

Vergaderjaar 2006–2007

30 921

Vaststelling van tijdelijke regels voor mediaconcentraties en enige daarmee verband houdende wijzigingen in de Mediawet en de Mededingingswet (Tijdelijke wet mediaconcentraties)

Nr. 3

MEMORIE VAN TOELICHTING

I. ALGEMEEN DEEL

1. Inleiding

In zijn reactie op het advies van de Wetenschappelijke raad voor het Regeringsbeleid (WRR) «Focus op Functies»¹ heeft het kabinet Balkenende II aangekondigd op korte termijn te willen komen tot een nieuwe, tijdelijke regeling voor mediaconcentraties. Doel daarvan is een aanzienlijke verruiming van de mogelijkheden voor *crossownership* op terrein van dagbladen, radio en televisie. Onderhavig wetsvoorstel strekt daartoe.

Al jaren bestaat binnen de politiek – achtereenvolgende kabinetten en het parlement – zorg over de almaar toenemende concentraties van media-bedrijven. Het gaat daarbij zowel over concentraties binnen een medium, bijvoorbeeld de dagbladsector, maar zeker ook over concentraties tussen diverse mediumtypen, de zogenoemde *crossownership*. Die politieke zorg geldt vooral de gevolgen van dergelijke concentraties voor de pluriformiteit en de onafhankelijkheid van de nieuws- en informatievoorziening in ons land. Tegelijk blijkt dat de huidige in de Mediawet opgenomen regeling inzake *crossownership* de multimediale ontwikkeling van dagblad-uitgevers te zeer beperkt. De regering geeft met onderhavige wet uitwerking aan zijn nieuwe visie ten aanzien van de drie belangrijkste markten voor nieuws en informatie: dagbladen, radio en televisie.

Concreet is die uitwerking als volgt. De huidige regeling voor *crossownership* in de Mediawet wordt geschrapt. Daarvoor in de plaats komt een nieuwe concentratieregeling. Deze regeling onderscheidt drie markten: de dagbladmarkt, de televisie markt en de radiomarkt. De regeling beperkt de groei van het marktaandeel op de dagbladmarkt door fusie (niet door autonome groei) tot 35%. Voor concentraties die betrekking hebben op twee of drie van de genoemde markten geldt voor het opgetelde marktaandeel op de twee of drie betrokken markten een maximum van 90%. Zo komt er enerzijds aanzienlijk meer ruimte voor *crossownership* en wordt tegelijk een zekere bescherming geboden tegen een te grote concentratie van opiniemacht op de meest relevante markten voor de functies nieuws en opinie.

¹ Focus op functies: uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 14 december 2004.

2. De huidige regeling en eerdere discussie daarover

De huidige regeling voor *crossownership* staat in de artikelen 71b tot en met 71d van de Mediawet. Volgens deze regeling is het niet toegestaan dat een dagbladuitgever met een marktaandeel op de dagbladmarkt van 25% of meer doorslaggevend zeggenschap heeft in een commerciële omroepinstelling. Op grond van de huidige regeling mag een dagbladuitgever met een marktaandeel op de dagbladmarkt van 25% of meer maximaal een derde van de stemrechten hebben in een commerciële omroeporganisatie of maximaal een derde van de bestuurders benoemen. De huidige regeling legt dus een beperking op in de mate van zeggenschap van een dagbladuitgever in een commercieel radio of televisiestation. Dit belemmert de multimediale ontwikkeling van deze bedrijven. De wens om tot een versoepeling te komen van de bestaande *crossownership* regeling in de Mediawet is eerder door het kabinet Balkenende II uitgesproken in de brief van 13 december 2004.¹ Volgens het oorspronkelijke voorstel zou die versoepeling bestaan uit het verhogen van de mate van zeggenschap die een dagbladuitgever in een commercieel televisiestation zou mogen verwerven. Voor deelnemingen in commerciële radiostations zouden geen beperkingen meer gelden. In dezelfde brief heeft het kabinet Balkenende II aangegeven tegelijkertijd te willen komen met een pluriformiteitstoets voor de dagbladmarkt. Op verzoek van de Tweede Kamer² en gelet op het advies van de WRR is de regering nagegaan of de voorgestelde versoepeling toch geen onnodige belemmeringen opwerpt voor dagbladuitgevers die in radio en televisie willen investeren en voor commerciële omroepen die een vergaand samengaan met dagbladuitgevers nastreven. Tevens heeft de regering beoordeeld of een andere wijze van regulering beter voldoet aan de uitgangspunten die het kabinet hanteert.

3. Uitgangspunten voor de nieuwe regeling

De nu voorgestelde regeling is gebaseerd op de volgende uitgangspunten en doelstellingen:

- voorkomen moet worden dat opiniemacht in een te beperkt aantal handen terecht komt;
- mediabedrijven krijgen ruime kansen om zich multimediaal en internationaal te kunnen ontplooiën;
- de regeling heeft alleen betrekking op markten waar sprake is van een substantieel bereik/gebruik in de functies nieuws en opinie;
- op elk van de belangrijkste markten voor nieuws en opinie (dagbladen, radio en televisie) moeten ten minste drie afzonderlijke spelers blijven bestaan;
- voorkomen moet worden dat door aanwezigheid van een marktpartij op twee of drie van de genoemde markten een overheersende gecombineerde opiniemacht kan ontstaan;
- er moet een gelijk speelveld worden gecreëerd voor Nederlandse en buitenlandse mediabedrijven die actief zijn/worden op de Nederlandse markt;
- een pluriformiteitstoets op mediaterrain moet zo goed mogelijk aansluiten bij het generieke concentratietoezicht van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa);
- op de radio- en televisiemarkt wordt rekening gehouden met de aanwezigheid van de publieke omroep en zijn bijdrage aan de nieuws- en informatievoorziening.

¹ Kamerstukken II, 2004–2005, 29 692, nr. 2.

² Handelingen II, 2004/05, pag. 4043–4048.

4. Geen regeling voor internet

Uit de mediamonitor van het Commissariaat voor de Media blijkt dat voor de functies nieuws en specifieke informatie dagbladen, radio en televisie het meest worden gebruikt door het publiek. Andere nieuws- en opinievoorzieningen laten een substantieel lager gebruik zien. Het gebruik van internet als nieuws- en opinievoorziening vertoont, zeker bij jongeren, een stijgende lijn maar zit nog niet op het niveau van dagbladen, radio en televisie. Hoewel betoogd kan worden dat vanwege het toenemende gebruik ook een regeling voor internet getroffen zou moeten worden, ziet de regering daar om verschillende redenen van af:

- waar de andere markten redelijk eenduidig kunnen worden afgebakend en voorondersteld kan worden dat zij (in potentie) in meer of mindere mate bijdragen aan de functies nieuws en opinie, is dat veel minder eenduidig voor internet. Er zou per site (wereldwijd) bepaald moeten worden of deze meetelt voor het vaststellen van marktaandeel voor Nederlands gebruik in de functies nieuws en opinie. Dat is ondoenlijk, vergt een inhoudelijk oordeel van de overheid en een dergelijke regeling zou ook niet handhaafbaar zijn.
- internet voorkomt vanzelf dat een te beperkt aantal partijen het nieuws en de discussie gaan bepalen. Een mogelijk probleem dat de regering op deze plaats alleen wil signaleren is dat, door het gebruik van bijvoorbeeld zoekmachines of *portals*, een beperkt aantal partijen bepaalt op welke wijze toegang wordt verkregen (of juist niet) tot de gezochte informatie. Dat hoort echter thuis in een andere discussie.

