



nota

TER ONDERTEKENING

Aan: MOCW

Media en Creatieve Industrie

Van

Persoonsge...

Datum

19 november 2025

Referentie

55381957

Bijlagen

Kamerbrief Financiering
landelijke publieke omroep en
rol reclame

Kamerbrief financiering landelijke publieke omroep en rol
reclame

Aanleiding

U heeft begin oktober het rapport van de impactanalyse naar de gevolgen van uitbreiding van de reclamemogelijkheden van de Ster aan de Tweede Kamer aangeboden. Daarbij heeft u toegezegd dat de inhoudelijke beleidsreactie later volgt. De voorliggende brief bevat die beleidsreactie.

Geadviseerd besluit

Ondertekenen van bijgevoegde Kamerbrief.

Kernpunten

- Met deze brief besluit u om de reclamemogelijkheden op de kanalen van de landelijke publieke omroep enigszins te verruimen door het maximale percentage toegestane reclame op de lineaire kanalen van de landelijke publieke omroep te verhogen van 8% naar 10%.
- Met deze brief stelt u de hoogte van het zogenaamde minimumbudget van de landelijke publieke omroep voor de periode vanaf 2027 vast, inclusief het aandeel reclame-inkomsten in die financiering. Het aandeel reclame-inkomsten wordt verhoogd met € 11,7 miljoen.
- Met deze brief geeft u ook opvolging aan het amendement Bontenbal waarmee de rijksmediabijdrage per 2027 met € 50 miljoen is verlaagd en waarin daaraan gekoppeld de Ster en de NPO meer ruimte wordt gegeven om (online) reclame-inkomsten te generen.

Toelichting

- Bij de genoemde besluiten spelen verschillende belangen die niet allemaal gelijk zijn. Er ligt een amendement dat breed is aangenomen door de Tweede Kamer met de vraag om verruiming van de reclameregels in combinatie met een korting op de rijksmediabijdrage voor de landelijke publieke omroep. Tegelijkertijd bestaan er in de Kamer ook zorgen over de rol van reclame bij de landelijke publieke omroep en de impact daarvan op private mediapartijen en het gehele Nederlandse medialandschap.
- U heeft die verschillende belangen tegen elkaar afgewogen. Bij die afwegingen is gebruik gemaakt van de impactanalyse die is uitgevoerd door het onderzoeksbureau SEO. Dat heeft u begin oktober aan de Tweede Kamer gezonden.
- U concludeert dat er voor de stap om reclame bij online video-aanbod weer toe te staan een duidelijker mandaat van de Tweede Kamer of een nieuw

kabinet nodig is. U bent ook niet bereid reclame rond kinderprogrammering weer toe te staan

Datum
27 augustus 2025

- Daarom kiest u ervoor om de reclamemogelijkheden alleen in het lineaire domein te verruimen door het percentage maximale toegestane zendtijd voor reclame te verhogen van 8% naar 10%, zoals voor 2022 ook het geval was.
- De besluiten in de brief leiden ook tot benodigde wetswijziging. Als gevolg van de besparingen dient de minimale hoogte van de rijksmediabijdrage in de Mediawet 2008 naar beneden bijgesteld te worden. Ook zullen de reclameregels in het Mediabesluit moeten worden aangepast om de maximale toegestane zendtijd voor reclame op de lineaire televisiekanalen te verhogen van 8% naar 10%.
- In de brief wordt een besluit genomen over de financiering van de landelijke publieke omroep per 2027. Het is noodzakelijk om dat besluit nog dit jaar te nemen. Om de brief en de besluitvorming mee te kunnen nemen in het WGO van 8 december is het wenselijk dat de brief uiterlijk 24 november aan de Tweede Kamer wordt verzonden.
- In de Rijksbegroting wordt de bekostiging van de landelijke publieke omroep als gevolg van dit besluit per 2027 met 11,7 miljoen verhoogd. De geraamde reclame-inkomsten in de Rijksbegroting worden vanaf 2027 ook aangepast



nota
TER INFORMATIE
Aan: MOCW

Media en Creatieve Industrie

Van

Persoonsge...

