

Media hebben macht. Maar wie heeft de macht bij de media?

Posted on 19 juni 2024 by Menno Tamminga

Nederland heeft, bij wijze van spreken, bijna 18 miljoen nieuwsconsumenten, maar over de eigenaren van de kranten, tv-zenders, radiostations, streamingdiensten en websites lezen en horen zij weinig. Dat is op zich verrassend, want er zijn er per saldo maar vier, van wie drie van buitenlandse origine.

De vier concurreren met elkaar en met NPO/NOS om de Nederlandse lees- en kijkcijfers. De vier zijn echter ook regelmatig verwikkeld in een overnamestrijd die de concurrentie juist moet reduceren. Het lijken wel scenes uit het stripverhaal *De Bovenbazen* van Marten Toonder over heer Bommel. In dat verhaal – uit 1963 – strijden tycoons met namen als Amos W. Steinhacker, beter bekend als AWS, om de economische hegemonie. Zij vullen vreugdeloos hun dag met het kopen, verkopen en doorverkopen van aandelenpakketten.

Zo gaat het op het ogenblik ook in Nederland. Wie zijn zij, de mediamagnaten?

Lucratieve overheidssteun

RTL, eigendom van het Duitse familiebedrijf Bertelsmann, kent u van tv en streaming (Videoland). DPG is een afkorting van De Persgroep, afkomstig uit België, ook een familiebedrijf, onder leiding van Christiaan van Thillo. DPG is kranten (*AD*, *Volkskrant*), tijdschriften (*Libelle*, *Donald Duck*), online nieuws (nu.nl) en radio (Qmusic). Mediahuis, ook afkomstig uit België en ook een familiebedrijf, zit vooral in kranten (*Telegraaf, NRC*). De vierde is Talpa, eigendom van John de Mol. Talpa bezit tv-zenders (SBS, Net5, Veronica) en is een radiokampioen (Sky, Radio 538, Radio 10).

DPG en Mediahuis hebben de afgelopen vijftien jaar de grote Nederlandse kranten overgenomen. De krantenbedrijven kwamen om verschillende redenen (schulden, abonneeverlies, vermoeid management) te koop. Daar komt bij dat de Belgische uitgevers lucratieve steun krijgen van de overheid om op hun thuismarkt de krantenbezorging te faciliteren.

Dat ging niet steeds geruisloos. Talpa probeerde in 2017 vergeefs de overname van *De Telegraaf* door Mediahuis te blokkeren. Vervolgens, dat was in de zomer van 2021 , wilde RTL Nederland Talpa overnemen. Begin 2023 verbood concurrentiewaakhond ACM de overname omdat de combinatie te machtig zou worden op de advertentiemarkt.

En nu verzet dezelfde ACM zich tegen een nieuwe samenklontering, die van DPG en RTL Nederland. DPG wil RTL Nederland kopen voor 1,1 miljard euro. Vorige week publiceerde de ACM zijn argumenten daarvoor en de afweging die is gemaakt.

Dat liegt er niet om. De ACM komt met interessante cijfers over lezers- en kijkersaantallen. Dan zie je dat de combinatie DPG-RTL maar liefst 98 procent van de Nederlanders ouder dan 13 jaar bereikt. Nummer twee, op afstand, is Mediahuis met 82 procent.

‘Na de overname zal een groot deel van het dagelijkse mediagebruik zich afspelen op websites, apps en kanalen van DPG Media’, concludeert het Commissariaat voor de Media, dat de pluriformiteit van de media in de gaten moet houden. Zes van de twaalf meest gebruikte landelijke nieuwsmerken zouden in handen van DPG komen.

Pluriformiteit in gevaar

De ACM ziet verschillende problemen met de overname. De pluriformiteit van de media krijgt een knauw. Niet omdat er titels verdwijnen, al kan dat ook, maar omdat de titels qua inhoud steeds meer samenwerken en artikelen doorplaatsen naar elkaar. De opeenstapeling van zoveel merken, zoveel verschillende media (tv, online, papier) én zoveel kijkers en lezers zou DPG een ijzersterke positie geven op de markt voor online nieuws én op de advertentiemarkt.

Nog een cijfer: van de vijftien meest gebruikte online nieuwsmerken zijn er twaalf van de fusiecombinatie, met als toppers: AD, Buienradar en nu.nl.

Data van kijkers en lezers

Het concern bezit daardoor ook de meeste gegevens over zijn consumenten en kan die persoonlijke data gebruiken voor de verkoop van zijn advertenties. Daar zijn concurrenten als Mediahuis en Talpa doodsbenauwd voor. Mediahuis zegt bijvoorbeeld tegen de ACM: als adverteerders 5 tot 10 procent van hun budget zouden overhevelen naar de fusiecombinatie, moet Mediahuis kosten (lees: journalisten en ontwikkelaars) reduceren om rendabel te blijven. De technologische achterstand op de combinatie wordt alleen maar groter.

Is het gezien deze, en andere ACM-bezwaren gedaan met de overname?

Nee. DPG en RTL moeten, als zij toch samen willen gaan, een vergunning aanvragen bij de ACM. Dan volgt opnieuw en diepgaander onderzoek. Dat kost tijd. De uitkomst is onzeker. De onzekerheid is bovendien in drievoud toegenomen door de formatie van het kabinet-Schoof en het hoofdlijnenakkoord van PVV, VVD, NSC en BBB.

Onzekerheid één: in het akkoord zeggen de partijen dat de ACM meer macht krijgt om te voorkomen ‘dat het (online) aanbod van nieuws nog verder verschraalt en/of in buitenlandse handen valt’. Hoe dat uitpakt voor DPG is niet duidelijk.

Onzekerheid twee: het akkoord wil bezuinigen op de publieke omroep. Dat kan de positie schaden van de NOS, die in online nieuws de enige partij is die de DPG-RTL weerwerk kan geven. Dus is het de moeite waard voor DPG om de overname tóch door te zetten.

Onzekerheid drie: de verhoging van de btw op kranten naar 21 procent. Hoe dat voor de oplages en de winst van DPG en Mediahuis uitpakt, is onduidelijk.

Een rol voor de politiek

De twee Belgische uitgeefconcerns konden in Nederland mede zo groot worden omdat politici, afgezien van de publieke omroep, traditioneel geen grote rol zagen voor Den Haag op de mediamarkt. Zij lieten fusies en overnames over aan de ACM. Dat lijkt passé. Hoe machtig DPG-chef Van Thillo mag worden, is veranderd in een politiek thema.

Menno Tamminga *is economisch columnist van Wynia's Week. Eerder was hij redacteur en columnist van Het Financieele Dagblad en van NRC Handelsblad.*

Wynia's Week *wordt mogelijk gemaakt door de vrijwillig betaalde abonnementen van de lezers. Doet u al mee? Doneren aan Wynia's Week kan* ***HIER****. Hartelijk dank!*