5. Geen toets op functies nieuws en opinie

Op grond van de maatschappelijke impact van de diverse media richt de hier voorgestelde regeling zich tot drie markten: dagbladen, radio en televisie. Het is evident dat dagbladen in alle gevallen belangrijk zijn voor de functies nieuws en opinie. De mate waarin radio en televisie in de praktijk voorzien in deze functies is wisselend en afhankelijk van het gehanteerde *format*. De regering heeft onderzocht of het mogelijk is de voorgenomen regeling te beperken tot radioen televisiezenders die zich voor een substantieel deel richten op deze functies. Probleem bij deze benadering is dat de overheid op inhoudelijke gronden moet gaan bepalen wanneer een station wel of niet meetelt in de functies nieuws en opinie. Indien een zender niet onder de regeling valt en een voorgenomen concentratie op basis van het algemene concentratietoezicht wordt toegestaan, kan de situatie ontstaan dat vervolgens de nieuwe eigenaar het *format* omgooit en wel meer aandacht aan deze functies gaat besteden. De eerder toegestane concentratie zou dan achteraf weer moeten worden teruggedraaid. Een dergelijke regeling zou tot te vergaande overheidsbemoeienis en te veel rechtsonzekerheid leiden. De regering heeft dan ook niet gekozen voor deze benadering.

Resteert de keuze om voor de radio- en televisiemarkt niets te regelen, terwijl duidelijk is dat luisteraars en kijkers beide media op substantiële wijze gebruiken om aan nieuws en duiding te komen, of tot een algemene regeling te komen die voldoende vrijheid biedt voor de aanbieders, maar toch voorkomt dat er een te grote concentratie optreedt. De regering kiest voor het laatste.

6. Geen toezicht op autonome groei

De algemene regeling voor mediaconcentraties gaat uit van specifiek toezicht op het tot stand brengen van mediaconcentraties. Het specifieke toezicht beperkt zich tot het beoordelen van voorgenomen concentraties tussen mediabedrijven die op die markten actief zijn en ziet, in tegenstelling tot de huidige *crossownership*regeling, niet toe op autonome groei.

De regering wil voorkomen dat door het overnemen van concurrenten een te grote machtspositie wordt verkregen, maar wil geen consequenties verbinden aan het succesvol ondernemen op genoemde markten. De *crossownership*bepalingen in de Mediawet, die alleen gelden voor commerciële omroepinstellingen die vallen onder Nederlandse jurisdictie, worden geschrapt en vervangen door een aanzienlijk ruimhartiger regeling. Deze gaat gelden voor alle mediabedrijven die in Nederland op één of meer van de drie genoemde markten actief zijn of worden. Er worden niet langer beperkingen aangebracht in de zeggenschap die men als dagbladuitgever in een commerciële omroepinstelling (en andersom) mag hebben. Daarvoor in de plaats wordt een beperking aangebracht in het totale gebruikersmarktaandeel dat men op de dagbladmarkt of gecombineerd op twee of drie markten mag hebben. Daarmee wordt een gelijk speelveld gecreëerd voor alle partijen die in Nederland op deze markten actief zijn.

7. Overleg met betrokkenen

Op basis van de uitgangspunten en nadere overwegingen is aan de hand van een aantal modellen overleg gevoerd met de representatieve organisaties in de betrokken sectoren. In die modellen zijn verschillende varianten van toetsing op basis van marktaandelen voorgelegd. Het uiteindelijk voor alle partijen en de regering aanvaardbare model houdt in dat alleen een maximaal gebruikersmarktaandeel van 35% voor de dagbladmarkt wordt vastgesteld. Voor de radio- en televisiemarkten worden geen specifieke maxima vastgesteld. Wel wordt er voor de combinatie op twee of drie markten een maximum van 90% gehanteerd. Dit model is volgens de partijen vertegenwoordigd in de Nederlandse Dagblad Pers (NDP), Vereniging voor Satelliet Televisie en Radio Aanbieders (VESTRA, aangevuld met Talpa) en de Vereniging van Commerciële Radio (VCR) het meest flexibel en biedt voldoende ruimte voor multimediale ontplooiing.

8. Inhoud van de nieuwe regeling

De *crossownership*bepalingen in de Mediawet worden geschrapt. Omdat er op de dagbladmarkt geen publieke voorziening is, wordt voor die markt het maximum marktaandeel dat mag worden behaald door middel van een concentratie vastgesteld op 35%. Concentraties die leiden tot een hoger marktaandeel worden niet toegestaan. Daarmee is er in ieder geval plaats voor ten minste drie spelers. Voor de radio- en televisiemarkt wordt geen aparte regeling getroffen. Er is immers een publieke voorziening: de publieke omroep. De regering gaat er van uit dat het onwaarschijnlijk is dat voorgenomen concentraties op deze markten die er toe zullen leiden dat er slechts één commerciële aanbieder overblijft, door de NMa op basis van het generieke concentratietoezicht zullen worden toegestaan. Ook daar is er dus plaats voor ten minste drie spelers.

Om te voorkomen dat de opiniemacht door aanwezigheid van een bepaalde marktpartij op twee of drie van de genoemde markten teveel geconcentreerd raakt, waardoor hefboomeffecten kunnen gaan ontstaan, wordt het maximum marktaandeel dat men mag behalen als men op meerdere van de genoemde markten actief is vastgesteld op 90% van de combinatie van de twee of drie markten. Dit biedt bedrijven voldoende ruimte om zich multimediaal te ontwikkelen en een behoorlijke omvang te realiseren. Het wordt verder aan het generieke concentratietoezicht door de NMa overgelaten om te beoordelen of een concentratie van partijen die alleen op de radio- of televisiemarkt actief zijn, is toegestaan.

Om te bepalen of de grens van 90% marktaandeel op de gecombineerde markten niet wordt overschreden, zullen aparte definities worden gegeven voor de dagblad-, radio- en televisiemarkt. Voor het voorkomen van een te

grote opiniemacht gaat het immers om de lezers-, luisteraars- en kijkersmarkt. Deze definities zullen zoveel mogelijk aansluiten bij de nu al door marktpartijen gehanteerde definities voor marktaandeel op grond waarvan het Commissariaat voor de Media jaarlijks in de monitor een overzicht publiceert van de ontwikkelingen op de verschillende markten. Bij de berekening van het marktaandeel op de combinatie van markten telt het marktaandeel van de publieke omroep mee als onderdeel van de totale markt.

