vragen beantwoord.

De voorzitter van de commissie,  
Bromet

Adjunct-griffier van de commissie,  
Huls

## Inhoud

I	Vragen en opmerkingen uit de fracties	2
	• Inbreng van de leden van de PVV-fractie	2
	• Inbreng van de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie	3
	• Inbreng van de leden van de VVD-fractie	3
	• Inbreng van de leden van de NSC-fractie	4
	• Inbreng van de leden van de BBB-fractie	4
	• Inbreng van de leden van de CDA-fractie	5
II	Reactie van de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	6

### I Vragen en opmerkingen uit de fracties

#### Inbreng van de leden van de PVV-fractie

De leden van de PVV-fractie danken de Minister voor de toegezonden stukken en hebben een aantal vragen met betrekking tot dit ontwerpbesluit.

De leden van de PVV-fractie hebben kennisgenomen van het feit dat er in 2021 door toenmalig Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media, de heer Slob, een wijziging is geweest in de Mediawet 2008 in verband met het percentage maximum aandeel televisiereclame op onze publieke zenders. Zo lazen deze leden in die wijziging dat het juist de bedoeling was om van tien procent af te bouwen naar uiteindelijk vijf procent reclame en dat er per jaar geen afwijkingen plaats mochten vinden van meer dan één procent. Voor het jaar 2024 werd dit percentage vastgesteld op zeven procent. Dit percentage is conform de afspraken voor dat jaar met één procent extra verhoogd. Ook viel het de leden op dat voor het jaar 2025 dit percentage afgebouwd zou moeten worden naar zes procent.

Echter, het viel de leden van de PVV-fractie ook op dat de Minister deze zes procent op acht procent wenst te houden. Dit wijkt uiteraard af van de afspraak dat het percentage aan reclame per jaar afneemt en dat deze maar met minimaal één procent extra verhoogd mag worden wanneer er verlaagd wordt. Kan de Minister de afweging die hij heeft gemaakt om af te wijken van dit reeds vastgestelde beleid uitgebreid toelichten aan de Kamer?

Ook vragen de leden van de PVV-fractie of in aankomende jaren afgeweken blijft worden van dit reeds gemaakte beleid. Kan de Minister toelichten of dit volgens hem een structurele afwijking blijft of dat er toch gehouden gaat worden aan de eerder genoemde afbouwpercentages? Mocht dit toch structureel worden, dan horen deze leden uiteraard graag waarom er afgeweken wordt van de eerder vastgestelde reclamepercentages.

De leden van de PVV-fractie vragen of de Minister kan aangeven welke opbrengsten worden verwacht uit het aanhouden van het reclamepercentage van acht procent.

Verder vragen de leden van de PVV-fractie of de Minister ook uit heeft laten zoeken wat voor impact deze extra Ster<sup>1</sup>-reclame heeft op de commerciële zenders. Zo nee, dan zouden deze leden uiteraard graag horen waarom dat niet is gebeurd. Zo ja, dan horen zij graag wat de

<sup>1</sup> Ster: Stichting Ether Reclame

uitkomst was van het onderzoek, alsook wat dan de motivatie van de Minister is geweest om te kiezen voor het behoud van deze acht procent.

### **Inbreng van de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie**

De leden van de GroenLinks-PvdA-fractie hebben met belangstelling kennisgenomen van het ontwerpbesluit voor de wijziging van het Mediabesluit 2008 om het maximum aandeel televisiereclame en de maximum verenigingsreserve voor de landelijke publieke mediadienst te wijzigen. Deze leden constateren dat deze wijziging, het verruimen van de mogelijkheid om méér reclameopbrengsten te genereren, is ingegeven door een bezuiniging op de rijksmediabijdrage. Zij vragen of dit de geëigende route is om bezuinigingen door te voeren en vragen de Minister hierop in te gaan.