Datum

15 september 2025

Referentie

54352219

Bijlagen

Aanvullende informatie financieringsbrief NPO

Aanleiding

In het overleg over de financieringsbrief landelijke publieke omroep en de rol van reclame hebben we met u gesproken over de inkomsten uit de Ster. Deze notitie bevat de nadere toelichting die in dat gesprek is toegezegd.

Toelichting

In de financieringsbrief stellen we voor om reclame bij online video-aanbod weer toe te staan. Dat is nodig om, in lijn met het amendement Bontenbal, het aandeel van de reclame-inkomsten in de financiering van de landelijk publieke omroep te kunnen verhogen met € 30 miljoen ter compensatie van de korting van € 50 miljoen op de rijksmediabijdrage en voor de duurzaamheid van de financiering van de landelijke publieke omroep.

Het voorstel in de brief is gebaseerd op de volgende uitgangspunten en risico's:

- Door de afname in lineair kijken is de lineaire televisie advertentiemarkt een krimpende markt. Dat blijkt ook uit het rapport van SEO. Het bereik van de lineaire televisie reclame is sinds 2016 met 40% afgenomen.
- Die daling is tot nu toe opgevangen met prijsstijgingen. Het SEO rapport laat zien dat de prijzen bij Ster sinds 2026 met 60% zijn gestegen. Verdere prijsstijgingen zijn vrijwel uitgesloten zonder weglek naar andere platforms.
- Het is daarom niet realistisch om te verwachten dat er op langere termijn structureel hogere opbrengsten uit lineaire televisie reclame gehaald kunnen worden, ook niet als de mogelijkheden daarvoor worden verruimd.
- Door Ster te vragen meer inkomsten uit de bestaande mogelijkheden te halen in een krimpende lineaire televisiemarkt vergroten we het risico dat de Ster en de NPO zich gedwongen voelen om commercieel te programmeren, dat wil zeggen dat ze bij programmatische keuzes rekening houden met de mogelijke impact op de Ster-inkomsten. De programmering moet juist tot stand komen onafhankelijk van commerciële overwegingen.
- Ook bij de bestaande, lineaire, reclamemogelijkheden concurreert de Ster met de private mediapartijen. Hogere opbrengsten uit die mogelijkheden gaan ten koste van die partijen.

In de brief wordt de politieke keuze gemaakt om de opbrengst van reclame bij online video-aanbod te maximeren op € 20 miljoen. Met reclame bij online video-

aanbod kan volgens de schattingen van SEO 9 tot 23 miljoen worden opgebracht, afhankelijk van de marktomstandigheden. Die € 20 miljoen is dus geen hard plafond of garantie. De opbrengst kan lager uitvallen als de marktgroei tegenvalt en omgekeerd kan de potentiële opbrengst dus ook hoger zijn dan de € 20 miljoen.

Datum
15 september 2025

U heeft gevraagd naar de ruimte die er nog zit in de bestaande mogelijkheden, met name in het domein van lineaire televisie, naast de voorgestelde uitbreiding naar reclame bij online video-aanbod. Het gaat hierbij om beleidswijzigingen die of een aanpassing van wet en regelgeving vragen of om aanpassing van de huidige afspraken tussen Ster en NPO.

Onderstaande bedragen zijn gebaseerd op schattingen. De hoogte van de Ster-inkomsten is afhankelijk van de marktomstandigheden en van het bereik van de NPO programmering (en daarmee van de Ster reclames). Die ontwikkelingen zijn moeilijk te voorspellen, helemaal nu er door de NPO minimaal € 130 miljoen bezuinigd moet worden vanaf 2027, met gevolgen voor (het bereik van) de programmering. De geraamde opbrengsten zijn gebaseerd op de huidige marktomstandigheden en houden geen rekening met de verwachte verdere afname van het lineair kijkgedrag.