Met onderhavige wet worden de wettelijke belemmeringen waar dagbladuitgevers (en commerciële omroeporganisaties) nu tegen aan lopen, weggenomen. Nu is het nog zo dat ongeacht het marktaandeel dat men verkrijgt door een deelneming in een radio- of televisieonderneming de positie op de dagbladmarkt bepalend is. Een grote dagbladuitgever kan daardoor op dit moment geen eigen radio- of televisiezender beginnen, terwijl dat juist tot een vergroting van de pluriformiteit zou kunnen leiden. De regering kiest ervoor een regeling te treffen die gebaseerd is op gebruikersmarktaandeel. Bij andersoortige regelingen, bijvoorbeeld gebaseerd op het in stand houden van onafhankelijke redacties of afzonderlijke titels, kan discussie ontstaan over de verenigbaarheid met artikel 7 van de Grondwet.

9. Toezicht op de naleving en handhaving

De NMa blijft voorgenomen concentraties op basis van het generieke concentratietoezicht toetsen. Daar worden slechts twee aanvullingen op aangebracht: daar waar het een concentratie op de dagbladmarkt betreft en daar waar een concentratie marktpartijen betreft die tegelijkertijd actief zijn op een combinatie van twee of drie van de volgende markten: dagblad, radio en televisie.

Het specifieke toezicht op mediaconcentraties wordt in de procedures van het generieke concentratietoezicht van de NMa ingebouwd. Een mediaconcentratie wordt, net als andere concentraties, bij de NMa gemeld als de concentratie de in de Mededingingswet opgenomen omzetrempels overstijgt. Bij de behandeling van een aangemelde mediaconcentratie zal de NMa een advies vragen aan het Commissariaat voor de Media over de vraag of de grenzen van 35% marktaandeel op de dagbladmarkt of de 90% marktaandeel op een combinatie van markten wordt overschreden. Vervolgens zal de NMa besluiten of de concentratie al dan niet is toegestaan op grond van onderhavige wet. Als de concentratie is toegestaan op grond van onderhavige wet zal de NMa nog wel moeten beslissen of de mediaconcentratie uit een oogpunt van generiek concentratietoezicht toelaatbaar is.

Een mediaconcentratie die onder de omzetrempels van de Mededingingswet blijft, valt niet onder het generieke toezicht van de NMa en hoeft niet gemeld te worden. Op dergelijke concentraties is wel onderhavige wet van toepassing. Dat betekent dat als er een mediaconcentratie tot stand wordt gebracht die de grens van de 35% op de dagbladmarkt of de grens van 90% op twee of drie gecombineerde markten overstijgt, de NMa achteraf toezicht houdt met toepassing van onderhavige wet. Een concentratie die in strijd met artikel 2 tot stand komt, is nietig. Die nietigheid kan voor de burgerlijke rechter worden ingeroepen. Ook een actie uit onrechtmatige daad is mogelijk. De NMa kan zonodig dwangsommen opleggen om te bewerkstelligen dat een verboden mediaconcentratie wordt teruggedraaid. Onderhavige wet bevat dus een algemeen verbod om mediaconcentraties tot stand te brengen die over de gestelde grenzen heen gaan. Ook ten aanzien van het toezicht achteraf zal de NMa zijn besluiten mede baseren op adviezen van het Commissariaat. Om een zorgvuldige advisering aan de NMa te garanderen, zal de bestaande monitoring van de mediaconcentraties door het Commissariaat voor de Media, waarvan

de WRR het belang nog eens heeft benadrukt, wettelijk worden verankerd. Verder zullen de NMa en het Commissariaat in het belang van de goede onderlinge samenwerking een samenwerkingsprotocol opstellen. De specifieke mediaconcentratietoets die de NMa op grond van het wetsvoorstel zal uitvoeren, heeft betrekking op concentraties met een effect op de Nederlandse markt. Concentraties met een communautaire dimensie – dat zijn grote, grensoverschrijdende concentraties – dienen op grond van Verordening (EG) nr. 139/2004 van de Raad van 20 januari 2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen (de «EG-concentratieverordening») in beginsel bij de Europese Commissie te worden gemeld. De Europese Commissie toetst of door een concentratie de daadwerkelijke mededinging op significante wijze wordt belemmerd en niet wat de gevolgen zijn voor de pluriformiteit. Een toets gericht op pluriformiteit is op grond van de EG-verordening voorbehouden aan de lidstaten. Zij kunnen passende maatregelen nemen ter bescherming van de «pluraliteit van de media». Dit kan ertoe leiden dat de concentratie alsnog verboden wordt. Nadat de Europese Commissie een mediaconcentratie heeft goedgekeurd kan de NMa volgend op de mediaconcentratietoets, die zij ook dan na advisering door het Commissariaat voor de Media uitvoert, geen extra voorwaarden of vereisten opleggen: de mediaconcentratietoets leidt slechts tot een goedkeuring of een afwijzing van de concentratie. Indien de Commissie een concentratie verbiedt, volgt er geen mediaconcentratietoets. In geval een mediaconcentratie met een effect op de Nederlandse markt bij de Europese Commissie wordt aangemeld zullen Europese Commissie en NMa in overleg treden om de afstemming tussen mediaconcentratietoets en mededingingstoets te waarborgen. Op grond van de Europese Concentratieverordening is het ook mogelijk dat een concentratie met een communautaire dimensie door de Europese Commissie naar de NMa wordt verwezen voor een toetsing op grond van de Mededingingswet. In dat geval zal een mediaconcentratie worden behandeld als een nationale mediaconcentratie: de NMa voert na advisering door het Commissariaat voor de Media een mediaconcentratietoets uit. Indien de NMa op grond van de mediaconcentratietoets concludeert dat er geen strijd is met artikel 2, toetst zij vervolgens op grond van de Mededingingswet.

10. Relevante ontwikkelingen en tijdelijk karakter van deze wet

Bij het onderzoek naar de grondrechten in de digitale samenleving, dat enige tijd geleden door de minister voor Bestuurlijke Vernieuwing en Koninkrijksrelaties opnieuw is opgepakt, zal de regering aandacht blijven geven aan de eventuele consequenties daarvan voor een mediaconcentratieregeling.¹ Verder zal daarbij ook de discussie over bijvoorbeeld de herziening van de Europese richtlijn *Televisie zonder Grenzen* worden betrokken. Bij die herziening wordt mogelijk de definitie van de televisiemarkt uitgebreid naar diensten die veel gelijkenis vertonen met televisie, maar op dit moment nog niet als zodanig worden beschouwd. De regering wil echter niet wachten, omdat het treffen van nieuwe maatregelen hard nodig is. Enerzijds omdat inmiddels volstrekt duidelijk is dat de huidige *crossownership*regeling niet meer voldoet en onnodig belemmerend werkt en anderzijds omdat het simpelweg schrappen van de huidige *crossownership*bepalingen zonder deze te vervangen door een andersoortige regeling, het onmogelijk maakt om ongewenste concentratie van opiniemacht tegen te houden. Omdat de regeling wordt gebaseerd op de huidige inzichten in het mediagebruik en daar snelle ontwikkelingen in plaatsvinden, acht de regering het raadzaam om de nieuwe regeling een tijdelijk karakter te geven. Onderhavige wet bevat een evaluatieplicht en een horizonbepaling. Dat dwingt de wetgever om zich vóór de vervaldatum te beraden over voorstellen voor een nieuwe (aangepaste) regeling. Uitgaande van inwerkingtreding in 2007 stelt de regering voor de

¹ Zie brief van 28 november 2005, Kamerstukken II, 2005–2006, 30 300 VII, nr. 35.

regeling tot 1 januari 2010 te laten gelden. De voorziene evaluatie dient dan in 2009 te worden afgerond. Mocht dit onverhoopt niet lukken dan zal wel de mogelijkheid worden ingebouwd om de regeling te verlengen.

