

NEDERLANDSE MEDIA: herkenbaar en betrouwbaar in een snel veranderend medialandschap

Nederlandse media: herkenbaar en betrouwbaar in een snel veranderend medialandschap

Mohammed Mohandis, mediawoordvoerder in Tweede Kamer

Onafhankelijke media zijn een cruciaal en onmisbaar fundament van de democratische rechtsstaat. De publieke omroep speelt daarin een belangrijke rol. Zij zorgen voor een veelzijdig aanbod, met een gevarieerde mix van nieuws, informatievoorziening, sport, kunst, cultuur, educatie en kinderprogrammering.

Voor GroenLinks-PvdA is het van belang dat de publieke omroep deze taak blijft vervullen, innovatief en reclameluw. Zich daarbij houdend aan de journalistieke code van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en de spelregels voortvloeiend uit de Mediawet.

Hoewel het medialandschap snel verandert, gaat de politieke besluitvorming traag. In 2024 schreef de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) het rapport 'Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies'. Ook dit rapport onderschrijft de noodzaak voor herkenbare en sterke Nederlandse mediapartijen om hun aanbod vindbaar te houden ten opzichte van groeiende buitenlandse mediaplatforms. Want anders zijn deze Nederlandse media-aanbieders (publieke en private) tot een achterhoedegevecht veroordeeld.

In dit document komt GroenLinks-PvdA met bouwstenen voor de hervormingslag die gemaakt moet worden. Ook het speelveld, de financiering die ermee is gemoeid en de maatregelen die moeten worden getroffen om een tegenspeler van formaat te blijven van buitenlandse streamingdiensten en de Big Tech worden geschetst.

Van zappen naar swipen

Het medialandschap verandert snel. Jonge kijkers voelen zich meer aangetrokken tot streamingdiensten als Netflix, Viaplay en Disney+ en videoplatformen als TikTok, Instagram en YouTube. Daarnaast zien we hoe de opmars van artificiële intelligentie (AI-technologie) en hoe algoritmes op sociale-mediakanalen inspelen op individuele nieuwsbehoefte. Deze niet-geverifieerde 'snackberichten' bevestigen met name de eigen opvattingen, in plaats van dat ze andere geluiden produceren. Een van de grote opgaven van het Nederlandse media-aanbod is tegenwicht bieden aan deze subjectieve nieuwsbubbels.

Lineaire televisie is nog steeds van belang, maar voor vooral jongere kijkers is het niet langer de norm. Uitgesteld kijken (on demand) of geen televisiekijken heeft flink aan terrein gewonnen. Zo hadden de video-on-demanddiensten in 2024 voor het eerst een omzet van meer dan één miljard euro, een stijging van liefst 21%: [Omzet Nederlandse streaming-abonnementen overstijgt miljard euro - BM](#)

De NPO probeert daar met de eigen streamingdienst NPO Start - de app waar omroepen, makers en buitenproducenten het Nederlands kijkerspubliek bedienen - tegenwicht te bieden. Daarnaast zien we ook dat een streamingdienst als Videoland groeiende is en zo ook het Nederlands aanbod tegenover buitenlandse spelers versterkt.

Het bereik van de publieke omroep als geheel ligt onder alle Nederlanders boven de 13 jaar nog altijd op 83%, waarvan 74% kijkt naar het nieuws en actualiteitenprogramma's (rapport 'Eenheid in veelzijdigheid', Adviescollege Publieke Omroep, september 2023). NPO1 is de best bekeken zender, al zien we dat kijkers onder de 30 jaar minder lineair kijken en een andere mediaconsumptie hebben.

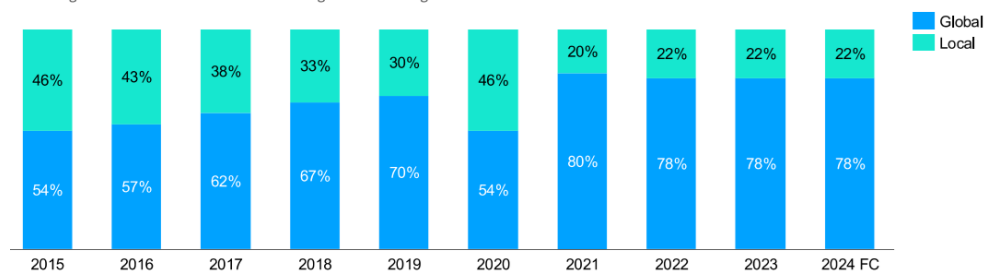
Concurrentiestrijd

Naast streamingdiensten als Netflix, Viaplay en Disney+ voelt de publieke omroep ook de concurrentie van Amerikaanse techgiganten Meta, Google, Apple en Amazon. Laatstgenoemden slokken bijna 80% van de reclamemarkt op (Bron: VIA Nederland Digital Spend Ad Study).

