



nota

TER ONDERTEKENING

Aan: MOCW

Media en Creatieve Industrie

Van

Persoonsgegevens

Datum

1 oktober 2025

Referentie

54605302

Bijlagen

Kamerbrief impactanalyse

Impactanalyse SEO

Kamerbrief impactanalyse

Aanleiding

Aan de Tweede Kamer is toegezegd te komen met een brief over de toekomstige financiering van de landelijke publieke omroep. Om hierover een besluit te nemen is onafhankelijk adviesbureau SEO gevraagd een impactanalyse uit te voeren naar eventuele verruiming van de reclamemogelijkheden bij de landelijke publieke omroep. De besluitvorming rondom de toekomstige financiering van de landelijke publieke omroep is nog niet afgerond waardoor hierover nog geen brief verstuurd kan worden. Wel verstuurt u met de voorliggende brief alvast de impactanalyse van SEO naar de Kamer om zo de Kamer over dit onderzoek te informeren.

Geadviseerd besluit

Wanneer u akkoord bent met de voorliggende Kamerbrief wordt u gevraagd deze te ondertekenen en samen met de impactanalyse naar de Kamer te sturen.

Kernpunten

Proces

- Bij de behandeling van de onderwijsbegroting is het amendement Bontenbal aangenomen. Hiermee werd de rijksmediabijdrage per 2027 met € 50 miljoen verlaagd. In het amendement werd daaraan gekoppeld dat de Ster en de NPO meer ruimte wordt gegeven om (online) reclame-inkomsten te generen.
- In reactie op het aangenomen amendement heeft uw voorganger aangekondigd een impactanalyse uit te laten voeren naar de effecten van het verruimen van de reclamemogelijkheden bij de landelijke publieke omroep op private mediapartijen. Mede op basis van deze impactanalyse wordt een besluit genomen over de toekomstige financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame hierbij. In eerste instantie is toegezegd voor de zomer van 2025 met deze brief te komen.
- De besluitvorming hierover is echter nog niet afgerond. De Tweede Kamer heeft ondertussen in het ordedebat van 9 september verzocht de impactanalyse zo snel mogelijk naar de Kamer te sturen. Door het versturen van deze brief voldoet u hieraan.

Inhoud brief

- U stuurt met de nu voorliggende brief het rapport van SEO aan de Tweede Kamer.

- Na het verkiezingsreces zal u de Kamer informeren over de beleidsreactie op het rapport en over de besluitvorming over de financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame daarbij. Dan wordt ook duidelijk op welke wijze opvolging wordt gegeven aan het amendement Bontenbal.

Datum

1 oktober 2025

Toelichting

Proces tot nu toe

- In eerste instantie is aan de Tweede Kamer toegezegd de Kamerbrief over de toekomstige financiering van de landelijke publieke omroep voor de zomer van 2025 te versturen. Aanleiding hiervoor was het aangenomen amendement Bontenbal alsook de eerder gedane constatering dat het huidige financieringsmodel van de landelijke publieke omroep niet duurzaam is. Reclame is op dit moment hoofdzakelijk toegestaan op lineaire kanalen. Vanwege de terugloop van lineair kijken, zullen deze inkomsten naar verwachting afnemen.
- De gevraagde impactanalyse was later afgerond dan verwacht waardoor het niet gelukt is de politieke besluitvorming voor de zomer af te ronden.
- Tijdens en na de zomer, en na wisseling in de samenstelling van het kabinet eind augustus 2025, is de besluitvorming verder voorbereid. Hierbij zijn verschillende varianten uitgewerkt en besproken.
- Politieke besluitvorming hierover is nog niet afgerond. Om deze reden wordt na het verkiezingsreces de besluitvorming over de toekomstige reclamemogelijkheden bij de landelijke publieke omroep verder voortgezet. Het is in het belang van de landelijke publieke omroep dat hier zo spoedig mogelijk duidelijkheid over ontstaat.
- Ondertussen wordt het wetsvoorstel om de verlaging van de rijksmediabijdrage die voortvloeit uit het amendement en uit de besluitvorming in het Hoofdpijnenakkoord te regelen in internetconsultatie gebracht. Dit is noodzakelijk omdat die wetswijziging tijdig moet ingaan. Hiermee kan niet langer gewacht worden.

Hoofdpunten impactanalyse SEO

- De impactanalyse bevestigt het beeld van veranderende consumentenvoorkeuren waarbij media-aanbod steeds meer wordt geconsumeerd via digitale platformen, met name onder jongeren. Het kijktijdaandeel van de lineaire kanalen en daarmee het bereik van reclames op die kanalen dalen juist. De onderzoekers stellen dat reclame op de lineaire kanalen voor bepaalde doeleinden onverminderd populair zal blijven en dat er naar verwachting daardoor wel een bodem in het bereik van de markt zit, maar spreken geen verwachting uit op welk niveau die bodem precies ligt.
- De onderzoekers hebben in kaart gebracht op welke deelmarkten van de advertentiemarkt de Ster actief is. Dat zijn voor de Ster op dit moment met name lineaire tv en lineaire radio en in mindere mate (delen van) het online domein; waarbij het bereik op advertentiemarkt voor lineaire televisie afneemt terwijl in de deelmarkt voor online video in de toekomst groei zit. SEO concludeert daarom dat additionele reclame-inkomsten voor de landelijke publieke omroep met name kunnen komen uit het online domein. Vervolgens is er een inschatting gemaakt van de mogelijke opbrengsten van een

uitbreiding van de reclamemogelijkheden voor de Ster, waaronder het verruimen van de maximaal toegestane reclame op de lineaire televisiekanalen van 8% naar 10% en het opnieuw toestaan van reclame bij online video-aanbod, waar reclame nu niet is toegestaan.

- SEO concludeert dat slechts een deel van de € 50 miljoen uit het amendement Bontenbal kan worden opgevangen met een verruiming van het commerciële reclame-aanbod op de kanalen van de landelijke publieke omroep. De Ster kan door de afspraken over maximale hoeveelheid en duur van de reclame op de kanalen van de landelijke publieke omroep namelijk maar een beperkte extra opbrengst realiseren, ook na verruiming van de reclamemogelijkheden.
- De onderzoekers concluderen dat de Ster op de deelmarkten voor lineair video-aanbod en voor online en on demand video-aanbod met name concurreert of zou concurreren met andere, private, Nederlandse spelers. Een uitbreiding van de Ster op deze markten heeft daarmee onvermijdelijk impact op het verdienvermogen van deze partijen. De mate waarin is om te beginnen afhankelijk van de ontwikkeling op deze markten. De precieze impact is afhankelijk van de marktontwikkeling en daarnaast van de mate waarin er door de uitbreiding van de mogelijkheden voor de Ster eigenstandige, autonome marktgroei optreedt én de mate waarin er substitutie plaatsvindt met overige (deel)advertentiemarkten, met name de advertentiemarkten waarop grote internationale streamingsdiensten en grote internationale (tech)bedrijven actief zijn.

Datum

1 oktober 2025

Informatie die niet openbaar gemaakt kan worden
Geen.