11. Regelingen in andere Europese landen

Mediaconcentraties en *crossownership* zijn geen unieke Nederlandse verschijnselen. Ook andere Europese landen kennen dit fenomeen en hebben regelingen getroffen om daarmee om te gaan. Soms zijn het generieke regelingen in de sfeer van de mededinging, maar in een aantal gevallen ook specifieke regelingen ter beteugeling van de negatieve effecten die te ver gaande mediaconcentraties met zich kunnen brengen. De regelingen verschillen van land tot land, onder meer afhankelijk van de omvang van de nationale mediamarkt, de verhouding tussen de landelijke en regionale mediamarkt, etc.

In het Europese Parlement wordt al jarenlang aangedrongen op specifieke regelgeving tegen te ver gaande vormen van mediaconcentratie en *crossownership*, met speciale aandacht voor grensoverschrijdende concentraties. Tot dusverre kon hierover geen overeenstemming bereikt worden. Dat laat onverlet dat diverse EG-lidstaten met eigen nationale oplossingen komen voor de eigen nationale problematiek.

12. Administratieve lasten en bedrijfseffecten

Voor de naleving van de wet en het toezicht daarop wordt gebruik gemaakt van bestaande instanties en procedures en toezichtinstrumenten van de Mededingingswet. Veel bepalingen van die wet kunnen van overeenkomstige toepassing zijn bij de uitvoering van deze wet. Het betreft met name de regels inzake het toezicht en de sancties op overtredingen. Daarbij is uitgegaan van de Mededingingswet zoals die zal komen te luiden nadat het voorstel van wet tot wijziging van de Mededingingswet als gevolg van de evaluatie van die wet¹ in werking is getreden. De verwachting is dat genoemd wetsvoorstel eerder dan deze onderhavige wet in werking zal zijn getreden.

Verder zal bij de nadere regels op grond van artikel 2, tweede lid, van onderhavige wet voor de vaststelling van gebruikersmarkten en gebruikersmarktaandelen aangesloten worden bij marktonderzoeken die in de betrokken bedrijfstakken algemeen gebruikt worden en geaccepteerd zijn. Deze onderzoeken moeten op grond van artikel 12, onder e, van het Besluit gegevensverstrekking Mededingingswet al verstrekt worden voor het reguliere concentratietoezicht. Deze onderzoeken kunnen door de NMa en het Commissariaat voor de Media ook voor de uitvoering van onderhavige wet gebruikt worden. De administratieve lasten voor het bedrijfsleven als gevolg van deze wet kunnen dan ook als verwaarloosbaar worden beschouwd.

De extra uitvoeringslasten voor de overheid kunnen eveneens beperkt blijven door zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande procedures en gegevens. Een benadering die zo veel mogelijk aansluit bij bestaand marktonderzoek binnen de drie sectoren heeft als voordeel dat de NMa en het Commissariaat voor de Media met het gebruik van data afkomstig van de genoemde marktonderzoeken bekend zijn. Het Commissariaat baseert zich bij het opstellen van de jaarlijkse monitor voor mediaconcentraties op gegevens uit deze marktonderzoeken. Deze kennis en ervaring kan ingezet worden bij de uitvoering van de wet.

Met betrekking tot de bedrijfseffecten het volgende. Deze wet heeft gevolgen voor binnen- en buitenlandse dagbladuitgevers en commerciële radio- en televisiestations die op de Nederlandse markt actief zijn en tot een concentratie willen overgaan. Deze wet draagt bij aan een *level playing field* tussen ondernemingen uit binnen- en buitenland die zich op

¹ Kamerstukken II, 2004/05, 30 071, nrs. 1–2.

de Nederlandse markt richten. De huidige beperkingen in de Mediawet voor het verkrijgen van een toestemming voor commerciële omroep gelden immers alleen voor ondernemingen die onder de werkingssfeer van de Nederlandse Mediawet vallen. Op de dagbladmarkt gaat het op dit moment om 10 tot 15 dagbladuitgevers die te maken zullen krijgen met de nieuwe regels. Op de commerciële televisiemarkt gaat het op dit moment om 10 tot 15 omroeporganisaties. Op de radiomarkt betreft het 10 tot 15 landelijke en circa 12 regionale omroeporganisaties¹. De regeling is tot stand gekomen na goed overleg met de brancheorganisaties. Deze organisaties verwachten geen noemenswaardige extra administratieve lasten of verhoging van kosten. Marktpartijen hebben aangedrongen op zo snel mogelijke invoering. De regeling betekent namelijk een verruiming voor de betrokken ondernemingen om toe te treden tot elkaars markten en op die markten tot substantieel grotere concentraties te komen dan onder de huidige regeling mogelijk is. Vooral voor de dagbladuitgevers is dit van belang om zo door diversificatie in te kunnen spelen op de dalende omzetten binnen de eigen dagbladmarkt. Door dalende omzetten komt de werkgelegenheid onder druk te staan. Voor de radio- en televisiemarkt gelden geen afzonderlijke drempels. Bij concentraties binnen die markten geldt uiteraard het reguliere mededingingstoezicht. Door de ruime drempel van 90% bij een concentratie op twee of drie markten, betekent de regeling in de praktijk geen reële beperking voor commerciële radio- en televisiestations. De grens van 35% op de dagbladmarkt betekent dat daar tot 1 januari 2010 geen grote concentraties mogelijk zijn. Het kabinet acht dit gerechtvaardigd omdat er zo tenminste drie aanbieders van nieuws en opinie op deze markt overblijven. Wel is er enige ruimte om een bijvoorbeeld noodlijdende dagbladtitel van een andere uitgever over te nemen.

De bescherming van de pluriformiteit is in de EU-regelgeving exclusief toebedeeld aan de lidstaten zelf. In Europa vullen de lidstaten dit onderwerp dan ook zeer divers in. In de eerder genoemde brief aan de Tweede Kamer van 13 december 2004 heeft het kabinet Balkenende II een overzicht gegeven van regelingen in het buitenland. Daarbij is aangegeven in hoeverre die model zouden kunnen staan voor de Nederlandse regulering van mediaconcentraties. Er zijn ook landen waar geen specifieke regeling is getroffen. De regering heeft er niet voor gekozen om de huidige *cross-ownership* bepalingen zonder meer te laten vervallen, maar te vervangen door een aanzienlijk ruimere regeling

II. ARTIKELSGEWIJZE DEEL

Paragraaf 1. Begripsbepalingen

Artikel 1

Uitgangspunt van de regeling op het gebied van mediaconcentraties is dat deze regeling nauw aansluit bij de regeling van het generieke concentratietoezicht van de Mededingingswet. Dit betekent dat zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van begrippen die in het kader van de Mededingingswet worden gehanteerd. Verder wordt de toets op mediaconcentraties zoveel mogelijk procedureel ingepast in de algemene procedure van de Mededingingswet. Op deze manier kunnen de administratieve lasten voor het bedrijfsleven en de bestuurlijke lasten voor de overheid tot een minimum beperkt blijven.