De leden van de GroenLinks-PvdA-fractie vragen de Minister om de consequenties van dit voorstel nader uiteen te zetten. Deze leden vragen wat een ruimer reclameaandeel tot gevolg heeft voor het algemene kijkgedrag. Bezien vanuit belang van het bestaan van het publieke omroepbestel, het voorzien in een betrouwbare nieuwsvoorziening en het bieden van een forum voor aanbod dat commercieel minder interessant is maar wel een publiek belang dient, valt te vrezen dat de reclameblokken rond de populaire tv-programma's disproportioneel langer worden, omdat andere tijdsloten voor commerciële partijen minder interessant zijn. Kan de Minister hierop reflecteren? En valt er niet voor te vrezen dat uiteindelijk een aanbod ontstaat waarbij gesproken moet worden van een reclame-onderbrekend programma-aanbod in plaats van het gewenste omgekeerde?

Daarnaast vragen de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie of de verlaging van de rijksmediabijdrage daadwerkelijk gecompenseerd zal kunnen worden door hogere reclame-inkomsten en of hier niet op z'n minst een waarborg moet worden geboden als die inkomsten uiteindelijk niet behaald kunnen worden.

Tot slot vragen de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie hoe concreet geregeld is dat commerciële belangen of optimalisering van reclame-inkomsten niet worden meegewogen in de inhoud van de programmering. Volstaat de formele scheiding tussen de Ster en de publieke omroep om een dergelijke ongewenste vermenging te voorkomen, zeker nu de financiële belangen bij het genereren van extra reclame-inkomsten toenemen?

### **Inbreng van de leden van de VVD-fractie**

De leden van de VVD-fractie danken de Minister voor de toegezonden stukken en hebben enkele vragen met betrekking tot dit ontwerpbesluit.

De leden van de VVD-fractie vragen of het juist is dat een tijdlang het beleid was om de Ster-inkomsten naar de vijf procent toe te werken en hierop te houden. Kan de Minister de Kamer zijn afwegingen doen toekomen waarom hiervoor gekozen is?

De leden van de VVD-fractie vragen of de Minister de zorgen erkent bij de niet-belastinggeld gestuurde media wanneer de NPO<sup>2</sup> zich bevindt op de reclamemarkt. Hoe gaat de Minister hiermee om en hoe wordt omgegaan met het verschil van verdienvermogen tussen niet-belastinggeld gestuurde media en wel-belastinggeld gestuurde media?

---

<sup>2</sup> NPO: Stichting Nederlandse Publieke Omroep

De leden van de VVD-fractie vragen wat de stand van zaken is rond de verkenning van het toestaan van Ster-reclames buiten de lineaire media. Kan de Minister aangeven of in de tussentijd geen onomkeerbare stappen worden gezet totdat de nieuwe Mediawet behandeld is?

De leden van de VVD-fractie vragen of de Minister aanleiding heeft om te denken dat hiermee de € 100 miljoen bezuiniging op de publieke omroep (deels) mee opgevangen kan worden. Kunt u het antwoord toelichten? Tot slot vragen de leden van de VVD-fractie de Minister of hij voornemens is de Ster-inkomsten nu op acht procent te houden of dat hij aanleiding heeft om te overwegen dat het in de toekomst wellicht nog een keer verhoogd dient te worden.

### **Inbreng van de leden van de NSC-fractie**

Het oorspronkelijke doel van de stapsgewijze verlaging van het reclamepercentage was om de invloed van commerciële belangen op de publieke omroep te beperken. Met de voorgestelde verhoging naar acht procent ontstaat het risico dat deze invloed juist toeneemt. De leden van de NSC-fractie vragen daarom om een nadere toelichting van de Minister hoe de onafhankelijkheid van de publieke omroep gewaarborgd blijft onder dit nieuwe regime. Het is van groot belang dat de publieke taak van de omroep niet in gevaar komt door commerciële druk.

