
Waar het Nederlandse medialandschap staat

Een internationale benchmark van nieuws en journalistiek, 2026 — opgesteld naar aanleiding van Media voor Democratie 2026 (Stichting Democratie en Media, 5 juni 2026), waarin Nederland wordt vergeleken met acht referentiemarkten en het mondiale gemiddelde.

NL Nederland · Noorwegen · Zweden · Denemarken · Finland · Duitsland · Verenigd Koninkrijk · Frankrijk · Verenigde Staten

OPGESTELD

Juli 2026

PRIMAIRE BRONNEN

Reuters Institute DNR 2026 · RSF-index 2026 · CvdM

REIKWIJDTE

9 markten + mondiaal gemiddelde

OVER DEZE EDITIE

Deze bestuurseditie bundelt de volledige *Internationale Benchmark 2026 · V4* voor gedrukte verspreiding en lezing op bestuursniveau. Zij behoudt elk gepubliceerd cijfer en elk benchmarkoordeel van het volledige rapport; de onderliggende analyse, het volledige dashboard en het landendetail zijn beschikbaar in de online-editie.

AANLEIDING

Opgesteld naar aanleiding van *Media voor Democratie 2026*, de sectorbrede werkconferentie van Stichting Democratie en Media op 5 juni 2026, waar zo'n 130 hoofdredacteuren, uitgevers, bestuursvoorzitters, toezichthouders, topambtenaren, wetenschappers en journalisten zich bogen over de toekomst van het Nederlandse medialandschap.

PRIMAIRE BRONNEN

Reuters Institute *Digital News Report 2026* (48 markten, ~97.000 respondenten; Nederland n = 2.022, met het Commissariaat voor de Media) · RSF *World Press Freedom Index 2026* · Reuters Institute *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2026* · SDM-verslag "*De toekomst wordt gebouwd door ons.*"

DATADISCIPLINE

Uitsluitend gepubliceerde cijfers worden gebruikt; open cellen blijven open in plaats van geschat. Geen enkel cijfer in dit rapport is verzonnen of geëxtrapoleerd. Jaar-op-jaarveranderingen van ≤2pp worden binnen de enquêteeruis geplaatst.

Project Polders.Media · Amsterdam — *news intelligence* voor het informatie-ecosysteem.
Briefings, samenwerking en gesprek op bestuursniveau: gvn@polders.news · polders.media

In deze editie

SV	Samenvatting	04
01	Waarom deze benchmark, waarom nu	06
02	Methode en bronnen	07
03	Het benchmarkdashboard: negen markten, twaalf signalen	08
04	Het scorebord gelezen: de Nederlandse driedubbele positie	11
05	De zes inzichten van Media voor Democratie, gebenchmarkt	13
06	AI in de redactie: de productiekant	17
07	Wat elk referentieland leert	19
08	De Nederlandse scorekaart	21
09	Van journalistieke benchmark naar benchmark van de informatieomgeving	23
10	Implicaties: bouwen, met instrumenten	24
§	Bronnen & contact	25

Samenvatting

Op vrijwel elke structurele maatstaf begint Nederland 2026 als een van de sterkste nieuwsomgevingen ter wereld.

#2

PERSVRIJHEID

Tweede van 180 landen op de RSF-index; alleen Noorwegen staat hoger.

49%

VERTROUWEN IN NIEUWS

Twaalf punten boven het mondiale gemiddelde van 37% — dat zelf op het laagste niveau sinds 2015 staat.

34%

NIEUWSVERMIJDING

Ruim onder de mondiale 42%; tv-nieuws loopt nog voorop op of gelijk aan onlinevideo.

Nederland is een van slechts drie markten wereldwijd — naast Duitsland en Denemarken — waar televisienieuws nog voorop loopt op of gelijk staat aan onlinevideo. Onder dat sterke oppervlak zijn echter drie breuklijnen zichtbaar. **De monetisatie is middenmoot:** 15% betaalt voor onlinenieuws, twee punten minder dan vorig jaar, tegenover 40% in Noorwegen en 32% in Zweden. **De betrokkenheid verzwakt:** het aandeel met weinig of geen interesse in nieuws groeide sinds 2018 van 4% naar 14%, en het regelrechte wantrouwen is ruwweg verdubbeld, van 11% naar 21%. **En de platformafhankelijkheid neemt toe:** ruim een miljoen Nederlandse volwassenen halen hun nieuws inmiddels uitsluitend van sociale media — platforms waarvan slechts 12% van de Nederlanders het nieuws zegt te vertrouwen.