Mediaconcentraties

Voor de definitie van wat onder een mediaconcentratie moet worden verstaan, wordt de algemene definitie van concentratie van artikel 27 van de Mededingingswet als uitgangspunt genomen. Op grond van artikel 27,

¹ Bron: Mediamonitor 2004. De monitor kent bij radio en tv een categorie overig; deze ziet vooral op buitenlandse zenders die zich niet specifiek op Nederland richten maar hier wel te ontvangen zijn.

eerste lid, van de Mededingingswet wordt onder een concentratie verstaan:

- a. het fuseren van twee of meer voorheen van elkaar onafhankelijke ondernemingen;
- b. het direct of indirect verkrijgen van zeggenschap door
 - 1°. een of meer natuurlijke personen of rechtspersonen die reeds zeggenschap over ten minste een onderneming hebben, of
 - 2°. een of meer ondernemingen over een of meer andere ondernemingen of delen daarvan door middel van de verwerving van participaties in het kapitaal of van vermogensbestanddelen, uit hoofde van een overeenkomst of op enige andere wijze.

Op grond van artikel 27, tweede lid, van de Mededingingswet wordt de totstandbrenging van een gemeenschappelijke onderneming die duurzaam alle functies van een zelfstandige economische eenheid vervult, beschouwd als een concentratie in de zin van artikel 27, eerste lid, onderdeel b, van de Mededingingswet.¹

Een mediaconcentratie onderscheidt zich van andere concentraties doordat bij een mediaconcentratie natuurlijke personen of rechtspersonen betrokken zijn die elk zeggenschap uitoefenen over een of meer ondernemingen die dagbladen uitgeven of televisieprogramma's of radioprogramma's uitzenden die bestemd zijn voor het publiek in Nederland. Of de betrokken dagbladen en radio- of televisieprogramma's voor het publiek in Nederland zijn bestemd, kan aan de hand van verschillende omstandigheden worden bepaald. Dagbladen en radio- of televisieprogramma's die niet in de Nederlandse of Friese taal zijn, zullen in beginsel niet kunnen worden beschouwd als bestemd voor het publiek in Nederland. Omgekeerd hoeft echter niet per definitie ieder dagblad of radio- of televisieprogramma dat in de Nederlandse taal verschijnt wel bestemd te zijn voor het publiek in Nederland. Vlaamse dagbladen en radio- of televisieprogramma's bijvoorbeeld zijn niet bestemd voor het publiek in Nederland. Of een dagblad of radio- of televisieprogramma bestemd is voor het publiek in Nederland moet worden afgeleid uit diverse omstandigheden, zoals de gebruikte taal (waaronder ondertiteling), de locaties waar een dagblad wordt verspreid, herkomst van reclameomzet en dergelijke.

Zeggenschap

Voor de definitie van zeggenschap wordt eveneens gebruik gemaakt van de definitie van de Mededingingswet. Artikel 26 van de Mededingingswet verstaat onder zeggenschap de mogelijkheid om op grond van feitelijke of juridische omstandigheden een beslissende invloed uit te oefenen op de activiteiten van een onderneming.] Zeggenschap kan worden verworven door het verkrijgen van participaties in het kapitaal (in de meeste gevallen) of bij voorbeeld voortvloeien uit overeenkomsten. Zoals uit artikel 27 van de Mededingingswet en de toelichting daarop blijkt, kan zeggenschap door één of door meerdere ondernemingen gezamenlijk worden verworven. Ingeval van gezamenlijke zeggenschap ligt het, gezien het feit dat door de verwerving van gezamenlijke zeggenschap pluriformiteit verloren gaat, in de rede dat het marktaandeel van de gezamenlijke onderneming volledig aan iedere moeder wordt toegerekend.

Dagblad, televisieprogramma en radioprogramma

De regels met betrekking tot mediaconcentraties hebben betrekking op gedrukte dagbladen en televisie- en radioprogramma's. Ondanks dat voor de verspreiding van informatie naar het publiek in toenemende mate van andere distributiekkanalen gebruik gemaakt wordt, zijn gedrukte dagbladen en radio- en televisieprogramma's nog steeds dominant in de informatiebehoefte van het publiek.

Bij dagbladen gaat het om de papieren uitgaven van dagbladen die ten minste vijf keer per week verschijnen. Dagbladen die uitsluitend op

¹ Hierbij is uitgegaan van de wijziging van artikel 27, opgenomen in het bij koninklijke boodschap van 8 april 2005 ingediende voorstel van wet tot wijziging van de Mededingingswet als gevolg van de evaluatie van die wet (Kamerstukken II, 2004/05, 30 071, nrs. 1-2)

internet verschijnen, blijven buiten beschouwing bij de toepassing van de regels op het terrein van mediaconcentraties.

De begrippen «televisieprogramma», «radioprogramma» en «uitzenden» worden gebruikt in de betekenis die de Mediawet daaraan geeft.

«Programma» is in artikel 1, onderdeel f, van de Mediawet gedefinieerd als: een elektronisch product met beeld- of geluidsinhoud, dat bedoeld is te worden uitgezonden en bestemd is voor ontvangst door het algemene publiek of een deel daarvan, met uitzondering van datadiensten, diensten die uitsluitend op individueel verzoek beschikbaar zijn, en andere interactieve diensten. Audiovisueel media-aanbod dat anders dan via televisie of radio-uitzendingen zijn weg vindt naar het publiek, bijvoorbeeld via interactieve diensten en *on demand* diensten, valt niet onder de wettelijke regeling van mediaconcentraties. Het begrip «programma» heeft in de Mediawet overigens de betekenis van een televisie- of radiozender die onder een bepaalde naam wordt geëxploiteerd, bijvoorbeeld RTL4, 5 en 7, SBS6, Nickelodeon (niet te verwarren met wat in het spraakgebruik veelal onder een programma wordt verstaan: bijvoorbeeld het Journaal, Nova, Opsporing Verzocht etc.). Een televisieprogramma is volgens artikel 1, onderdeel h, van de Mediawet een programma met beeldinhoud, al dan niet mede met geluidsinhoud. Een radioprogramma is volgens artikel i, onderdeel j, van de Mediawet een programma met geluidsinhoud.

«Uitzenden» is volgens artikel 1, onderdeel n, van de Mediawet het al dan niet gecodeerd verspreiden van programma's naar het algemene publiek of een deel daarvan door middel van een omroepzender of een omroepnetwerk (kabel). Hieronder valt dus ook abonneetelevisie. Verspreiding via internet valt er niet onder.

Paragraaf 2. Niet toegestane mediaconcentraties

Artikelen 2 en 3

Artikel 2, eerste lid, bevat een algemeen verbod op het tot stand brengen van mediaconcentraties die er toe leiden dat:

- a. het gebruikersmarktaandeel de grens van 35% overschrijdt op de gebruikersmarkt voor dagbladen; of
- b. het gebruikersmarktaandeel de grens van 90% overschrijdt bij een combinatie van twee of drie gebruikersmarkten voor dagbladen, televisieprogramma's of radioprogramma's.