De verhoging van de maximale verenigingsreserve van € 750.000,- naar € 1,5 miljoen wordt door de leden van de NSC-fractie ondersteund gezien de veranderde financiële omstandigheden voor omroepverenigingen. Wel vragen deze leden om bevestiging dat deze reserves uitsluitend worden aangewend voor de publieke taak van de omroepen en niet voor commerciële nevenactiviteiten die buiten de kerntaken van de omroepen vallen.

Er is zorg over de afhankelijkheid van reclame-inkomsten als structurele oplossing voor de financiële problemen van de publieke omroep. De leden van de NSC-fractie vragen de Minister daarom om binnen zes maanden een toekomstbestendig plan te presenteren dat inzicht geeft in alternatieve financieringsmodellen voor de publieke omroep. Dit plan zou moeten voorzien in mogelijkheden om de omroep te financieren zonder verdere verhoging van reclame-inkomsten. Daarnaast wordt gevraagd om te onderzoeken of opties zoals publiek-private samenwerkingen of een herziening van de mediabijdrage tot de mogelijkheden behoren.

Tot slot verzoeken de leden van de NSC-fractie de Minister om nader toe te lichten hoe deze wijzigingen bijdragen aan een duurzame en onafhankelijke publieke omroep. Deze leden verzoeken de Minister dit mee te nemen in de plannen over de hervorming van de publieke omroep.

### **Inbreng van de leden van de BBB-fractie**

De leden van de BBB-fractie hebben kennisgenomen van de Voorhang ontwerpbesluit wijziging Mediabesluit 2008 in verband met de wijziging van het maximum aandeel televisiereclame en de verhoging van de maximum verenigingsreserve voor de landelijke publieke mediadienst. Deze leden hebben hierbij vragen en opmerkingen.

De leden van de BBB-fractie vragen of de Minister kan toelichten waarom er, nu of bij de oorspronkelijke beslissing, geen impactassessment gemaakt is van de gevolgen van dit besluit voor de positie van de andere media in de Nederlandse advertentiemarkt. Is de Minister bereid om dit

assessment alsnog uit te voeren? Zo ja, wanneer is dat gereed? En kan de Minister een toelichting geven indien hij hiertoe niet bereid is?

Daarnaast verbaast het de leden van de BBB-fractie dat het, in het zicht van aanstaande bezuinigingen, de NPO toegestaan wordt om via de Ster meer advertentie-inkomsten te genereren. Deze leden vragen de Minister hoe hij gaat voorkomen dat de meeropbrengsten die NPO en de Ster gaan ontvangen niet gebruikt gaan worden om een deel van de bezuiniging van € 100 miljoen in de komende jaren op te vangen.

De leden van de BBB-fractie constateren dat de hoeveelheid reclamezendentijd op lineaire kanalen op acht procent blijft, waar de oorspronkelijke inzet was om deze naar vijf procent terug te brengen. Deelt de Minister de opvatting dat hiermee sprake is van onvoorspelbaar en wisselend beleid dat impact heeft op andere Nederlandse partijen op de advertentiemarkt, waaronder commerciële radio en televisiestations en hun verdienkansen? Uit het ontwerpbesluit blijkt dat deze partijen daarover niet geconsulteerd zijn terwijl dit wel is gebeurd bij de publieke omroepen. Deze leden vragen de Minister of inmiddels wel overleg met de commerciële omroepen over het ontwerpbesluit heeft plaatsgevonden. Zo ja, tot welke inzichten leidde dat? Zo nee, wanneer is de Minister voornemens om dat alsnog te doen? En is de Minister bereid om de maatregel op te schorten tot dit overleg is gevoerd?

De leden van de BBB-fractie vragen de Minister of hij de opvatting deelt dat betrouwbare media essentieel zijn in de strijd tegen desinformatie. Zo ja, deelt de Minister de mening dat alle grote Nederlandse omroepen hierbij een positie vervullen, omdat alleen door al die omroepen samen alle Nederlanders bereikt kunnen worden?