De Globals domineren de digitale mediabestedingen in Nederland.

VOOR DE GLOBALS IS ER OOK GEEN ONDERSCHIED TUSSEN TRADITIONELE EN DIGITALE CONTENT

Verdeling tussen Globals en Locals van de digitale bestedingen



Bron: VIA Nederland Digital Ad Spend Study

Bovendien verzetten Big Tech als X, Meta en Google zich ook nog eens tegen Europese en nationale wetgeving die het verspreiden van nepnieuws aanpakken. Niet alleen de publieke omroep maar ook private media (krantenconcerns, commerciële omroepen en nieuwssites ondervinden daar de nadelige gevolgen van, (journalistiek-)inhoudelijk en qua verdienmodel.

Het is daarom noodzakelijk dat het kabinet in veel bredere zin naar het Nederlandse medialandschap kijkt, daarbij rekening houdend met de streamingdiensten en Big Tech, en inzet op een eerlijk speelveld.

Bezuinigingen

Het door de PVV gedomineerde kabinet-Schoof is van plan om per 2027 106 miljoen euro te bezuinigen. Daarbovenop komt nog eens 50 miljoen euro aan extra bezuinigingen, waarbij de publieke omroep de ruimte krijgt om meer geld uit de reclamemarkt te halen. Dat laatste is niet een door GroenLinks-PvdA toegejuichte oplossing.

Deze bezuinigingen, en de geboden oplossing, getuigen van een gebrek aan visie: het draagt bij aan verdere commercialisering. Extra reclame-inkomsten benadelen bovendien het verdienvermogen van private mediapartijen. Met het amendement-Stultiens c.s. heeft GroenLinks-PvdA gepoogd deze bezuinigingen te schrappen, vergeefs. Het was mede reden om in de Tweede Kamer tegen de begroting van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap te stemmen.

GroenLinks-PvdA is voorstander van minder bureaucratie en het afslanken van de bestuurslaag, maar is het **principeel oneens met de coalitiewens om het programma-aanbod en de positie van makers fors te verschromen en daarmee de taakopdracht te versmallen.**

Het huidige omroepbestel - gevormd door de NPO samen met de omroepen met uiteenlopende profielen - moet weliswaar worden hervormd maar gezien het publieke belang óók versterkt. Dat vraagt om het vergroten van de slagkracht, zodat de vindbaarheid en zichtbaarheid in de 'platformisering' van het medialandschap gedekt blijft. En ook om de bescherming van makers die een breed publiek bedienen en niet een speelbal moeten zijn van ondoordachte politieke keuzes of ongewenste inmenging.

Naast de bezuinigingen wil het kabinet de btw op onder meer kranten van 9 naar 21% verhogen. Die verhoging doorvoeren, zal zijn weerslag hebben op het journalistieke landschap en is onwenselijk.

Veilig werkklimaat

Terecht is er de laatste tijd aandacht voor een (sociaal) veilig werkklimaat binnen de publieke omroep. De bestuurlijke complexiteit draagt daar zeker niet aan bij, waardoor grensoverschrijdend gedrag kon gedijen.

Het vorig jaar verschenen rapport van de commissie-Van Rijn geeft een verhelderende kijk op de misstanden en de ernst van de gedragingen binnen de NPO. De aanbevelingen uit dat rapport dienen dan ook overgenomen te worden, terwijl slachtoffers of melders van grensoverschrijdend gedrag gesteund en beschermd dienen te worden.

