

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1481

Vragen van de leden **Sneller** en **Verhoeven** (beiden D66) aan de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media en de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *het bericht dat DPG Media uitgeverij Sanoma overneemt* (ingezonden 13 december 2019).

Antwoord van Minister **Slob** (Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media), mede namens de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat (ontvangen 23 januari 2020). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2019–2020, nr. 1383.

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «DPG Media neemt uitgever Sanoma over: «Twee superreuzen worden één superreus»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2 en 3

Kunt u zich eerdere schriftelijke vragen van de leden Sneller en Verhoeven herinneren, over de groeiende macht van DPG Media? Hoe duidt u in dit verband het gegeven dat met de overname van Sanoma door DPG Media, dit het grootste uitgeverijbedrijf in de Nederlandse geschiedenis wordt? Wat is uw mening over de visie van DPG Media, dat de overname van onder andere nu.nl deze organisatie «de slagkracht om te groeien ten opzichte van mondiale digitale spelers zoals Google en Facebook» geeft?

Antwoord 2 en 3

Zoals ik aangaf bij de beantwoording van de Kamervragen waar u naar verwijst, kent Nederland een hybride mediasector waarbij op de dagbladenmarkt al geruime tijd sprake is van een hoge concentratie van eigenaarschap. Onder druk van de digitalisering zoeken mediaorganisaties naar schaalvoor- delen in hun productieproces, naar nieuwe bedrijfsmodellen en naar een positie op de markt voor online advertenties. De overname van Sanoma past binnen deze ontwikkeling.

¹ <https://www.volkskrant.nl/economie/dpg-media-neemt-uitgever-sanoma-over-twee-reuzen-worden-een-superreus-b62297b9/>

Vraag 4

Welke effect heeft dergelijke marktconcentratie wat u betreft op de pluriformiteit en competitie binnen het Nederlandse medialandschap? Ziet u het medialandschap als één markt? Zo niet, in welke markten segmenteert u het medialandschap?

Antwoord 4

Concentratie van eigenaarschap binnen de mediasector kan niet zonder meer gelijk gesteld worden aan inperking van pluriformiteit. Nederland kent op het gebied van media een traditie van zelfregulering waarbij de onafhankelijke positie van redacties middels redactiestatuten wordt vastgelegd. Op basis van de Mediawet is het Commissariaat voor de Media belast met het doen van onderzoek naar de pluriformiteit en onafhankelijkheid van de informatievoorziening in Nederland. Het Commissariaat doet hier jaarlijks verslag van in de vorm van de Mediamonitor.

Voor wat betreft het mededingingstoezicht, zal de ACM bij het beoordelen van een concentratie onderzoeken wat de mogelijke effecten zullen zijn van de voorgenomen concentratie op de mededinging. Hiertoe kijkt de ACM allereerst naar de marktafbakening (productmarkt en geografische markt). Vervolgens onderzoekt zij de mogelijke effecten van de voorgenomen concentratie op deze markten. De toezichthouder kijkt daarbij onder andere naar de marktposities van de betrokken partijen, concurrentiedruk van andere partijen, mogelijke toetreding tot de markt en eventuele afnemersmacht. De ACM ziet dat de mediasector digitaliseert en actief op zoek is naar succesvolle (digitale) businessmodellen. De concurrentiedruk die mogelijk uitgaat van digitale aanbieders van media wordt door de ACM meegenomen in de beoordeling van de gevolgen van de voorgenomen overname. De ACM bekijkt bijvoorbeeld in hoeverre nu.nl – onderdeel van Sanoma – concurreert met de dagbladen van DPG.

Vraag 5

Klopt het dat voor deze fusie toestemming gevraagd dient te worden bij de Autoriteit Consument en Markt (ACM)? Zo ja, op welke termijn zal de ACM hier uitspraken over doen? Zo nee, bent u bereid desondanks toetsing van deze fusie door de ACM te laten plaatsvinden?

Antwoord 5

Een voorgenomen concentratie moet bij de ACM of de Europese Commissie gemeld worden indien bepaalde omzetrempels worden behaald. De voorgenomen overname van Sanoma door DPG Media is op 20 december 2019 gemeld bij de ACM. De toezichthouder is gebonden aan een wettelijke beoordelingstermijn van 4 weken. Deze termijn kan onder bepaalde omstandigheden worden verlengd, bijvoorbeeld wanneer de ACM besluit dat er na haar eerste beoordeling nader onderzoek nodig is.

Vraag 6

Welke mogelijkheden ziet u om op dit punt marktmacht te (blijven) controleren? Welke mogelijkheden zijn er om achteraf in te grijpen wanneer blijkt dat een dergelijke fusie onwenselijke effecten heeft voor de diversiteit en competitie binnen het Nederlandse medialandschap? Bent u bereid dit te monitoren of te laten monitoren?

Antwoord 6

Zoals hierboven genoemd, moet een voorgenomen concentratie bij de ACM gemeld worden indien bepaalde omzetrempels worden behaald. Dit biedt de mogelijkheid om vooraf onderzoek te doen naar de gevolgen van een voorgenomen concentratie en de marktmacht die hieruit voortvloeit. Op basis van het onderzoek zou de toezichthouder kunnen besluiten een fusie of overname goed te keuren onder voorwaarden, die mogelijke (toekomstige) problemen kunnen wegnemen. Als de markt zich anders ontwikkelt dan nu wordt voorzien en er bestaat een vermoeden van misbruik van een machtspositie, is de ACM bevoegd om onderzoek te doen naar misbruik van een machtspositie.

Zoals aangegeven bij de beantwoording van vraag 4, verricht het Commissariaat voor de Media jaarlijks onderzoek naar ontwikkelingen in de Neder-

landse mediasector. Hierbij wordt ook gekeken naar de pluriformiteit en onafhankelijkheid van de Nederlandse media.