Daarnaast uiten de leden van de BBB-fractie hun zorgen over het feit dat de Nederlandse advertentiemarkt krimpt en dat het overgrote deel van de opbrengsten wordt opgehaald door grote, internationale big tech-partijen waarmee het geld uit Nederland weglekt en dus niet geherinvesteerd wordt in de Nederlandse mediamarkt en/of Nederlandse productiebedrijven. Deelt de Minister de mening dat dit commerciële omroepen onevenredig hard raakt, omdat deze niet duaal gefinancierd worden?

De leden van de BBB-fractie willen een meer integrale benadering waarbij maatregelen worden getroffen die de Nederlandse media als geheel versterken en niet alleen de NPO. Deze leden vragen de Minister of hij zijn visie hierop gedetailleerd kan toelichten aan de hand van de ideeën die hij hierover heeft. Tot slot vragen zij wat de visie is van de Minister op de wens van de NPO om op de online-advertentiemarkt actief te worden.

### **Inbreng van de leden van de CDA-fractie**

De leden van de CDA-fractie maken graag van de gelegenheid gebruik om enkele verduidelijkende vragen te stellen over deze voorhang.

De leden van de CDA-fractie zien dat het kabinet met deze voorhang voornemens is de maximaal toegestane verenigingsreserve te verhogen naar € 1,5 miljoen. Dat is een verdubbeling. De achterliggende gedachte voor de hoogte van de reserve is enerzijds achtergebleven indexering en anderzijds een schatting. Kan de Minister deze schatting verder toelichten? Waarop is de schatting gebaseerd?

De leden van de CDA-fractie vragen of de Minister kan omschrijven wat hij een gezonde financiële basis van een omroepvereniging vindt. Gaat de Minister evalueren of het verhogen van de verenigingsreserve tot het gewenste resultaat leidt? Zo ja, wanneer vindt de evaluatie plaats?

## **II Reactie van de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap**

In dit schriftelijk overleg heeft uw vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap vragen gesteld naar aanleiding van mijn brief van 24 september 2024 inzake de voorhang ontwerpbesluit wijziging Mediabe-sluit 2008 in verband met de wijziging van het maximum aandeel televisiereclame en de verhoging van de maximum verenigingsreserve voor de landelijke publieke mediadienst (Kamerstuk 32 827, nr. 324). Ik dank de leden voor de door hen gestelde vragen, waarop ik hieronder inga. Ik heb de beantwoording per onderwerp waar mogelijk samengevoegd. Voordat ik de individuele vragen beantwoord hecht ik eraan een aantal inleidende, algemene opmerkingen te maken.

Het voorliggende besluit om de zendtijd voor reclame op de lineaire kanalen op 8% te houden en niet verder af te bouwen komt voort uit de besluitvorming door het vorige kabinet bij de Voorjaarsnota 2023. Over dit besluit is reeds gecommuniceerd in de Voorjaarsnota 2023 en in de Mediabegrotingsbrief 2024 in november vorig jaar. Op dit late moment nog afwijken van dit besluit heeft negatieve gevolgen voor de financiering van de landelijke publieke omroep en voor de Ster en adverteerders en is ook vanuit het oogpunt van goed bestuur onwenselijk. Het betreft immers de financiering van 2025 en de verkoop van advertentieruimte voor 2025. Ik ben daarom niet bereid om af te zien van deze maatregel, maar ik zeg wel toe om bij de toekomstige besluitvorming over reclame op de landelijke publieke omroep alle partijen te betrekken en daarover geen onomkeerbare besluiten te nemen totdat daarover in overleg met uw Kamer is besloten. Het besluit staat ook los van de bezuiniging van € 100 miljoen per 2027 waartoe door het huidige kabinet in het Hoofdlijnenakkoord is besloten.

De leden van verschillende fracties vragen naar de afwegingen waarom ervoor is gekozen om de voorgenomen afbouw niet door te zetten en het percentage via het voorliggende besluit vast te zetten op 8%.