<i>Bedragen x 1 mln</i>		
Categorie	Maatregel	Bedrag
Lineair video	Toegestane reclame van 8% naar 10%	€ 5,0
Lineair video	Reclame rond kinderprogrammering weer toestaan	€ 5,0
<i>Totaal lineair video</i>		€ 10,0
Online audio	Reclame plaatsen bij podcasts	€ 2,0
Divers	Opties om ruimte beter te benutten	€ 5,0
Totaal		€ 17,0

- Maatregel 1: hierbij wordt de hoeveelheid toegestane reclame op de lineaire televisiekanalen weer vergroot naar 10%. In de afgelopen jaren is deze ruimte afgebouwd van 10% naar 8%. Hiervoor moet het Mediabesluit worden aangepast. Dit gaat ten koste van private partijen.
- Maatregel 2: hierbij wordt het weer toegestaan om reclame rond kinderprogrammering te plaatsen. Hiervoor moet het Mediabesluit worden aangepast. Hiervoor is tot nu toe geen politiek draagvlak gebleken.
- Maatregel 3: het is wettelijk toegestaan om reclame bij podcasts van de landelijke publieke omroep uit te zenden, in de vorm van pre rolls. De NPO kiest ervoor om dat niet te doen. Die ruimte kan worden benut. Dit vraagt aanpassing van de afspraken tussen NPO en Ster
- Maatregel 4: er zijn diverse maatregelen denkbaar die het bereik van de bestaande reclamehoeveelheid vergroten. Te denken valt aan het niet kunnen

doorspoelen van reclame bij de terugkijkoctie op de setupbox of een knip tussen journaal en weerbericht om een reclameblok te kunnen plaatsen. Dit vraagt aanpassing van de afspraken tussen NPO en Ster.

Datum
15 september 2025



nota

TER ONDERTEKENING

Aan: MOCW

Media en Creatieve Industrie

Van

Persoonsge...

Datum

5 september 2025

Referentie

54276138

Bijlagen

1. Kamerbrief financiering
landelijke publieke omroep en
rol reclame

2. Impactanalyse SEO

Kamerbrief financiering landelijke publieke omroep en rol
reclame

Aanleiding

Er is toegezegd voor de zomer van 2025 te komen met een Kamerbrief over de toekomstige financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame daarbij. Mede naar aanleiding van het amendement Bontenbal c.s. dat is aangenomen bij de behandeling van de onderwijsbegroting. Met dat amendement is de rijksmediabijdrage per 2027 met € 50 miljoen verlaagd en is de landelijke publieke omroep en de Ster daaraan gekoppeld meer ruimte gegeven om (online) reclame-inkomsten te generen. Bij de besluitvorming is gebruikt gemaakt van een impactanalyse naar de gevolgen van verruiming van de reclamemogelijkheden voor de Ster. Die impactanalyse wordt met de Kamerbrief aan de Tweede Kamer aangeboden.

Geadviseerd besluit

Ondertekenen van bijgevoegde Kamerbrief.

Kernpunten

- Met deze brief besluit u om de reclamemogelijkheden op de kanalen van de landelijke publieke omroep enigszins te verruimen zodat het Ster en de NPO weer wordt toegestaan om beperkt commerciële reclameboodschappen te plaatsen bij online en on demand video-aanbod op kanalen van de landelijke publieke omroep.
- Met deze brief stelt u de hoogte van de financiering van de landelijke publieke omroep voor 2027 vast na de besparingen op de rijksmediabijdrage en inclusief het aandeel reclame-inkomsten in die financiering. Het aandeel reclame-inkomsten wordt verhoogd met € 30 miljoen, het aandeel rijksmediabijdrage wordt € 156,7 miljoen lager.
- Met deze brief geeft u zo goed mogelijk uitvoering aan het genoemde amendement Bontenbal. Structurele verhoging van het aandeel reclame-inkomsten in de financiering van de landelijke publieke omroep met € 50 miljoen is niet haalbaar gezien de beperkingen die er zijn voor duur en hoeveelheid van reclame op de publieke omroep.
- De besluiten dragen gezien de afname van het lineair kijken bij aan de duurzaamheid van de financiering van de landelijke publieke omroep.