Onze concrete voorstellen

Financiering, reclameluw en een eerlijke bijdrage van grote streamingdiensten

- Meer vast, minder flex: **70%** van het personeel van de publieke omroep moet in **vaste dienst** zijn. Medewerkers verdienen niet alleen werk- en inkomenszekerheid, maar hebben zo ook een betere positie tegenover hun leidinggevenden. De resterende 30% kan worden ingezet voor flexibiliteit en het inhuren van buitenproducenten, om zo innovatie en nieuwe formats aan te jagen.
- Stabiele financiering: de publieke omroep, en media in het algemeen, mag geen politieke speelbal zijn. Het budget dient in een **concessie van 8 jaar** in plaats van de huidige 5 jaar te worden vastgelegd.
- Eerlijke bijdrage grote streamingdiensten: voor buitenlandse streamingdiensten komt een **hogere investeringsverplichting**. Netflix, Viaplay, Disney+ en anderen moeten nu al 5% uittrekken voor Nederlandse content en productie, maar stapsgewijs moet dat percentage verhoogd worden tot **7,5%**. **Ook de Big Tech moet, als het aan GroenLinks-PvdA ligt, onder deze investeringsverplichting gaan vallen.**
- Reclameluwe omroep: **reclamezendtijd** wordt teruggebracht tot **maximaal 5% van de totale zendtijd**. Zo wordt de oprukkende commercialisering van de publieke omroep tegengegaan. Private mediapartijen lopen bovendien dan minder de kans extra financieel benadeeld te worden, nu ze op de reclamemarkt al in hevig gevecht met de Big Tech zijn verwikkeld. **Rondom kinderprogrammering mag de STER geen reclame gaan uitzenden.**
- Vind- en zichtbare producties: **programma's en content van algemeen belang (nieuws, actualiteiten, belangrijke informatievoorziening) moeten snel vindbaar zijn en toegankelijk op de verschillende 'devices'** (tv, telefoon, laptop, et cetera). Daarvoor dient prominentiebeleid (due prominence) te komen, om zo de vind- en zichtbaarheid te verankeren.
- Nepnieuws via Big Tech aan banden leggen: uit het Nationaal Social Media Onderzoek 2025 (Newcom) blijkt dat 1 op de 8 Nederlanders en zelfs 3 op de 10 jongeren sociale media als de voornaamste nieuwsbron zien: <https://www.newcom.nl/wp-content/uploads/2025/01/Nationale-Social-Media-onderzoek-2025-Basisrapportage-Newcom-25-1-2025.pdf> **Desinformatie en nepnieuws op deze platformen dienen zodoende te worden bestreden**, via Europese wetgeving als de Digital Services Act. Ook moeten er **moderatieverplichtingen** gelden.

Minder bureaucratie, meer samenwerken, alle ruimte voor creatief talent

De publieke omroep moet een broedplaats van talent worden. Een open organisatie, van iedereen en voor iedereen. Pluriformiteit wordt zo bevorderd. Uitgaan van de eigen kracht staat voorop, creativiteit en talentontwikkeling draagt bij aan de versterking van het gehele medialandschap.

- **4 omroephuizen:** de huidige ledenomroepen gaan op in **4 omroephuizen** en werken daarin nauw samen aan de wettelijke mediaopdracht (artikel 2.1 mediawet). Die te vormen omroephuizen borgen de externe pluriformiteit. Daarnaast vormen de taakomroepen NOS en NTR samen **1 taakomroephuis**. De NOS en NTR zijn onmisbaar vanwege de wettelijke kerntaken: onafhankelijke nieuwsvoorziening en onderzoeksjournalistiek, kinderprogrammering, educatie en programma's over kunst, cultuur en diversiteit.
- Per omroephuis is er nog maar 1 raad van bestuur en 1 raad van toezicht. Zo wordt **drastisch gesnoeid in het aantal directeur-bestuurders en toezichthouders**. Wij willen ongeveer een halvering van het aantal bestuurders en toezichthouders ten opzichte van de huidige situatie.
- **Bestuurders** van omroephuizen mogen **maximaal twee termijnen van vier jaar** aanblijven. Overstappen naar een ander omroephuis is daarna niet mogelijk, om zo een goede doorstroming te borgen.
- **Het leden criterium wordt als enkelvoudig criterium voor toetreding geschrapt**. Zo hoeft minder geld aan marketingdoeleinden te worden uitgegeven.
- **De traditionele route vervalt om via ledenaantal aspirant-omroep te worden**. Omroephuizen krijgen de opdracht om via een 'pitchplatform' nieuwe geluiden een plek te geven.
- Naast het leden criterium komen er **beoordelingscriteria voor doelgroepenbereik, online draagvlak/impact, waardering van programma's, diversiteit en publieksinteractie**.
- 30% procent van de totale zendtijd wordt gereserveerd voor programma's die rechtstreeks kunnen worden 'gepitch't bij de omroephuizen.
- De **NPO** (geen zendtijd) **houdt** in samenwerking met de 4 omroephuizen en het taakomroephuis **de faciliterende en coördinerende rol** voor de schema-indeling van de programma's op online zenders en kanalen.
- De NPO houdt regie op de NPO-video en -audioplatforms, met oog op de vind- en zichtbaarheid.
- De **NPO Start-app** wordt **doorontwikkeld**.
- De omroephuizen besteden **minimaal 25% van het budget aan buitenproducenten**, om zo 'fairplay' te borgen.