Het beeld dat oprijst is dat van een landschap dat **hoog scoort op vertrouwen en persvrijheid, ondergemonetiseerd is en aan de randen stilletjes erodeert**. De referentielanden tonen beide richtingen: Noorwegen en Finland laten zien dat vertrouwen en betalingsbereidheid op veel hogere niveaus kunnen worden vastgehouden; het VK en de VS tonen hoe snel een omgeving met hoog vertrouwen verloren gaat zodra erosie zich opstapelt.

Binnen redacties is AI intussen routine-infrastructuur geworden — met rendementen die sectorleiders zelf vrijwel gelijkelijk beoordelen als "veelbelovend" (44%) en "beperkt" (42%) — terwijl AI-antwoordmachines stroomopwaarts het verkeer van uitgevers wegdrukken.

Deze editie behandelt de benchmark daarom niet alleen als een meting van journalistiek, maar als een eerste kaart van de bredere **informatieomgeving**: het samenspel tussen uitgevers, publieke media, platforms, makers, AI-interfaces, aanbevelingssystemen en burgers. De beslissende vraag verschuift van de vraag of mensen toegang hebben tot nieuws naar de vraag of zij voldoende geverifieerde, oorspronkelijke en voldoende diverse perspectieven tegenkomen om samen betekenis te geven aan de samenleving.

De conclusie van *Media voor Democratie 2026* — dat we in een korte, kneedbare periode leven waarin de toekomst wordt gebouwd en niet voorspeld — wordt door deze data ondersteund. Dat geldt ook voor de zes inzichten uit de deelsessies: **alle zes worden bevestigd** door het internationale bewijs, verschillende in aangescherpte vorm (paragraaf 05). De Nederlandse positie is sterk maar niet vanzelfsprekend, en de hefbomen die de koplopers van de achterblijvers onderscheiden zijn identificeerbaar en beïnvloedbaar.

Het Nederlandse landschap scoort hoog op vertrouwen en persvrijheid, is ondergemonetiseerd — en erodeert stilletjes aan de randen. Beide toekomstën die in de referentiegroep zichtbaar zijn, liggen nog open.

VERDEDIGEN

Persvrijheid van wereldklasse, bovengemiddeld vertrouwen, sterke directe toegang en traditioneel bereik.

DICHTEN

De lezersinkostenkloof: 15% betaalt tegenover 40% in Noorwegen — de grootste structurele afstand tot de referentiegroep.

VOLGEN

De vermijdingscurve, AI-bemiddeling, en vertrouwen gemeten per merk versus systeembreed.

01 AANLEIDING & DOEL

Waarom deze benchmark, waarom nu

Op 5 juni 2026 bogen zo'n 130 hoofdredacteurs, uitgevers, bestuursvoorzitters, toezichthouders, topambtenaren, wetenschappers en journalisten — de Nederlandse mediasector, publiek én privaat, in één zaal — zich tijdens *Media voor Democratie 2026* een dag lang over de toekomst van het Nederlandse medialandschap. Het ordenende inzicht van de dag: de sector leeft in een korte, kneedbare periode van grote veranderingen, urgenter gemaakt door versplintering die door AI wordt versneld. Keynote-spreker Carissa Véliz, filosoof in Oxford, formuleerde de inzet:

"De toekomst wordt niet voorspeld. De toekomst wordt gebouwd, door ons."

CARISSA VÉLIZ · MEDIA VOOR DEMOCRATIE 2026

Bouwen vereist weten waar je staat. Dit rapport neemt de zes inzichten uit de deelsessies van de dag — publieksrelaties, het demystificeren van AI, de journalist als gids, de betaalbaarheid van kwaliteitsjournalistiek, de dubbelzinnigheid van "vertrouwen" en de economie van de aandacht — en toetst elk daarvan aan het beste beschikbare internationale bewijs. De kernbronnen zijn het Reuters Institute *Digital News Report 2026* (gepubliceerd op 16 juni 2026, elf dagen na het evenement) en de RSF *World Press Freedom Index 2026*, aangevuld met de Nederlandse landenstudie die met het Commissariaat voor de Media is gemaakt.