Toelichting

- Er spelen verschillende belangen die niet allemaal gelijk zijn. U voert hiermee een amendement uit dat breed is aangenomen door de Tweede Kamer.

Tegelijkertijd bestaan er ook zorgen over de rol van reclame bij de landelijke publieke omroep en de impact daarvan op private mediapartijen en het gehele Nederlandse medialandschap.

- U heeft die verschillende belangen zo goed mogelijk tegen elkaar afgewogen. Bij die afwegingen is gebruik gemaakt van de impactanalyse die is uitgevoerd door het onderzoeksbureau SEO. Dat rapport is als bijlage toegevoegd en wordt ook als bijlage bij de Kamerbrief verzonden aan de Tweede Kamer.
- De brief en de besluiten zijn gezien de afwegingen en de uitkomsten van de impactanalyse gebaseerd op de volgende uitgangspunten en conclusies:
 - Een sterk en pluriform Nederlands medialandschap bestaat uit publieke én private mediapartijen die kwalitatief hoogwaardig (journalistiek) media-aanbod maken.
 - Voor een adequate financiering van een sterke landelijke publieke omroep zijn reclame-inkomsten onmisbaar.
 - Voor een duurzame financiering met reclame-inkomsten is het, gezien de terugloop van lineair kijken, nodig om reclameboodschappen bij video-aanbod op de online en on demand kanalen van de landelijke publieke omroep weer mogelijk te maken.
 - De publieke omroep moet altijd reclameluw zijn en blijven ten opzichte van de private mediapartijen. Reclame op de publieke omroep moet beperkt blijven in duur en hoeveelheid, zodat de impact ervan op de kijker en op de private mediapartijen beperkt blijft.
 - Op basis van deze uitgangspunten is het niet realistisch en niet wenselijk om gekoppeld aan de verruiming van de mogelijkheden op de online en on demand kanalen de Ster te vragen de reclame-inkomsten structureel met € 50 miljoen te verhogen, zoals het eerder genoemde amendement vraagt.
- U kondigt in de brief twee aanvullende acties aan om de impact van reclame op de landelijke publieke omroep te beperken
 - U gaat met de NPO en de Ster afspraken maken over het maximeren van de afdracht aan Ster-inkomsten. Dat zorgt voor duidelijkheid over de positie van de Ster op de advertentiemarkt en borgt dat de Ster niet (veel) meer inkomsten genereert dan op basis van de financiering van de landelijke publieke omroep nodig is. Uw intentie daarbij is afspraken te maken over het maximeren van het aandeel reclame-inkomsten dat afkomstig is uit reclame bij video-aanbod op de online en on demand kanalen. U zet hierbij in op een maximum van € 20 miljoen voor de looptijd van de huidige, verlengde erkenningperiode.
 - U gaat in overleg met partijen om te bezien of nadere regelgeving over beperken van duur en hoeveelheid van reclame op de landelijke publieke omroep moet worden herzien of verder moet worden aangescherpt.
- De besluiten in de brief leiden ook tot benodigde wetswijziging. Als gevolg van de besparingen dient de minimale hoogte van de rijksmediabijdrage in de Mediawet 2008 naar beneden bijgesteld te worden. Ook zullen de reclameregels in de Mediawet 2008 moeten worden aangepast zodat reclame bij video-aanbod op de online en on demand kanalen van de NPO weer beperkt wordt toegestaan.
- Na het versturen van de Kamerbrief wordt het benodigde wetsvoorstel aangeboden voor internetconsultatie.

- De besparingen op de rijksmediabijdrage zijn al in de Rijksbegroting verwerkt. Als gevolg van de besluiten in deze brief wordt in de Rijksbegroting de bekostiging van de landelijke publieke omroep vanaf 2027 met € 30 miljoen verhoogd. De geraamde reclame-inkomsten in de Rijksbegroting worden vanaf 2027 ook verhoogd.
- U stelt hiermee het budget voor de landelijke publieke omroep voor 2027 vast. Op basis van de Mediawet geldt dat budget voor de gehele resterende erkenningperiode, in dit geval tot en met 2028.

Datum

5 september 2025