De reden om de voorgenomen afbouw naar 5% niet door te zetten maar in plaats daarvan het percentage op 8% te houden is de gewenste stabiliteit van de financiering van de landelijke publieke omroep. Het vorige kabinet stond in 2023 voor een rijksbrede besparingsopgave. Die is deels ingevuld door bij Voorjaarsnota 2023 te besluiten tot een korting op de rijksmedia-bijdrage van € 24,3 miljoen van 2025 tot en met 2028 en structureel € 13,4 miljoen vanaf 2029. Het kabinet achtte het onverantwoord om het minimumbudget van de landelijke publieke omroep naar beneden bij te stellen en heeft er daarom voor gekozen om de afbouw niet door te zetten zodat de korting gecompenseerd kan worden. Die politieke keuze is destijds aan de NPO en de omroepen gecommuniceerd. Vanuit behoorlijk bestuur kan ik daar niet van af wijken.

De leden van de VVD-fractie vragen naar de afwegingen bij het voorge-nomen beleid om de ruimte voor reclame op de lineaire kanalen af te bouwen naar 5% van de beschikbare zendtijd en hierop te houden.

In de Visiebrief Toekomst publieke omroepbestel<sup>3</sup> is afgesproken om reclame op de online en kanalen van de landelijke publieke omroep en reclame bij kinderprogrammering niet langer toe te staan en de toegestane hoeveelheid reclame op de lineaire kanalen te halveren van 10% van de zendtijd naar 5%. De afwegingen daarbij waren de privacy van de kijker en de stabiliteit en voorspelbaarheid van de financiering van de landelijke publieke omroep. De financiële impact van een grotere stap in de afbouw van reclame werd te groot geacht.

De leden van de PVV-fractie vragen naar de gevolgen voor de afdracht van de Ster-inkomsten bij het percentage van 8%.

Wanneer het percentage op 8% blijft verwacht de Ster in 2025 een afdracht aan de mediabegroting van € 165,1 miljoen. Zonder aanpassing van het Mediabesluit gaat het percentage zendtijd voor reclame in 2025 naar 6% en in 2026 naar 5%. In dat geval verwacht de Ster een afdracht van € 149 miljoen in 2025 en van € 125 miljoen in 2026. Voor de financiering van het minimumbudget van de landelijke publieke omroep is in de periode 2025 tot en met 2028 jaarlijks € 153,3 miljoen aan afdracht nodig om de korting van € 24,3 miljoen op de rijksmediabijdrage te compenseren.

De leden van verschillende fracties vragen naar de toekomstplannen van het kabinet als het gaat de ruimte voor reclame op de landelijke publieke omroep, bijvoorbeeld of het percentage nu structureel op 8% blijft en wat de ideeën zijn over reclame op de online en on demand kanalen van de NPO.

Er wordt steeds minder lineair televisie gekeken. Als gevolg daarvan zullen de opbrengsten van de reclame op de lineaire kanalen sowieso dalen. Dus los van het percentage toegestane zendtijd neemt de opbrengst af.

In het kader van de voorgenomen hervorming van de landelijke publieke omroep zal ik daarom voorstellen doen voor de ruimte voor reclame op de NPO-kanalen op de langere termijn. Daarbij ga ik alle belangen meewegen: het belang van de landelijke publieke omroep, maar nadrukkelijk ook de belangen van de commerciële mediapartijen. Daarbij spelen ook nog de belangen van de adverteerders die baat hebben bij advertentieruimte bij zowel publieke als commerciële mediapartijen. Indien nodig zal ik hiervoor onderzoek laten uitvoeren, bijvoorbeeld in de vorm van een impactanalyse. Mede naar aanleiding van vragen van de leden van de BBB-fractie zeg ik toe dat ik deze voorstellen ga afstemmen met alle betrokken partijen. Ik ben niet bereid om de voorliggende maatregel uit te stellen. Tot die tijd blijf ik bij het voornemen om het percentage reclamezendtijd voor lineaire kanalen op 8% te houden. Ik zeg daarbij toe dat ik daarnaast geen onomkeerbare stappen neem voordat daarover in overleg met uw Kamer is besloten, zoals de leden van de VVD-fractie vragen.