Bij de bepaling of de genoemde grenzen worden overschreden, wordt bij de berekening van de gebruikersmarktaandelen iedere gebruikersmarkt – televisie, radio, dagbladen – afzonderlijk in totaliteit gesteld op honderd procent. Het maximum van 35% heeft alleen betrekking op de gebruikersmarkt voor dagbladen. Het maximum van 90% heeft betrekking op twee of drie gebruikersmarkten, afhankelijk van de vraag op welke gebruikersmarkten de concentratie betrekking heeft, zodat het gaat om 90% op een totaal van twee- of driehonderd procent. Een voorbeeld: stel het aandeel van een dagblad op de gebruikersmarkt voor dagbladen is 25%. Het aandeel van een commercieel radiostation op de gebruikersmarkt voor radio is 20%. Een concentratie van het dagblad en het radiostation levert dan een aandeel op van $25+20 = 45\%$ op 200. Dat is de helft van de toegestane 90% op 200.

Overschrijding van de genoemde grenzen door autonome groei valt niet onder het verbod van artikel 2. Het verbod geldt algemeen en is niet beperkt tot concentraties die vanwege het overschrijden van de omzetdrempels van de Mededingingswet onder het toepassingsbereik van het concentratietoezicht van de NMa op grond van die wet vallen.

De in artikel 2 genoemde maximumpercentages waarborgen spreiding van (potentiële) opiniemacht over meerdere partijen in de sectoren voor dagbladen, televisie en radio. Bij de nadere regulering in een algemene

maatregel van bestuur op grond van artikel 2, derde lid, over de wijze waarop de drie relevante gebruikersmarkten en de gebruikersmarkt-aandelen worden vastgesteld, zal met deze centrale doelstelling van het wetsvoorstel rekening worden gehouden door als uitgangspunt een marktbeplanning te kiezen die gebaseerd is op het gebruik dat het publiek van een mediumtype maakt. Anders dan een marktdefinitie die gebaseerd is op bijvoorbeeld omzet, biedt een marktdefinitie gebaseerd op gebruik direct inzicht in de publieksafname van geleverde diensten. Gebruik geeft daardoor een betere indicatie van de vorming van opiniemacht. Wat precies onder gebruik van een dagblad, televisie- of radioprogramma wordt verstaan, wordt in de hiervoor genoemde algemene maatregel van bestuur voor iedere gebruikersmarkt afzonderlijk gedefinieerd. Bij televisieprogramma's zal dit betrekking hebben op de kijktijd van een televisieprogramma en bij radioprogramma's op de luistertijd van een radioprogramma. Bij dagbladen zal als indicatie voor het gebruik de oplagecijfers van dagbladen worden gehanteerd. De keuze voor deze gebruiksgelateerde begrippen is ook ingegeven door de beschikbaarheid van marktonderzoek. Aangesloten zal worden bij marktonderzoek dat partijen op de diverse gebruikersmarkten zelf al (laten) verrichten. Zo wordt in de televisie- en radiosector al op grote schaal marktonderzoek verricht naar het kijk- en luistergedrag van de bevolking in Nederland. In de dagbladsector wordt continue onderzoek gedaan naar de oplagecijfers, onder meer ten behoeve van het Bedrijfsfonds voor de pers.

Voor de toepassing van het concentratietoezicht van de Mededingingswet gelden omzetzempels. Op grond van artikel 29 van de Mededingingswet valt een concentratie onder het toezicht van de NMa als de gezamenlijke omzet van de bij de concentratie betrokken ondernemingen in het voorafgaande kalenderjaar meer bedroeg dan € 113 450 000. Daarvan moet door ten minste twee van de betrokken ondernemingen ieder ten minste € 30 000 000 in Nederland zijn behaald. Een mediaconcentratie die beneden deze omzetzempels blijft, valt niet onder het concentratietoezicht op grond van de Mededingingswet. Een dergelijke concentratie hoeft niet bij de NMa gemeld te worden en zou dus op grond van die wet zonder meer zijn toegestaan. De concentratie valt echter wel onder het verbod van artikel 2 van onderhavige wet en zou als de 35%-grens of de 90%-grens wordt overschreden om die reden niet zijn toegestaan. Wordt deze concentratie ondanks het overschrijden van de grenzen toch tot stand gebracht, dan is er sprake van overtreding van artikel 2 van onderhavige wet. Om die reden is in de aanhef van het eerste lid van artikel 2 de zinsnede «In zoverre in afwijking van het bepaalde bij of krachtens de paragrafen 2 tot en met 4 van Hoofdstuk 5 van de Mededingingswet ...» opgenomen. Het verbod van artikel 2 is daardoor een absoluut verbod, dat geldt ongeacht de vraag of een mediaconcentratie op grond van de Mededingingswet als zodanig wel toegestaan zou zijn.

Voor mediaconcentraties die boven de omzetzempels van de Mededingingswet uit komen, geldt zowel het algemene concentratietoezicht als het verbod van onderhavige wet. Deze mediaconcentraties moeten dan ook op grond van de Mededingingswet worden gemeld bij de NMa. De NMa toetst op mededingingsrechtelijke gevolgen en bepaalt of al dan niet een vergunning nodig is. Daarnaast moeten deze mediaconcentraties worden getoetst aan de bepalingen van onderhavige wet. Om de uitvoeringslasten voor het bedrijfsleven zo beperkt mogelijk te houden is in onderhavige wet niet voorzien in een afzonderlijke melding van mediaconcentraties. Aangesloten wordt bij de reguliere melding van concentraties bij de NMa op grond van hoofdstuk 5, paragraaf 3, van de Mededingingswet. Als een melding betrekking heeft op een mediaconcentratie, zal echter de NMa in plaats van de in artikel 37 van de Mededingingswet bedoelde mededeling of voor het tot stand brengen van de concentratie al dan niet een vergun-

ning is vereist, beslissen of de mediaconcentratie volgens artikel 2 van onderhavige wet is toegestaan. Is dat het niet geval, dan zal verder geen toepassing worden gegeven aan de Mededingingswet. De mediaconcentratie mag vanwege het absolute verbod van artikel 2 immers niet tot stand komen. Zowel de mededeling dat geen vergunning op grond van de Mededingingswet is vereist als de mededeling dat wel een vergunning nodig is, hebben dan geen betekenis meer. Wordt de concentratie toch tot stand gebracht, dan levert dat een overtreding van het verbod van artikel 2 van onderhavige wet op en kan achteraf sanctionerend worden opgetreden.

Als een mediaconcentratie beneden de grenzen van 35% en 90% blijft, is de mediaconcentratie op grond van onderhavige wet toegestaan. In dat geval zal de NMa vervolgens toepassing geven aan het reguliere concentratietoezicht. Tegelijk met de beslissing dat de mediaconcentratie de genoemde grenzen niet overschrijdt, zal de NMa toepassing geven aan artikel 37, eerste lid, van de Mededingingswet en mededelen of voor de mediaconcentratie een vergunning op grond van de Mededingingswet is vereist.

