

# Samenwerkingsagenda Nederlandse Mediasector

Juli 2019

## Partijen

Van oorsprong betrokken: College van Omroepen, De Persgroep, KPN, Mediahuis, NOS, NPO, RTL Nederland, Talpa Network, VodafoneZiggo en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

## Samenwerkingsagenda

De initiatiefnemers van deze samenwerkingsagenda vinden dat voldoende goed en gevarieerd Nederlands media-aanbod, geleverd door publieke en private spelers, dat zoveel mogelijk Nederlanders bereikt, essentieel is voor een goed functionerende democratische samenleving. Partijen vinden het daarom belangrijk dat Nederlanders voorzien blijven van Nederlandse journalistiek en van Nederlands audiovisueel media-aanbod. Ze willen hierin voorzien op een manier die past bij hoe mensen media gebruiken, via relevante platforms en op basis van relevante aanbevelingen. Zij zien dat daarvoor in Nederland een duurzaam medialandschap noodzakelijk is; een economisch rendabele mediasector met gezonde verdienmodellen, waarin zowel de publieke als de private partijen kunnen floreren en waarde kunnen genereren.

Het medialandschap is de laatste jaren enorm veranderd; mediagebruikers besteden meer tijd online, er zijn verschillende nieuwe aanbieders van content en er zijn allerlei technologische mogelijkheden bijgekomen. Veel ontwikkelingen hebben een positief effect voor gebruikers en bedrijvigheid, maar partijen zien ook dat een deel van de ontwikkelingen de uitgangspunten voor een duurzaam Nederlands medialandschap onder druk zetten.

- Mediaconsumenten besteden relatief steeds meer tijd online, in het bijzonder via platforms van mondiale techbedrijven. Media bewegen zich daarom van print en lineair naar online en on-demand aanbod en verspreiden dit aanbod ook via de mondiale techplatforms. Die platforms nemen substantiële marges op advertenties en abonnementenverkoop. Tegelijk is het produceren van Nederlandse content door het kleine taalgebied kostbaar. Voor media die zich specifiek richten op een Nederlands publiek is het daarom in de huidige situatie moeilijk online een rendabel verdienmodel te realiseren; wat de duurzaamheid van het medialandschap onder druk zet.
- Er zijn minder garanties dan vroeger dat alle op Nederland gerichte content het Nederlandse publiek bereikt, omdat dit publiek zijn tijd steeds meer ook besteedt aan het aanbod van mondiale mediabedrijven en techplatforms die een wereldwijde doelgroep en een daarbij passende hoeveelheid aanbod hebben.
- Mondiale mediabedrijven en techplatforms hebben, met name door hun schaal, in de praktijk minder last van overheidsregulering dan lokale mediapartijen. Zo gelden er voor VOD-diensten en videosharingplatforms minder restricties voor het aanbieden van reclame en geldt voor de meeste van hen de zogenaamde 'must-carry-verplichting' niet. Ook is horizontale en verticale integratie vaak eenvoudiger voor de grootste platforms omdat de speelvelden waarop zij opereren niet altijd helder afgebakend zijn.

In het belang van een duurzaam Nederlands medialandschap zien partijen de noodzaak elkaar waar mogelijk te versterken. Dat is niet vanzelfsprekend; er zijn wetten en regels, tegengestelde belangen en cultuurverschillen die samenwerking belemmeren. Het speelveld van de mediasector is van nature ongelijk. Commerciële en publieke partijen bewegen zich op dezelfde markt maar hebben

verschillende doelstellingen, financiering en regels waaraan zij zich moeten houden. Maar de partijen zien genoeg mogelijkheden om met behoud van hun eigen rol, hun eigen merken en hun eigen relatie met hun klanten het Nederlands medialandschap samen te versterken.

De partijen benoemen daartoe de volgende acties als samenwerkingsagenda. Per actie zullen door de betrokken partijen nadere resultaat-afspraken gemaakt worden met bijbehorende deadlines. Bij de uitwerking daarvan worden de onderscheiden posities van zowel de publieke als de private partijen gerespecteerd. Ook wordt daarbij rekening gehouden met de huidige wet-en regelgeving, in het bijzonder de waarborgen voor mededinging en privacy. Onderstaande samenwerkingsafspraken zijn voor deze agenda een eerste start. Dit document beoogt de basis te leggen voor een samenwerkingsagenda van de Nederlandse mediasector gericht op het algemene belang van een duurzaam Nederlands medialandschap. OCW draagt daaraan graag bij door drempels weg te nemen. De samenwerkingsagenda is een doorlopende agenda die ten minste twee keer per jaar kan worden uitgebreid, aangevuld en herzien. De samenwerking staat open voor elke partij die een actieve bijdrage kan leveren aan een duurzaam Nederlands medialandschap. In de bijlage bij dit document zijn de procedures voor onder meer toetreding en uittreding uiteengezet.