Als reactie op de vragen van de leden van de NSC-fractie zal ik bij mijn plannen voor de hervorming ook een reflectie op de verschillende financieringsmodellen en de mogelijkheden voor publiek-private samenwerking meenemen. Dit zal ik doen vanuit het perspectief van duurzame financiering en onafhankelijkheid van de landelijke publieke omroep.

---

<sup>3</sup> Kamerstuk 32 827, nr. 157.



De leden van de VVD-fractie en de leden van de BBB-fractie vragen verder of de opbrengst van deze maatregel gebruikt gaat worden voor de invulling van de bezuiniging op de landelijke publieke omroep van € 100 miljoen uit het Hoofdlijnenakkoord van het huidige kabinet.

De aanleiding van deze maatregel betreft de verlaging van de rijksmedia-bijdrage van € 24,3 miljoen per 2025 uit de Voorjaarsnota 2023 en de wens om het minimumbudget op peil te houden. Dat staat los van de bezuiniging van € 100 miljoen. Gezien het afnemende lineaire kijkgedrag ontstaat hiermee ook geen ruimte om de € 100 miljoen bezuiniging per 2027 op te vangen. Bovendien worden de Ster-inkomsten afgedragen aan de mediabegroting en niet rechtstreeks aan de NPO. Het is daarmee via het budgetrecht altijd aan uw Kamer om te bepalen hoeveel budget er aan de publieke omroep wordt toegekend, inclusief het aandeel Ster-inkomsten. Uiteraard met inachtneming van de bepalingen in de Mediawet over het minimumbudget van de publieke omroep.

De leden van de BBB-fractie, de VVD-fractie en de fractie van de PVV vragen naar de impact van het voorgenomen besluit op de commerciële zenders en naar de afstemming met deze partijen.

Door het voorliggende besluit blijft het percentage toegestane zendtijd voor reclame op de lineaire kanalen in 2025 8%. Dat is hetzelfde percentage als in 2024. Naar het effect hiervan op de advertentiemarkt en de commerciële zenders is geen onderzoek gedaan en er is geen afstemming geweest met de commerciële partijen. Wel heb ik mede naar aanleiding van dit besluit met enkele commerciële partijen gesproken over de toekomst van reclame op de publieke omroep. Zoals ik hierboven heb toegezegd ga ik de mogelijke impact op de commerciële media-partijen bij mijn voorstellen over reclame in het kader van de hervorming van de landelijke publieke omroep meewegen en ik zal deze voorstellen met hen afstemmen.

De leden van de BBB-fractie en de leden van de VVD-fractie vragen nadrukkelijk aandacht voor de integrale benadering van de gehele Nederlandse mediasector en voor het verschil in verdienvermogen tussen commerciële media en publiek gefinancierde media.

Ik deel de mening van de leden van de BBB-fractie dat betrouwbare media essentieel zijn in de strijd tegen desinformatie en dat alle Nederlandse omroepen hier een verantwoordelijkheid hebben. Ik ben mij ervan bewust dat het verdienmodel van private media onder druk staat. Dit ligt echter niet aan de publieke omroep die reclame mag uitzenden. De positie van de publieke omroep op de reclamemarkt is immers relatief klein vanwege de beperkende bepalingen die voor de publieke omroep gelden. De private omroepen en kranten hebben vooral een sterkere concurrent in de grote internationale mediaondernemingen en tech-platforms die een steeds groter deel van de advertentiebestedingen naar zich toe trekken. Bovendien zien adverteerders de mogelijkheid om zowel via publieke als private omroepen hun advertenties weg te zetten als aanvullend op elkaar.

