

Vergaderjaar 2019–2020

**32 827**

**Toekomst mediabeleid**

**Nr. 198**

**BRIEF VAN DE MINISTER VOOR BASIS- EN VOORTGEZET  
ONDERWIJS EN MEDIA**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 10 juli 2020

Tijdens het wetgevingsoverleg van 3 december 2018 heb ik toegezegd een onderzoek uit te laten voeren, in samenspraak met het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, naar bonussen en kortingen die media-adviesbureaus (achteraf) ontvangen van media-exploitanten op basis van gerealiseerde omzetvolumes in de advertentiemarkt (hierna: bestedingsaandelekortingen).<sup>1, 2</sup>

Vervolgens ben ik onder andere in gesprek gegaan met brancheorganisaties in de mediasector die actief zijn op de advertentiemarkt. Ook heb ik ter zake overleg gevoerd met de Autoriteit Consument en Markt (ACM). In de kamerbrief van 4 september 2019 heb ik u tussentijds geïnformeerd over de stapsgewijze aanpak die mij voor ogen stond.<sup>3</sup>

Ik heb geconstateerd dat bestedingsaandelekortingen moeten worden beoordeeld op basis van hun mogelijke effect op marktwerking. De ACM heeft in dit kader, naar aanleiding van signalen uit de markt, gekeken naar de praktijk van bestedingsaandelekortingen bij One Media Sales (OMS) – de verkooporganisatie die de exploitatie van de advertentieruimte op de radiozenders van onder andere Talpa en RadioCorp verzorgt. OMS gebruikt kortingen om media-adviesbureaus en adverteerders ertoe te verleiden om meer advertentieruimte bij OMS in te kopen, waardoor er een risico bestaat dat er minder wordt besteed bij andere aanbieders van radioadvertentieruimte, wat hun marktpositie kan schaden. Deze praktijk kan leiden tot een verschraving van het aanbod en hogere advertentie-prijzen.<sup>4</sup> Vanwege deze, door ACM geconstateerde, risico's heeft OMS toegezegd om met ingang van 1 januari 2020 geen bestedingsaandelekortingen meer aan te bieden. Naast deze casus, zijn uit de door EZK en OCW

<sup>1</sup> Ook wel aangeduid als «surcommission».

<sup>2</sup> Kamerstuk 35 000 VIII, nr. 149.

<sup>3</sup> Kamerstuk 32 827, nr. 159.

<sup>4</sup> Autoriteit Consument en Markt (2 december 2019). Toezeggingsbesluit OMS over radioadvertenties.

gevoerde gesprekken geen andere concrete voorbeelden van misstanden naar voren gekomen.

Gelet op de OMS-casus ga ik er vanuit dat marktpartijen zelf hun verantwoordelijkheid oppakken door (onderbouwde) signalen van eventuele problemen bij mij en de ACM onder de aandacht te brengen. Indien vanuit de sector dergelijke signalen of handhavingsverzoeken worden ingediend bij de ACM die betrekking hebben op eventuele misbruik van een economische machtspositie, dan zal ACM met inachtneming van haar prioriteringsbeleid, naar deze signalen en verzoeken kijken.

Op basis van het voorgaande zie ik op dit moment geen reden voor verder onderzoek naar de praktijk van bestedingsaandeelekortingen in de advertentiemarkt. Mocht op basis van signalen uit de markt, waarover ik nauw contact zal houden met de ACM, alsnog blijken dat, naast het generieke mededingingstoezicht, aanvullende wet- en regelgeving of andere maatregelen nodig zijn dan zal ik samen met de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat bezien welke vervolgstappen daarvoor gezet kunnen worden.

mede namens de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat,

De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media,  
A. Slob