De referentiegroep is bewust gekozen: de **Noordse landen** (Noorwegen, Zweden, Denemarken, Finland) als de kopgroep van hoog vertrouwen en hoge betalingsbereidheid waarmee Nederland vaak wordt vergeleken; **Duitsland** als de meest verwante grote markt; het **VK en Frankrijk** als grote Europese markten onder zichtbare druk; en de **VS** als het uiterste van versplintering. Samen markeren zij de corridor van plausibele Nederlandse toekomst.

02 HOE DE CIJFERS TE LEZEN

Methode en bronnen

Het *Digital News Report 2026* is gebaseerd op online-enquêtes onder bijna 100.000 respondenten in 48 markten, afgenomen in januari–februari 2026 met nationaal representatieve quota (Nederland: n = 2.022, in samenwerking met het Commissariaat voor de Media). "Vertrouwen in nieuws" is het aandeel dat vindt dat het meeste nieuws meestal te vertrouwen is; "betalen" is enige betaling voor onlinenieuws in het afgelopen jaar; "vermijding" is het soms of vaak actief vermijden van nieuws. De RSF-index beoordeelt 180 landen op vijf door experts gewogen indicatoren: politiek, juridisch, economisch, sociaal-cultureel en de veiligheid van journalisten.

Vier regels gelden in dit rapport

Uitsluitend gepubliceerde cijfers. Waar een landcijfer voor 2026 niet afzonderlijk is gepubliceerd in de geraadpleegde bronnen, blijft de cel open in plaats van geschat.

Subjectieve maten heten subjectief. Enquêtegebaseerde vertrouwensmaten zijn aggregaten van respondentopvattingen, geen objectieve beoordeling van betrouwbaarheid — en "vertrouwen" zelf wordt per instrument verschillend gemeten (paragraaf 05).

De ruismarge wordt gerespecteerd. Jaar-op-jaarveranderingen van twee procentpunten of minder worden als ruis behandeld, conform de eigen conventie van het Reuters Institute.

Analytische bescheidenheid. De benchmark scheidt waargenomen verschillen van verklaringen. Waar het bewijs een strategische hefboom suggereert — bijvoorbeeld bij de conversie naar lezersinkomsten — wordt die geformuleerd als een door vergelijking ondersteunde hypothese, niet als bewijs van causaliteit. Het Nederlandse landschap wordt behandeld als een geheel van op elkaar inwerkende subsystemen: publieke omroep, landelijke commerciële uitgevers, regionale titels, digital-native media, makers en platformomgevingen.

03

NEGEN MARKTEN · TWAALF SIGNALEN

Het benchmarkdashboard

Het dashboard houdt vast aan de regel om ontbrekende cijfers niet te verzinnen: geverifieerde waarden waar beschikbaar, benchmarksignalen waar het internationale bewijs vergelijking draagt, en duidelijke labels waar het bewijs open blijft.

VERTROUWEN & DEMOCRATIE

Algemeen vertrouwen in nieuws **49%**
12 punten boven mondiaal

RSF-persvrijheid **#2 · 88,9**
mondiale kopgroep

Regelrecht wantrouwen **21%**
ruwweg verdubbeld sinds 2018

Zorg over wat online echt is **+8pp**
een van de sterkste stijgingen in W-Europa

PUBIEK & AANDACHT

Hoge nieuwsinteresse **45%**
net onder mondiale 46%

Nieuwsvermijding **34%**
onder mondiale 42%

Weinig/geen interesse **14%**
van 4% in 2018

Tv versus video **houdt**
een van drie markten waar tv voorloopt/gelijk staat

BEDRIJF & INKOMSTEN

Betaalt voor onlinenieuws **15%**
2 punten lager dan vorig jaar

Referentie Noorwegen **40%**
kop van de betalingsmarkt

Referentie Zweden **32%**
hoge abonnementsvolwassenheid

Nederlandse inkomstenpositie **midden**
sterk systeem, zwakkere lezersconversie

PLATFORMS & AI

Uitsluitend sociaal nieuws **7%**
van 2% in 2018 · 1 min.+ volwassenen

Vertrouwen in sociaal nieuws **12%**
distributielaag met laag vertrouwen

Mondiaal wekelijks AI-nieuwsgebruik **10%**
groeiend, maar nog niet dominant

Nederlands AI-platformrisico **waakzaam**
sterke directe toegang; de interfacelaag beweegt

