



Het belang van pluriform media-aanbod

Een toelichting op ons advies over de overname van RTL Nederland door DPG Media

Advies door het Commissariaat, besluit door de ACM

Het Commissariaat voor de Media heeft de Autoriteit Consument & Markt geadviseerd over de gevolgen van de overname van RTL Nederland door DPG Media. Ons advies gaat over de gevolgen van de overname voor de pluriformiteit van het media-aanbod. De ACM heeft het besluit over de overname genomen.

Waarom advies door het Commissariaat?

RTL Nederland en DPG Media zijn allebei mediabedrijven met grote nieuws- en opiniemerken in Nederland. Ze hebben hierdoor belangrijke invloed op het publieke debat en de meningsvorming van burgers. Het Commissariaat heeft de wettelijke taak onderzoek te doen naar de ontwikkelingen van mediaconcentraties in de mediasector als geheel, en naar de gevolgen daarvan voor de onafhankelijkheid en pluriformiteit van de informatievoorziening. Daarom heeft het Commissariaat de ACM geadviseerd over de voorgenoemde overname.

Geen dominante opiniemacht

Het Commissariaat zet zich in voor een gezonde Nederlandse mediasector, met een divers en onafhankelijk nieuwsaanbod. Mediabedrijven mogen niet in hun eentje aanzienlijke invloed kunnen uitoefenen op de publieke opinie in Nederland.

Wat was het advies van het Commissariaat?

Het Commissariaat vindt dat de markt- en opiniemacht van DPG Media al groot is en door de overname van RTL Nederland te groot wordt. Ook constateren we dat er na de overname onvoldoende spreiding zal zijn van de opiniemacht. DPG Media wordt door de overname te groot in verhouding tot andere mediabedrijven. Het Commissariaat komt daarom tot de conclusie dat de overname van RTL Nederland door DPG Media onwenselijk is. De overname vormt een te hoog risico voor de pluriforme en onafhankelijke nieuwsvoorziening in Nederland. In het besluit van de ACM zijn een aantal maatregelen opgenomen om ervoor te zorgen dat het aanbod onafhankelijk en pluriform blijft. Deze verbintenissen die DPG en RTL moeten aangaan bij de overname verminderen de risico's die het Commissariaat ziet, maar nemen ze niet volledig weg. Het Commissariaat adviseerde de verbintenissen op bepaalde punten aan te scherpen en er twee aan toe te voegen. Op de volgende pagina lichten wij ons advies toe.

Over het Commissariaat

Het Commissariaat voor de Media is de onafhankelijke toezichthouder op audiovisuele media en adviseert daarover de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Het Commissariaat houdt toezicht op de naleving van de Mediawet. Het toezicht richt zich op (online) radio, televisie, videodiensten op aanvraag, video-uploaders, videoplatformdiensten en Nederlandse boekuitgaven.

Onze missie

Het Commissariaat bevordert betrouwbaar en pluriform media-aanbod voor iedereen.

Focus op pluriforme informatie

Eén van de thema's waar het Commissariaat zich de komende jaren op focust, is robuuste nieuwsvoorziening. We zetten ons bijvoorbeeld in voor het zichtbaar en vindbaar maken van betrouwbaar nieuws op alle distributiekkanalen, ook digitaal. Dit doen wij zodat Nederlanders kennis blijven nemen van pluriforme en onafhankelijke journalistiek.



Achtergrond bij advies

Risico voor de diversiteit van de aanbieders: hoog

Aantal aanbieders, concentratie

De concentratie binnen de nieuwssector in Nederland is op dit moment al heel groot. Nederland heeft vier grote mediabedrijven die het publiek van nieuwsaanbod voorzien: drie commerciële partijen en de publieke omroep. Na de overname van RTL Nederland blijven er nog maar twee grote commerciële partijen over.

Risico voor de diversiteit van het aanbod: midden

Aantal zelfstandige nieuwsmerken

Op dit moment biedt DPG Media diverse nieuwsmerken aan. In het verleden is DPG Media gestopt met een aantal merken vanwege bedrijfseconomische overwegingen. Andere titels hebben ingeboet aan zelfstandigheid. Bedrijfsstatuten en onafhankelijke stichtingen bieden een waarborg dat zelfstandige nieuwsmerken en titels in stand worden gehouden. Deze waarborgen nemen de risico's echter niet volledig weg. De beslissing of zelfstandige nieuwsmerken blijven bestaan, ligt echter geheel in handen van het bedrijf en zijn aandeelhouders. Publieke instanties hebben hier geen invloed meer op.