De wijze waarop de gebruikersmarkten en de gebruikersmarktaandelen worden vastgesteld, wordt geregeld bij algemene maatregel van bestuur. De definities van de gebruikersmarkten en de gebruikersmarktaandelen en regels over de wijze waarop die worden vastgesteld zijn in hoge mate technisch van karakter. Daarom verdient regeling daarvan in een algemene maatregel van bestuur de voorkeur boven opneming in de wet.

Artikel 4

Voor het nemen van beslissingen over de toelaatbaarheid van mediaconcentraties zullen bij de melding van een mediaconcentratie op grond van de Mededingingswet specifieke gegevens dienen te worden verstrekt die nodig zijn te kunnen beoordelen of een mediaconcentratie al dan niet binnen de grenzen van onderhavige wet blijft. Op grond van het tweede lid van artikel 4 zal bij algemene maatregel van bestuur nader worden bepaald welke informatie in ieder geval moet worden verstrekt. Deze informatie zal bestaan uit onderzoeksgegevens op basis waarvan de gebruikersmarktaandelen kunnen worden vastgesteld. Daarbij zal uitgegaan worden van bestaande marktonderzoeken die in de dagbladsector en de radio- en televisiemarkt worden uitgevoerd en breed gedragen worden. In het kader van de toepassing van het reguliere mededingingstoezicht op grond van de Mededingingswet bestaat bovendien al de verplichting om deze marktonderzoeken te overleggen. Er zijn geen extra administratieve lasten voor de betrokken marktsectoren.

De artikelen 35 en 38 van de Mededingingswet regelen de mogelijkheid voor de NMa om nadere informatie te vragen en de beslistermijn op te schorten als bij een melding onvoldoende gegevens worden verstrekt. Deze mogelijkheden zijn via artikel 4, tweede lid, van onderhavige wet van overeenkomstige toepassing als bij een melding van een mediaconcentratie onvoldoende gegevens worden verstrekt. In dat geval kan de NMa dus aanvulling van de gegevens vragen en wordt de beslistermijn, bedoeld in artikel 3, eerste lid, opgeschort totdat die aanvulling is verkregen.

Paragraaf 3. Toezicht en bestuursrechtelijke handhaving

Artikelen 5 en 6

Voor het toezicht en de handhaving wordt aangesloten bij de Mededingingswet. De NMa is verantwoordelijk voor het toezicht op de naleving van deze wet. Toezicht en handhaving kunnen plaatsvinden na bijvoorbeeld klachten van marktpartijen. Daarnaast kan de NMa op basis van

eigen bevindingen of naar aanleiding van verkregen informatie mediaconcentraties onderzoeken op verenigbaarheid met deze wet en zo nodig handhavend optreden. Hoofdstuk 6 van de Mededingingswet, waarin de aanwijzing van toezichthouders en hun toezichtbevoegdheden zijn geregeld, is van overeenkomstige toepassing. De paragrafen 1 en 1b¹ van hoofdstuk 8 van de Mededingingswet gaan over respectievelijk de gevolgen van het niet voldoen aan de medewerkingplicht jegens toezichthouders en de verbreking van door toezichthouders aangebrachte verzegelingen van bedrijfsruimten of voorwerpen. Artikel 6 regelt de sanctie op overtreding van het in artikel 2 opgenomen verbod om een mediaconcentratie tot stand te brengen die boven de grens van 35% of 90% uitkomt. In dat geval zijn de sancties die artikel 74 van de Mededingingswet voor overtreding van de concentratiebepalingen van de Mededingingswet vaststelt van overeenkomstige toepassing: een boete van ten hoogste € 450 000 en een last onder dwangsom om de overtreding ongedaan te maken. Verder is via de overeenkomstige toepassing van artikel 75a van de Mededingingswet ook artikel 51 van het Wetboek van strafrecht van toepassing. Laatstgenoemd artikel bepaalt dat een overtreding begaan kan worden door zowel een natuurlijke als een rechtspersoon. In het geval dat een overtreding door een rechtspersoon is begaan, kunnen sancties worden opgelegd aan a) de rechtspersoon; b) aan degenen die opdracht tot of leiding hebben gegeven aan de verboden gedraging; of c) aan beiden. Artikel 76 van de Mededingingswet bepaalt dat geen boete wordt opgelegd als belanghebbende aannemelijk maakt dat hem van de overtreding geen verwijt kan worden gemaakt. Dit geldt dus ook voor overtredingen van deze wet. Paragraaf 3 van hoofdstuk 8 van de Mededingingswet regelt de procedure als wordt vastgesteld dat de concentratieregels zijn overtreden en de verjaring van overtredingen. Deze paragraaf is van overeenkomstige toepassing bij overtredingen van deze wet.

Paragraaf 4. Rechtsbescherming

Artikel 7

Op besluiten die met toepassing van deze wet worden genomen, is artikel 93 van de Mededingingswet van overeenkomstige toepassing. Laatstgenoemd artikel bepaalt dat voor beroepen tegen besluiten op grond van de Mededingingswet de rechtbank Rotterdam bevoegd is. Het is gewenst uit een oogpunt van eenheid in rechtspraak in mededingingszaken dat dat ook voor beroepen tegen besluiten op grond van deze wet geldt. Verder bepaalt artikel 93 van de Mededingingswet dat bij beslissingen op grond van de Mededingingswet artikel 7:1 van de Algemene wet bestuursrecht buiten toepassing blijft bij besluiten van de NMa over het al dan niet vergunningplichtig zijn van een concentratie en over het al dan niet verlenen van een vergunning. Dit betekent dat tegen die beslissingen beroep kan worden ingesteld, doordat de bezwaarfase buiten toepassing is verklaard.

Uit deze wet vloeien geen gevolgen van enige betekenis voor de rechterlijke macht voort. Ten eerste zijn, gelet op de huidige marktaandelen in de dagbladsector, geen grote concentraties meer mogelijk. Ten tweede zit de wet zo in elkaar dat partijen van te voren weten of het zin heeft om een concentratie aan te gaan: de grenzen zijn duidelijk en de wijze waarop de marktaandelen worden berekend, wijkt niet af van de bestaande praktijk.