Twee samengestelde signalen maken de twaalf compleet: de **conversieklouw van uitgevers** — het Noorse betalersaandeel is ruwweg **2,7x** het Nederlandse — en de algehele **Nederlandse positie**: hoog vertrouwen en hoge vrijheid, maar ondergemonetiseerd en kwetsbaar voor randerosie. Mondiaal overstijgen sociale en videonetwerken (54%) inmiddels tv als breedst gebruikte nieuwsbron.

NEGEN MARKTEN NAAST ELKAAR

De markttabel

MARKT	VERTROUWEN	RSF	BETAALT	VERMIJDT	RISICO	BENCHMARKLEZING
Nederland	49%	#2 · 88,9	15%	34%		sterk, ondergemonetiseerd
Noorwegen	top 10	#1 · 92,7	40%	open		kop in vertrouwen + betaling
Zweden	top 10	#5 · 87,6	32%	open		abonnementsvolwassenheid
Denemarken	top 10	#4 · 88,5	20%	+7pp j/j		hoog vertrouwen, zwakkere conversie
Finland	63%	#6 · 86,2	open	open		vertrouwensleider van Europa
Duitsland	≈46%	#14 · 82,2	open	open		meest verwante grote markt
Verenigd Koninkrijk	30%	#18 · 79,5	open	50%		waarschuwingscasus erosie
Frankrijk	open	#25 · 76,7	open	open		grote Europese stresscasus
Verenigde Staten	25%	#64 · 62,6	-4pp j/j	45%		uiterste van versplintering
Mondiaal gemiddelde	37%	—	17%	42%		basislijn, geen ambitie

Platformrisico: laag beperkt waakzaam onder druk hoog extreem

NEDERLANDSE KRACHT

Persvrijheid van wereldklasse, bovengemiddeld vertrouwen en lager dan gemiddelde vermijding. Dat is het kernkapitaal.

NEDERLANDSE ZWAKTE

Lezersinkomsten zijn de uitschieter: met 15% ver van Noorwegen en Zweden, en onder het gemiddelde van de gevolgte markten.

NEDERLANDS AANDACHTSPUNT

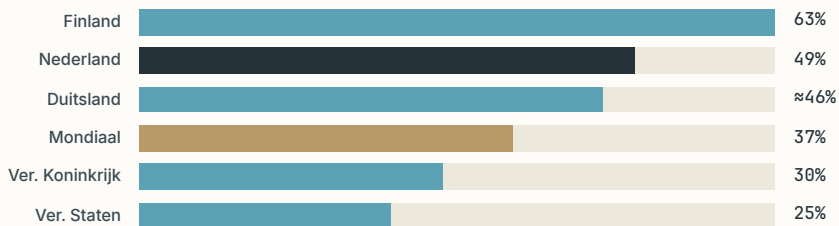
De zwakke signalen zijn geen instorting maar opstapeling: lagere interesse, meer uitsluitend-sociaal nieuws, groeiende twijfel over wat online echt is.

Methodologische noot: het dashboard verzint geen ontbrekende landcijfers. Het scheidt gepubliceerde waarden van benchmarksignalen; open cellen blijven open.