## Afspraken

### 1. Partijen willen zich inzetten voor bundeling van het Nederlandse video-aanbod

Bundeling van Nederlandse videocontent kan bijdragen aan een breed bereik daarvan. Partijen zien in een klein taalgebied als Nederland in de nabije toekomst de meeste potentie in een plek waar de gebruiker toegang heeft tot alle verschillende Nederlandse content. Voorop staat dat een dergelijke bundeling van aanbod tot doel heeft marginalisering van Nederlands aanbod tegen te gaan en daarmee de duurzaamheid van het landschap te vergroten; niet om mondiale platforms uit te sluiten of te verbieden.

Het huidige samenwerkingsverband *NL Ziet* is een voorbeeld van een bundeling van Nederlandse content, in dit geval content die ook lineair uitgezonden wordt. De partijen in *NLZiet* zijn voortdurend in gesprek om deze dienst te verbeteren en een groter publiek aan te laten spreken en zetten die samenwerking voort.

Enkele partijen onderzoeken daarnaast de mogelijkheid om via een nieuw of bestaand platform ook *exclusieve* Nederlandse content gezamenlijk aan te bieden.

Enkele randvoorwaarden voor zo'n bundelen van exclusieve content zijn:

- de dienst is erop gericht de consument de best mogelijke ervaring te bieden;
- in geval van deelname van de publieke omroep is een van de voorwaarden dat zijn content niet exclusief tegen betaling op dit platform beschikbaar mag zijn;
- overheid en toezichthouders werken oplossingsgericht mee om belemmeringen in wet- en regelgeving vroegtijdig te kunnen signaleren.

### 2. Partijen verkennen de mogelijkheid van bundeling van het Nederlandse audio-aanbod

Om een breed bereik te kunnen realiseren, biedt ook de bundeling van Nederlandse audio(radio)content een goede kans. Partijen zien mogelijkheden voor een Nederlands audiocontent-distributieplatform en gaan in overleg over een mogelijke uitwerking hiervan.

Enkele randvoorwaarden hiervoor zijn:

- de dienst is erop gericht de consument de best mogelijke ervaring te bieden;
- in geval van deelname van de publieke omroep is een van de voorwaarden dat zijn content niet exclusief tegen betaling op dit platform beschikbaar mag zijn;

- overheid en toezichhouders werken oplossingsgericht mee om belemmeringen in wet- en regelgeving vroegtijdig te kunnen signaleren.

### **3. Partijen onderzoeken hoe non-exclusieve Nederlandse content breder beschikbaar kan komen voor het publiek**

Een van de doelen van deze agenda is dat Nederlands aanbod zoveel mogelijk Nederlanders bereikt. Partijen kiezen er daarom soms voor hun content (ook) aan te bieden op andere platforms dan die van henzelf. Vaak gebeurt dit maar op één extern platform tegelijk, ook als het om *non-exclusieve* content gaat. Daar zijn vaak goede redenen voor: ieder type platform heeft eigen kenmerken waardoor ook per type andere overwegingen en voorwaarden gelden bij het plaatsen van content. Maar partijen zien mogelijkheden om het bereik van non-exclusieve content te vergroten. Voor een optimaal bereik willen partijen onderzoeken of en hoe ze non-exclusieve Nederlandse content effectiever kunnen verspreiden, met gebruik van meer distributiekkanalen.

Enkele eerste randvoorwaarden hiervoor zijn:

- dat alle merken zoveel mogelijk hun unieke relatie met hun eigen gebruikers houden;
- dat publiek gefinancierde content als zodanig herkenbaar is;
- dat iedere mediapartij zelf regie houdt over waar hun content beschikbaar komt.

### **4. Partijen verkennen de mogelijkheid van een basisnieuwsvoorziening**

Betrouwbaar en onafhankelijk nieuws is onmisbaar in een goed functionerende democratische samenleving. De infrastructuur die nodig is voor goede nieuwsvoorziening is kostbaar, zeker nu de vraag naar audio en video groeit. Verschillende partijen, waaronder de NOS, zouden met hun basismateriaal een bijdrage kunnen leveren aan de kwaliteit en de duurzaamheid van het Nederlandse medialandschap, door dit materiaal beschikbaar te stellen. De partijen verkennen deze mogelijkheid, de mogelijke vormen, voorwaarden en eventuele restricties; en houden daarbij rekening met andere aanbieders van een dergelijk product.