Het is onvermijdelijk dat de belangen van de publieke media en de commerciële media niet altijd overeenkomen. In plaats van te kijken naar de verschillen wil ik ook kijken waar sprake is van een gezamenlijk belang. Om een sterke Nederlandse mediasector te behouden ga ik bij de voorgenomen hervorming en mijn voorstellen voor reclame op de landelijke publieke omroep, onderzoeken welke mogelijkheden er zijn tot meer gezamenlijk optrekken op de advertentiemarkt tussen commerciële en publieke omroepen. Ik wil voorkomen dat we maatregelen treffen die een averechts effect hebben waardoor bijvoorbeeld reclamebestedingen



weglekken naar het buitenland en niet meer geïnvesteerd worden in de Nederlandse mediasector.

De leden van de GroenLinks-PvdA-fractie en de leden van de NSC-fractie vragen naar de effecten van de maatregel op kijkgedrag, programmering en op de onafhankelijkheid van de landelijke publieke omroep van commerciële invloeden. Daarnaast merken de leden van de GroenLinks-PvdA-fractie op dat deze wijziging, het verruimen van de mogelijkheid om méér reclameopbrengsten te genereren, is ingegeven door een bezuiniging op de rijksmediabijdrage. Zij vragen of dit de geëigende route is om bezuinigingen door te voeren.

Ik merk om te beginnen op dat er geen sprake is van een verruiming of een toename van de ruimte voor reclame op de landelijke publieke omroep. Het percentage was tot en met 2021 10% en is verlaagd naar 8%. Het is nooit lager geweest dan 8%.

Al vanaf 1965 vormen de reclameopbrengsten een bron van inkomsten in de mediabegroting. Hierdoor is meer financiering beschikbaar gekomen ter dekking van de kosten van de publieke omroep. Financiering die anders via een hogere omroepbijdrage (in het jaar 2000 is de omroepbijdrage afgeschaft) en een groter beslag op publieke middelen ten laste van burgers zou komen. De Ster-gelden zijn, naast de rijksmediabijdrage, een zelfstandige bron voor de financiering van het jaarlijkse budget van de publieke omroep. Deze systematiek van duale financiering draagt bij aan een zo stabiel mogelijke financiering en zorgt er ook voor dat voldaan kan worden aan de eisen die de wet stelt aan de minimale omvang van het jaarlijkse budget van de publieke omroep. De wetgever heeft beoogd om zorg te dragen voor een stabiele financiering van de publieke omroep, omdat het een essentieel instituut is binnen onze democratische rechtsstaat.

De reden om niet door te gaan op de route van verdere stapsgewijze verlaging van het percentage reclamezendtijd is om ondanks de verlaging van de rijksmediabijdrage per 2025 de minimale omvang van het jaarlijkse budget van de publieke omroep te garanderen.

Ik ben het eens met de leden van de NSC-fractie en van de GroenLinks-PvdA-fractie dat medefinanciering uit reclamegelden er niet toe mag leiden dat er geprogrammeerd wordt vanuit commerciële overwegingen. De programma's zijn er niet voor de reclame-inkomsten maar andersom: de reclame-inkomsten zijn er voor de programma's. De verkoop van reclamezendtijd is om principiële reden daarom bewust buiten de publieke omroep geplaatst en ondergebracht bij de Ster. De NPO is niet verantwoordelijk voor de reclame-inkomsten, net zomin als dat de Ster verantwoordelijk is of invloed heeft op het programmeerbeleid. Ik acht dit nog steeds een belangrijke en effectieve waarborg tegen vercommercialisering van de publieke programmering. Daar voeg ik nog het volgende aan toe. Reclamegelden gaan naar de Staat, niet naar de NPO. De Minister bepaalt in samenspraak met het parlement via de begroting vervolgens welk bedrag aan Ster-gelden uiteindelijk aan de landelijke publieke omroep ten goede komt. De publieke omroep heeft dus geen zeggenschap over de Ster-gelden. Verder is de publieke omroep gebonden aan strenge regels over plaatsing van reclame. Er zijn niet alleen beperkende regels over de maximale hoeveelheid reclame, zowel in totaliteit per jaar als per programmakanaal per dag. Er gelden ook beperkende regels over de plaatsing van reclame. Zo is programmaonderbrekende reclame verboden en gelden er restricties voor reclame rond kinderprogramma's. Ook dit zijn waarborgen tegen commercieel programmeren. Al met al zijn

