Mediasector en minister Slob maken afspraken

05-09-2019 09:51



De mediasector, waaronder uitgevers. omroepen en telecom-partijen, hebben samen met Minister Slob van OC & W een samenwerkingsagenda opgesteld om het het hoofd te kunnen bieden aan de ontwikkelingen en trends in het medialandschap

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.

De deelnemende partijen in de agenda zijn: College van Omroepen, De Persgroep, KPN, Mediahuis, NOS, NPO, RTL Nederland, Talpa Network, VodafoneZiggo en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

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.

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.

Afspraken

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

Bundeling van Nederlandse videocontent kan bijdragen aan een breed bereik daarvan.

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

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.

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.

4. Partijen verkennen de mogelijkheid van een basisnieuwsvoorziening

Betrouwbaar en onafhankelijk nieuws is onmisbaar in een goed functionerende democratische samenleving.

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

Partijen willen 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.

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.

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 hele tekst en uitleg van de agenda vindt u hieronder:

David Huijzer