- **Alle publieke programmering moet ook toegankelijk zijn voor mensen met een (audiovisuele) beperking en handicap, en zijn voorzien van audiodescriptie.** Dit moet explicieter worden geformuleerd in de mediawet (art 2.1-2F).

Toegang tot bestel en extern toezicht

- De verantwoordelijke bewindspersoon is niet de geëigende persoon om te bepalen of een nieuwe speler of een maatschappelijk initiatief wordt toegelaten tot het publiek omroepbestel. **Deze politieke goedkeuring moet uit de wet worden gehaald.** Een externe toezichthouder, als bijvoorbeeld het Commissariaat voor de Media (CvdM), wordt daarvoor aangesteld. De taken die daarmee gepaard gaan, komen bij diezelfde toezichthouder te liggen.
- In de Mediawet moet worden vastgelegd dat besluiten van het CvdM niet kunnen worden teruggedraaid door de verantwoordelijke bewindspersoon. **De huidige Mediawet laat nu te weinig afstand tussen media en politiek.**
- **Het sanctieregime moet worden vereenvoudigd.** Als journalistieke codes of spelregels worden overtreden, moet het CvdM een stevige positie hebben strafmaatregelen te kunnen opleggen en bij herhaling het voorstel te kunnen doen de omroeplicentie te kunnen intrekken.
- **Het intrekken van een omroeplicentie is voorbehouden aan de externe toezichthouder.** Politiek-inhoudelijke bemoeienis wordt zo tegengegaan.

Versterking regionale journalistiek en publiek-private samenwerking

- Van wetswege moet er **meer ruimte komen voor publiek-private samenwerking** (bijvoorbeeld tussen dag- en nieuwsbladen en regionale omroepen).
- **Het dienstbaarheidsverbod, artikel 2.141 Mediawet (2008) moet worden gemoderniseerd,** zodat **nieuwe verdienmodellen kunnen worden ontwikkeld** waarin publieke en private media gezamenlijke afspraken kunnen maken.
- **Nauwere samenwerking tussen lokale- en streekomroepen moet de lokale journalistiek levensvatbaar houden,** waardoor de waakhondfunctie voor de lokale overheid vervuld kan worden.
- Lokale media moeten meer (financiële) mogelijkheden krijgen apps en online platforms (door) te ontwikkelen – private media mogen daar een rol in spelen.
- De **geplande btw-verhoging op kranten** van 9% naar 21% is slecht voor de bestaanszekerheid van (regionale) kranten en **moet van tafel.**

- De positie van werknemers tegenover leidinggevenden moet beter worden beschermd. In het redactiestatuut moeten bovendien duidelijke garanties worden opgenomen die gaan over de onafhankelijkheid van de redactie, medezeggenschap c.q. de stem van medewerkers en het bewaken van de sociale veiligheid.

De voorstellen van GroenLinks-PvdA zullen in het notaoverleg Media – het hoofdlijnen debat op maandag 14 april 2025 waarin de hervorming van de landelijke publieke omroep wordt besproken – en het daaruit voortvloeiende wetsvoorsteltraject worden ingebracht. Niet alleen zal dat zich vertalen in moties en amendementen, maar ook blijft het de inzet voor de komende jaren.