Risico voor de diversiteit van de inhoud: n.t.b.

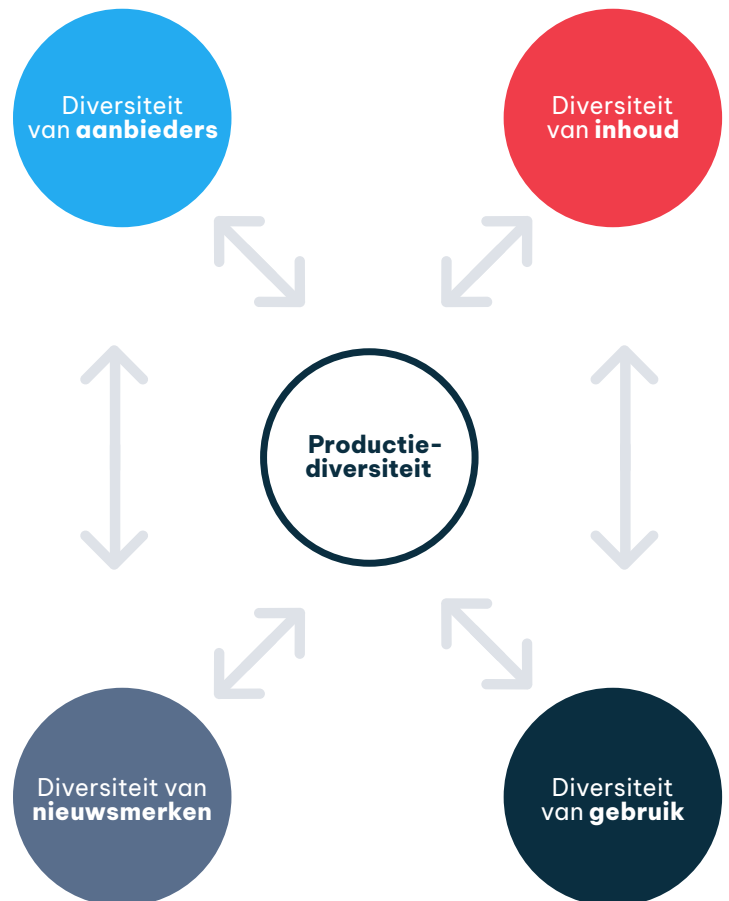
Inhoudelijke criteria zoals hoeveelheid berichten, diversiteit aan onderwerpen en diversiteit aan meningen en invalshoeken

Om te beoordelen of de diversiteit van de inhoud daalt, is data nodig over de huidige situatie en de ontwikkeling in de toekomst. Het Commissariaat heeft een pluriformiteitsmonitor ontwikkeld waarmee we hier wel inzicht in kunnen krijgen. Hier werkt DPG op vrijwillige basis aan mee. Door zich voor een lange periode aan deze monitor te committeren, kan het onderzoek in de toekomst aantonen hoe divers de inhoud is of blijft.

Risico voor de diversiteit van het gebruik: hoog

Gebruik van verschillende nieuwsmerken en opiniemacht

DPG Media bereikt met haar landelijke nieuwsmerken wekelijks 64 procent van de Nederlanders (bron: Digital News Report 2024). Na de overname van RTL Nederland zal dit 75 procent zijn. Mediahuis, de enige andere grote commerciële nieuwsaanbieder na de overname, heeft een bereik van 33 procent. Van spreiding van opiniemacht binnen de commerciële sector zal dan nauwelijks sprake meer zijn.



European Media Freedom Act

We hebben de voorgenenomen overname beoordeeld vanuit het perspectief van de European Media Freedom Act (EMFA). Deze verordening is vanaf 8 augustus 2025 van kracht in Nederland en heeft tot doel een pluriform medialandschap te behouden of creëren, journalisten te beschermen en de positie van traditionele media op online platforms te versterken. Een belangrijk onderdeel van de wet is de pluriformiteitsstoets: een beoordeling van concentraties die ertoe leiden dat één entiteit controle of aanzienlijke belangen heeft op de betrokken markt, met daarmee samenhangende invloed op de vorming van de publieke opinie binnen een specifieke mediamarkt.

De diversiteitsdimensies die we gebruiken, zijn van de hand van de Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) en Jonathan Hendrickx (mediawetenschapper). Deze dimensies komen overeen met de dimensies die de EMFA voorschrijft voor de pluriformiteitsstoets.