### **5. Partijen verkennen de mogelijkheid van een Nederlands loket voor adverteerders**

Een duurzaam Nederlands medialandschap waarin meerdere mediabedrijven hun diensten kunnen leveren kan niet bestaan als in Nederland actieve bedrijven onvoldoende inkomsten kunnen genereren, waaronder uit advertenties. Partijen willen daarom onderzoeken of en in hoeverre een open Nederlands loket voor adverteerders valt te organiseren waarbij adverteerders in één portaal toegang hebben tot alle in Nederland actieve mediabedrijven. De juiste schaal, interfaces, gebruikersdata en afspraken over data zijn hiervoor essentieel. Voorop staat dat de privacy van gebruikers goed gewaarborgd is. Partijen bouwen bij deze actie voort op NLProfiel (initiatief van Sanoma, Telegraaf Media Groep en de Persgroep). Partijen creëren een loket waar op een centrale plek de inkoop van adverteerders voor alle aangesloten partijen kan worden gedaan.

Enkele randvoorwaarden hiervoor zijn:

- dat samenwerking niet alleen datamanagement betreft maar ook investeren in een demand-side platform en een sale-side platform;
- dat overheid en toezichhouders oplossingsgericht meewerken om belemmeringen in wet- en regelgeving vroegtijdig te kunnen signaleren.

**6. Partijen verkennen de mogelijkheden voor het vergroten van advertentie-inkomsten van lineaire aanbod**

Los van dit initiatief zien partijen ook mogelijkheden om in het lineaire domein de reclame-inkomsten te verhogen door – met inachtneming van de privacywetgeving – de huidige reclameblokken effectiever op doelgroepen af te stemmen. Partijen onderzoeken dit. Ze zouden hierin bijvoorbeeld kunnen voortbouwen op de bestaande samenwerking tussen Talpa en KPN voor het maken en verkopen van meer gerichte reclame.

**7. Partijen verkennen de mogelijkheden voor een gezamenlijke media-login**

In het verlengde van bovenstaande ideeën willen partijen verkennen of het zinvol en haalbaar is om één Nederlandse media-login (single sign-on) te ontwikkelen, een soort DigiD van consumenten voor het inloggen bij mediabedrijven en eventueel bij andere partijen. Ook hier zijn de waarborgen voor privacy een belangrijk uitgangspunt.

**8. Partijen denken na over hoe een bijdrage te leveren aan het delen van kennis met toezichthouders, politiek en overheid en het verder versoepelen van de onderlinge samenwerking**

Voor een duurzaam Nederlands medialandschap is het essentieel dat alle spelers die van belang zijn voor de sector op de hoogte zijn van wat er gaande is in de mediasector. De partijen constateren dat kennis van toezichthouders, politiek en overheid op het gebied van technische ontwikkelingen en de werking van de media- en advertentiemarkt niet altijd actueel is. Ze zetten zich gezamenlijk in om beschikbare kennis met deze partijen te delen.

Voor een duurzaam Nederlands medialandschap is het verder cruciaal dat partijen beter gaan samenwerken. Partijen gaan samen met de overheid aan de slag met het versoepelen van de samenwerking door in kaart te brengen tegen welke wet- en regelgeving mediapartijen in de praktijk aanlopen om voor te leggen aan toezichthouders of de overheid.

Deze initiatieven staan open voor alle partijen die een bijdrage kunnen leveren aan een duurzaam Nederlands medialandschap.

## Toezeggingen Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media

Het doel van deze samenwerkingsagenda - een duurzaam Nederlands medialandschap waarin pluriform en kwalitatief hoogwaardig Nederlands aanbod gemaakt wordt dat zoveel mogelijk Nederlanders bereikt - is noodzakelijk voor een goed geïnformeerde democratische samenleving. Om dit doel te bereiken wil de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media drempels die er zijn, wegnemen.

### 1. Het gesprek tussen minister en mediasector wordt doorlopend gevoerd

Het medialandschap is gebaat bij een doorlopend gesprek tussen mediapartijen over duurzaamheid van het landschap. Zo'n gesprek geeft de mogelijkheid om afspraken te herzien, nieuwe afspraken te maken en om onderwerpen op tafel te leggen waar aandacht van de overheid en de Europese regelgever voor nodig is. De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media zal dat gesprek minimaal tweemaal per jaar faciliteren.

