

PIM SCHMITZ

CONSOLIDEREN IS ONVERMIJDELIJK

“OM TE KUNNEN CONCURREREN MET BUITENLANDSE STREAMINGDIENSTEN ALS NETFLIX EN AMAZON MOËTEN NEDERLANDSE MEDIABEDRIJVEN WEL GAAN SAMENWERKEN”, ALDUS PIM SCHMITZ, CEO VAN TALPA NETWORK. “DAAROM IS HET SPIJTIG DAT DE FUSIE TUSSEN TALPA EN RTL NIET DOORGING.”



Een vuist maken. Dat is wat er volgens Talpa Network-CEO Pim Schmitz nodig is om een antwoord te bieden op het aanbod van internationale mediaplatforms in Nederland. Een fusie tussen Talpa en RTL zou zo'n vuist kunnen zijn. Maar de Autoriteit Consument & Markt (ACM) meent dat er een te machtige partij zou ontstaan in het medialandschap als de twee bedrijven samengaan. En dus ketste de fusie eind januari jongstleden af. “Ik kan daar heel kort over zijn: dit is een enorme tegenvaller voor ons en RTL”, zegt Schmitz. “En een gemiste kans voor de Nederlandse media-industrie. Samen hadden we bijvoorbeeld meer kunnen investeren in lokale content en in de mogelijkheden die video en audio bieden. Maar helaas.”

MOOIE TOEKOMST

Toch is Schmitz ook optimistisch. “We zijn de fusie gestart vanuit kracht. Niet vanuit noodzaak. Als standalonebedrijf heeft Talpa Network namelijk ook een mooie toekomst voor zich. We hebben de afgelopen jaren hard

gewerkt aan ons netwerk van mediaplatforms: tv, radio, print, YouTube-kanalen, apps, noem maar op. Wij zijn daar waar de consument is en kunnen al onze distributiekanaal en merken inzetten om met onze verhalen een groot bereik te creëren. Hiermee kunnen we ons echt onderscheiden van andere partijen.”

Maar consolidatie binnen het Nederlandse commerciële medialandschap blijft volgens Schmitz op termijn onvermijdelijk. “Er zijn nu vier grote commerciële spelers op de Nederlandse mediamarkt en een publieke omroep. Die kunnen niet allemaal blijven bestaan, omdat de internationale concurrentie eenvoudigweg te hevig is. Zo krijg ik vaak de vraag waarom we als Talpa Network niet ons eigen SVOD-platform hebben (subscription video on demand, *red.*) en daarin gaan investeren. Maar er zijn al zes tot zeven spelers op de Nederlandse markt die dit doen. Dat is een onhoudbare situatie. We kijken liever vanuit een onafhankelijke positie met wie we op welk vlak kunnen en willen samenwerken.”

‘WIJ ZIJN DAAR WAAR DE CONSUMENT IS EN KUNNEN MET ONZE VERHALEN EEN GROOT BEREIK CREËREN’



DEEL ONLINE

KRACHTEN BUNDELEN

Als Nederlandse mediaplatforms op een slimme en innovatieve manier de krachten gaan bundelen, is Schmitz er zeker van dat Nederland een prima weerwoord kan bieden aan de internationale streamingdiensten. “Temeer omdat er altijd behoefte is aan lokale content. En het zijn altijd nog de Nederlandse mediabedrijven die dit het best kunnen voor de Nederlandse markt.”