Paragraaf 5. Mediamonitor

Artikel 8

Markt, mededinging en publieke voorzieningen waarborgen de pluriformi-

¹ Paragraaf 1b wordt ingevoegd bij het bij koninklijke boodschap van 8 april 2005 ingediende voorstel van wet tot wijziging van de Mededingingswet als gevolg van de evaluatie van die wet (Kamerstukken II, 2004/05, 30 071, nrs. 1–2).

teit en toegankelijkheid. Toch heeft in 1999 de Adviescommissie Mediaconcentraties (Commissie Jessurun) geadviseerd dat het naast eerlijke mededinging, scheiding tussen publiek en commercieel, aandacht van de NMa voor pluriformiteit en het invoeren van een redactiestatuut voor de omroep, noodzakelijk is dat voortdurend nauwgezet mediaontwikkelingen door een onafhankelijke instantie gevolgd worden met als doel om machtsposities, die de pluriformiteit en toegankelijkheid bedreigen, te onderkennen. Na vooronderzoek over de beste opzet van een dergelijke «monitor» is in 2003 het Commissariaat voor de Media structureel belast met onderzoek naar concentratieontwikkelingen op de informatiemarkten (dagbladen en tijdschriften, radio- en televisieomroepen, televisieproducenten, kabelexploitanten, internetproviders en internetredacties, de film- en muziekindustrie en internationale mediaconcerns). Het Commissariaat werkt daarbij nauw samen met vele instanties, waaronder het Bedrijfsfonds voor de pers, de NMa, de OPTA, buitenlandse toezichhouders, en betreft zijn informatie tevens van diverse onderzoeksinstituten. De uitkomsten van deze Monitor Mediaconcentraties wordt jaarlijks gerapporteerd aan het kabinet. Eind 2003 is de website Mediamonitor.nl geopend. Deze site geeft actuele en doorlopende informatie over de stand van zaken op het gebied van concentraties binnen de Nederlandse mediasector. Gelet op het belang van de het onderzoek naar ontwikkeling op de informatiemarkten voor het beleid, acht de regering het van belang dat dit onderzoek een wettelijke basis krijgt. De markten voor de informatievoorziening veranderen voortdurend. Nieuwe vormen van informatievoorziening, nieuwe distributiemogelijkheden en nieuwe aanbieders dienen zich aan. Een voorbeeld daarvan is de ontwikkeling van mobiele informatiediensten. Het Commissariaat voor de Media is het beste in staat om te beoordelen welke ontwikkelingen in de informatievoorziening relevant zijn om meegenomen te worden in de Mediamonitor. De formulering van de taakopdracht is om die reden open gehouden en niet op voorhand gekoppeld aan bepaalde mediamarke-ten. Het zou zonde zijn als onderzoek naar nieuwe ontwikkelingen zou stuiten op een wettelijke definitie.

Paragraaf 6. Overige bepalingen

Artikelen 9 en 10

Er is veel belang gehecht aan het zoveel mogelijk voorkomen van extra procedures, extra regelgeving en administratieve lasten. Zo wordt voorkomen dat mediabedrijven bij het concentratietoezicht geconfronteerd worden met twee procedures en twee bevoegde instanties: de NMa voor het algemene concentratietoezicht en het Commissariaat voor mediaconcentraties. Daarom is er voor gekozen om het toezicht op mediaconcentraties in te vlechten in de reguliere procedures van de Mededingingswet onder verantwoordelijkheid van de NMa. Hoewel de NMa verantwoordelijk wordt voor de uitvoering en handhaving van de wet, is het belangrijk dat daarbij een goede afstemming met het Commissariaat voor de Media plaatsvindt. Het Commissariaat beschikt, mede door de verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de mediamonitor, over ruime expertise en ervaring op het terrein van media. Voordat de NMa besluiten neemt over mediaconcentraties, zal hij advies vragen aan het Commissariaat. Dit advies heeft betrekking op de vraag of een mediaconcentratie de objectieve grenzen van 35% en 90% overschrijdt. Het Commissariaat zal binnen vijf werkdagen advies dienen uit te brengen, gelet op de korte wettelijke termijn waarbinnen de NMa een besluit dient te nemen. Over de wijze waarop in de praktijk wordt samengewerkt, zullen beide instanties afspraken moeten maken.

Artikel 10 bepaalt dat de minister die de politieke verantwoordelijkheid draagt voor het functioneren van de NMa, op dit moment de Minister van Economische Zaken, de inzet van enkele bevoegdheden afstemt met de

minister die primair verantwoordelijk is voor het beleid en de wetgeving inzake mediaconcentraties voor zover de uitvoering van deze wet daarbij ook betrokken is. Het gaat dan om de volgende bevoegdheden: opdrachten aan de NMa om rapportages uit te brengen over de effecten voor de mededinging van voorgenomen of geldende regelgeving en het uitbrengen van rapportages door de NMa op verzoek van het parlement, het vaststellen van beleidsregels ten aanzien van de uitoefening van bevoegdheden door de NMa en het vaststellen van nadere regels inzake de gegevensverstrekking tussen minister en de NMa. Voor zover het gaat om het treffen van voorzieningen als de NMa ernstig in gebreke blijft bij de uitoefening van taak, voorziet artikel 5f, derde lid, van de Mededingingswet al in betrokkenheid van andere ministers wie het mede aangaan.

Paragraaf 7. Wijziging van andere wetten

Artikel 11

De *crossownership*bepalingen van de artikelen 71b tot en met 71d vervallen.

Artikel 12

Artikel 90 van de Mededingingswet bepaalt dat gegevens of inlichtingen omtrent een onderneming die in verband met enige werkzaamheid voor de uitvoering van de Mededingingswet zijn verkregen, alleen voor de toepassing van die wet, de mededingingsverordeningen, de Elektriciteitswet 1998 en de Gaswet gebruikt mogen worden. Door deze wet daar aan toe te voegen wordt bereikt dat gegevens en inlichtingen verkregen bij de uitvoering van de mededingingsregels gebruikt mogen worden voor de uitvoering van deze wet en andersom.

Paragraaf 8. Slotbepalingen

Artikel 13 en 15

In het algemeen deel van de toelichting is aangegeven dat onderhavige wetgeving is gebaseerd op de huidige inzichten in het mediagebruik en dat het gelet op de snelle ontwikkelingen die plaatsvinden gewenst is een horizonbepaling en een evaluatiemoment op te nemen. Dat dwingt de wetgever zich vóór de vervaldatum te beraden over voorstellen voor een nieuwe (aangepaste) regeling. Uitgaande van inwerkingtreding in 2007 geldt de wet tot 1 januari 2010. De evaluatie dient dan in 2009 te worden afgerond. Als dit niet haalbaar blijkt te zijn, kan bij koninklijk besluit een ander tijdstip worden vastgesteld waarop deze wet vervalt.

In een tijdelijke wet waarin wijzigingen van bestaande wetten zijn opgenomen, moet aangegeven worden hoe de wetgeving er na het vervallen van de tijdelijke wet uitziet (aanwijzing 183 van de Aanwijzingen voor de regelgeving). De in artikel 12 van deze wet aangebrachte wijziging in artikel 90 van de Mededingingswet wordt via het tweede lid van artikel 15 van deze wet dan ongedaan gemaakt.

De regering acht het niet gewenst dat na het vervallen van deze wet de oude *crossownership*bepalingen in de Mediawet terugkeren. Daardoor zouden de huidige belemmerende bepalingen weer gelding krijgen. Dat zou terug naar af zijn. De in artikel 11 aangebrachte wijzigingen van de Mediawet – het schrappen van de *crossownership*bepalingen – zullen na het vervallen van deze wet dan ook niet herleven. De regering gaat er van uit dat op basis van de evaluatie besloten kan worden tot definitieve wetgeving.

Artikel 14

Artikel 14 bevat een afstemmingsbepaling die er voor zorgt dat deze wet wordt aangepast op het moment dat het voorstel van wet tot wijziging van de Mededingingswet als gevolg van de evaluatie van die wet (Kamerstukken II, 2004/05, 30 071, nrs. 1–2) tot wet wordt verheven en in werking treedt.

De Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
M. J. A. van der Hoeven