### 2. Meldingen dat wet- en regelgeving of (markt)ontwikkelingen een negatief effect hebben op de duurzaamheid van het Nederlandse medialandschap worden door de minister opgepakt

De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media nodigt mediapartijen uit om met concrete casuïstiek te laten zien waar wet- en regelgeving een duurzaam medialandschap in de weg zit of deregulering gewenst is. Indien de casuïstiek er aanleiding toe geeft, zal de minister wet- en regelgeving tegen het licht houden of de verantwoordelijke collega-minister op de noodzaak daartoe wijzen, met als doel deze binnen de gegeven mogelijkheden aan te passen. Ook signalen over (markt)ontwikkelingen of onderwerpen waarvoor (nog) geen wet- en regelgeving is of deze volgens partijen te kort schiet worden bij een goede onderbouwing serieus genomen en opgepakt.<sup>1</sup> De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media nodigt indien gewenst andere verantwoordelijke bewindspersonen uit bij de gesprekken over duurzaamheid van het medialandschap.

### 3. Toezichthouders worden door de minister gevraagd onduidelijkheden te verhelderen

De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media zal het Commissariaat voor de Media (CvdM), de Autoriteit Consument en Markt (ACM) en de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) vragen open te staan voor gezamenlijke verzoeken van mediapartijen met betrekking tot eventuele onduidelijkheden of onwenselijkheden in regels en richtlijnen; zover hun rol als toezichthouder dit toelaat. Concrete casuïstiek is voor zo'n gesprek essentieel. Het CvdM en de ACM hebben al aangegeven hiertoe bereid te zijn. Met het CvdM is hiertoe inmiddels een traject gestart om onwenselijke belemmeringen in het 'dienstbaarheidsverbod' op te sporen. Daar waar gewenst zal het Ministerie van OCW bij voorkomende gevallen een faciliterende rol vervullen.

---

<sup>1</sup> Een voorbeeld is de beleidsinzet van het kabinet over de toekomstbestendigheid van het mededingingsbeleid in relatie tot mondiale techplatforms. De signalen van de mediapartijen zijn bij de inzet van het kabinet meegewogen. De Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat stelde op 17 mei 2019 maatregelen voor, waarbij wordt ingezet op het sneller ingrijpen bij een risico op blijvende online marktdominantie, het meewegen van nieuwe criteria als data-bezit om concurrentievraagstukken te beoordelen en beter passende criteria voor het melden van een concentratie. Het kabinet heeft voorgesteld de maatregelen op Europees niveau te nemen, gezien de mondiale schaal van de platforms (*Tweede Kamer, 2018-2019, 27879-71, nr. 71*).

## BIJLAGE: procedurele afspraken

### Mededinging en aanbesteding

1. De toepassing en uitwerking van deze afspraken en/of daaruit voortvloeiende maatregelen mogen niet strijdig zijn met Europese en/of nationale mededingings- en aanbestedingsregels. Waar nodig schakelen deelnemende partijen juridische expertise in.

### Inwerkingtreding en looptijd

1. De afspraken treden in werking met ingang van de dag na ondertekening en voor een termijn van één jaar.
2. Partijen treden uiterlijk twee maanden voor het einde van die termijn in overleg over voortzetting van deze afspraken.
3. Na afloop van een termijn worden de afspraken telkens voor dezelfde duur voortgezet, tenzij in de halfjaarlijkse bijeenkomst anders wordt besloten en dit op schrift vastgelegd wordt (zie ook *herziening en wijziging en opzegging*).

### Toetreders

1. Om partijen in zo ruim mogelijke mate te laten deelnemen aan deze afspraken, bestaat de mogelijkheid om tijdens de looptijd van deze afspraken als partij toe te treden. Daarbij worden de volgende voorwaarden gehanteerd: de toetredende partij onderschrijft de doelstellingen en uitgangspunten van de samenwerkingsagenda (zoals beschreven onder "Samenwerkingsagenda") en levert een actieve en constructieve bijdrage aan de realisatie van tenminste één van de afspraken. Een toetredende partij dient de verplichtingen die voor haar uit de afspraken voortvloeien zonder voorbehoud te aanvaarden.
2. Een toetredende partij maakt haar verzoek tot toetreding schriftelijk<sup>2</sup> bekend aan tenminste één van de reeds deelnemende partijen, die dit verzoek zo spoedig mogelijk deelt/delen met de andere partijen. Dat verzoek bevat een motivatie waaruit blijkt dat de toetredende partij zal voldoen aan de hierboven beschreven voorwaarden van onderschrijven van doelstellingen en uitgangspunten, actieve en constructieve bijdrage aan ten minste één van de afspraken en aanvaarden van verplichtingen. Zodra elke partij schriftelijk heeft ingestemd met het verzoek tot toetreding, ontvangt de toetredende partij de status van partij in de afspraken en gelden voor die partij de voor haar uit de afspraken voortvloeiende rechten en verplichtingen.
3. Wanneer een partij niet instemt met het verzoek tot toetreding dient dit door haar gemotiveerd te worden; leidend daarin zijn de regels voor mededinging en of de toetreder aan de hierboven beschreven voorwaarden voldoet. Indien een partij niet instemt met toetreding heeft de toetreder, voorafgaand aan het halfjaarlijks overleg, de mogelijkheid om middels een gesprek met minimaal één partij naar zijn keuze te reageren op de afwijzing en zo nodig opnieuw te beargumenteren dat hij aan de hierboven beschreven voorwaarden voldoet.
4. Het verzoek tot toetreding en de verklaring tot instemming worden als bijlage aan de afspraken gehecht.