er dus belangrijke en effectieve waarborgen tegen vercommercialisering van de publieke programmering.

Tot slot hebben de leden van de CDA-fractie en de leden van de NSC-fractie nog enkele vragen gesteld over het besluit om de maximaal toegestane omvang van de verenigingsreserve te verhogen.

De leden van de NSC-fractie vragen bevestiging dat deze reserves uitsluitend worden aangewend voor de publieke taak van de omroepen en niet voor commerciële nevenactiviteiten die buiten de kerntaken van de omroepen vallen.

Dat kan ik bevestigen, de middelen uit de algemene reserve mogen alleen worden ingezet voor de kerntaken van de omroepen. In de Mediawet 2008 artikel 2.174a, lid 1, is opgenomen dat omroepen netto-inkomsten uit contributies en verenigingsactiviteiten mogen reserveren voor verenigingsactiviteiten. Het betreft een zeer beperkte categorie activiteiten, die in artikel 2.136, lid 2, en lid 3, gedefinieerd is als: activiteiten die redelijkerwijs nodig zijn voor het goed functioneren van de omroepvereniging, activiteiten die gebruikelijk zijn voor het versterken van de band met de leden en activiteiten in de vorm van evenementen die ondersteunend zijn aan het uitdragen van de missie van de vereniging.

De leden van de CDA-fractie zien dat het kabinet met deze voorhang voornemens is de maximaal toegestane verenigingsreserve te verhogen naar € 1,5 miljoen. Dat is een verdubbeling. De achterliggende gedachte voor de hoogte van de reserve is enerzijds achtergebleven indexering en anderzijds een schatting. Kan de Minister deze schatting verder toelichten? Waarop is de schatting gebaseerd?

Sinds de vaststelling van de Mediawet in 2008 is het maximum algemene reserve niet meer geïndexeerd. Het maximum van 2008 (€ 750.000) komt na indexatie met de CPI-percentages tot en met 2024 uit op € 1,1 miljoen.

Het maximum van de toegestane verenigingsreserve geldt voor alle omroepen, terwijl niet alle omroepen een gelijke financiële situatie hebben. Daar moet bij het bepalen van het maximum rekening mee worden gehouden. Omroep MAX bijvoorbeeld heeft relatief veel eigen inkomsten uit verenigingsactiviteiten. Een gezonde financiële basis wordt onder meer aangeduid met de solvabiliteit (verhouding eigen vermogen/ totaal vermogen). In zijn algemeenheid is de geldende norm voor een goede solvabiliteit tussen 25 – 40. Met de verhoging naar € 1.500.000 komen alle omroepen boven de ondergrens van 25 uit.

De leden van de CDA-fractie vragen of de Minister kan omschrijven wat hij een gezonde financiële basis van een omroepvereniging vindt. Gaat de Minister evalueren of het verhogen van de verenigingsreserve tot het gewenste resultaat leidt? Zo ja, wanneer vindt de evaluatie plaats?

Financiële gezondheid is gelinkt aan financiële balans en stabiliteit, het vermogen om uitgaven en inkomsten te beheren. Een gezonde verhouding eigen vermogen ten opzichte van het totale vermogen draagt hieraan bij. De vraag of het maximum toereikend is, is al onderdeel van de gebruikelijke afstemming met de omroepen, onder andere aan de hand van de jaarlijkse rechtmatigheidstoetsing van de jaarrekeningen.