### Actieve deelname

1. Deelnemende partijen onderschrijven de afspraken als geheel en werken actief mee aan de uitwerking of uitvoering van tenminste één van de samenwerkingsafspraken.
2. Hiervan afwijken is alleen mogelijk indien alle partijen daarmee instemmen.

---

<sup>2</sup> In dit document wordt met schriftelijke bedoeld: per email of per brief

### **Herziening en wijziging**

1. De partijen komen minimaal twee keer per jaar bijeen om de voortgang van de afspraken en desgewenst nieuw te maken afspraken te bespreken.
2. Eventuele wijzigingen of nieuwe afspraken worden ter plekke vastgelegd of er wordt vastgelegd hoe en op welke termijn tot de wijzigingen gekomen gaat worden.
3. Elke partij kan daarnaast de andere partij(en) schriftelijk verzoeken de afspraken te wijzigen. Voor zo'n wijziging is schriftelijke instemming van alle partijen nodig.
4. Partijen treden in overleg binnen twee maanden nadat een partij de wens daartoe aan de andere partij(en) schriftelijk heeft meegedeeld, tenzij een andere termijn is overeengekomen.
5. De wijziging en de verklaring(en) tot instemming worden als bijlage aan de afspraken gehecht.

### **Opzegging**

1. Elke partij kan zijn deelname aan de afspraken tijdens de hierboven genoemde bijeenkomst eenzijdig opzeggen.
2. Elke partij kan zijn deelname aan de afspraken daarnaast tussentijds schriftelijk eenzijdig opzeggen, met inachtneming van een opzegtermijn van twee maanden, indien een zodanige verandering van omstandigheden is opgetreden dat de betreffende partij redelijkerwijs niet langer aan deze afspraken kan worden gehouden. Onder een zodanige verandering van omstandigheden wordt in ieder geval begrepen door het kabinet vastgestelde bezuinigingen. De opzegging moet de verandering in omstandigheden vermelden.
3. Wanneer een partij de afspraken opzegt, blijven de afspraken voor de overige partijen in stand voor zover dit niet in strijd is met de inhoud en de strekking ervan. Opzegging door een partij kan wel een grond zijn voor een andere partij om eenzijdig op te zeggen met inachtneming van de opzegtermijn.
4. Ingeval van beëindiging van de afspraken krachtens opzegging is geen van de partijen jegens een andere partij schadeplichtig.

### **Ontbinding bij niet-nakoming**

1. Onverminderd wat in de afspraken is vastgelegd, kan elk van de partijen de afspraken door middel van een aangetekend schrijven buiten rechte geheel of gedeeltelijk ontbinden voor alle partijen, indien een andere partij in verzuim is, dan wel nakoming blijvend of tijdelijk onmogelijk is voor hemzelf. Er ontstaat geen recht op schadevergoeding.
2. Onder overmacht wordt in ieder geval niet verstaan: gebrek aan personeel, stakingen, ziekte van personeel en tekortschieten van ingeschakelde derde partijen.
3. Ingeval van overmacht gaan partijen niet eerder tot ontbinding over dan nadat een termijn van twee maanden is verstreken, tenzij partijen een andere termijn overeenkomen.

### **Afdwingbaarheid**

1. De afspraken zijn niet in rechte afdwingbaar.

### **Escalatieregeling**

1. Er is sprake van een geschil indien één van de partijen daarvan schriftelijk en gemotiveerd melding maakt aan de andere partij, waarna de partijen binnen 20 werkdagen na de melding eerst met elkaar in overleg treden om te bezien of in goed overleg een oplossing van het geschil kan worden gevonden.
2. Indien het onderling overleg niet binnen twee maanden leidt tot een oplossing van het geschil, beleggen partijen gezamenlijk een nieuwe bijeenkomst binnen twee maanden waarin een besluit genomen wordt over de voortzetting van de afspraken; indien gewenst is opzegging of ontbinding vervolgens mogelijk.