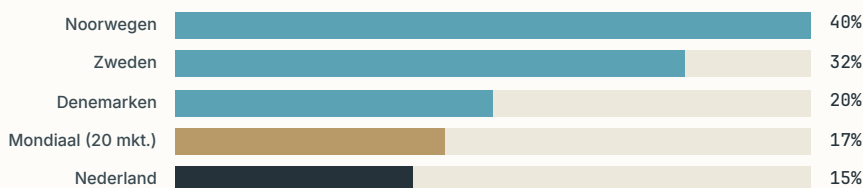
GEVERIFIEERDE CIJFERS, 2026

Drie maatstaven die de Nederlandse positie bepalen

VERTROUWEN IN NIEUWS



BETALEN VOOR ONLINENIEUWS



NIEUWSVERMIJDING (SOMS / VAAK)



Bron: Reuters Institute Digital News Report 2026 · uitsluitend geverifieerde gepubliceerde cijfers. Balken geschaald naar de hoogste waarde per maatstaf.

04 DRIE ASYMMETRIËN

Het scorebord gelezen: de Nederlandse driedubbele positie

De vrijheid is wereldtop; de monetisatie niet

Op persvrijheid zit Nederland feitelijk aan de grens van het haalbare: tweede van 180, vóór elk referentieland behalve Noorwegen, en één plaats gestegen in een jaar waarin de persvrijheid mondiaal een dieptepunt in 25 jaar bereikte. Maar de economische basis onder die vrijheid ziet er heel anders uit. Met 15% die betaalt voor onlinenieuws — en dalend — zit Nederland **onder het mondiale gemiddelde van 17%** en op minder dan de helft van de Noordse kopgroep. Denemarken laat zien dat dit niet simpelweg een kwestie van publieksinteresse is: het Deense en Noorse publiek rapporteren vergelijkbare niveaus van hoge nieuwsinteresse, maar Noorse uitgevers converteren tweemaal zo'n groot deel van de bevolking naar betalende gebruikers. De vergelijking suggereert dat conversie niet louter een culturele constante is; strategie lijkt een belangrijke rol te spelen.

De platformparadox

Mondiaal was 2026 het jaar waarin sociale media en videonetwerken elk ander kanaal voorbijstreefden als meest gebruikte nieuwsbron (54%, vóór tv met 52% en nieuwssites en -apps met 51%). Nederland is een van slechts drie markten waar traditionele kanalen op video nog standhouden — maar aan de randen is de verschuiving onmiskenbaar: het aandeel Nederlandse volwassenen dat *uitsluitend* via sociale media nieuws krijgt, groeide van 2% in 2018 naar 7% in 2026, ruim een miljoen mensen. De paradox, in de woorden van het Commissariaat voor de Media: deze platforms worden steeds belangrijker voor hoe mensen nieuws tegenkomen, terwijl slechts 12% van de Nederlanders zegt het nieuws daar te vertrouwen. De zorg over wat online echt is, steeg dit jaar in Nederland met acht punten — een van de sterkste stijgingen in West-Europa.

Stille erosie, geen instorting

De Nederlandse hoofdcijfers bewogen dit jaar weinig: vertrouwen -1, vermijding +2, beide binnen de ruismarge. De erosie zit in de langere reeks — en interesse is waar zij het eerst zichtbaar wordt. Over alle markten heen daalde de hoge nieuwsinteresse sinds 2021 met dertien punten (59% → 46%); het Nederlandse cijfer staat nu op 45% en is daarmee weggezaakt onder de Noorse (≈49%) en Deense (≈48%) niveaus waarmee Nederland ooit gelijk stond.

Aan de andere kant van de verdeling is het Nederlandse aandeel met weinig of geen nieuwsinteresse sinds 2018 meer dan verdrievoudigd (4% → 14%); het aandeel dat het nieuws regelrecht wantrouwt ruwweg verdubbeld (11% → 21%); en meldingen van intimidatie en geweld tegen journalisten stegen voor het derde jaar op rij. Geen van deze ontwikkelingen is op zichzelf een crisis.

De Britse reeks toont wat ze in combinatie worden: de interesse daalde daar sinds 2015 sterker dan in welke grote gevolgde markt dan ook, het vertrouwen zakte in tien jaar met twintig punten — van 50% in 2016 naar 30% in 2026 — en de vermijding beslaat inmiddels de helft van de bevolking.

Het VK van 2016 leek, op deze maatstaven, behoorlijk op het Nederland van vandaag.

4→14%

WEINIG/GEEN INTERESSE

Meer dan verdrievoudigd in Nederland sinds 2018.

11→21%

REGELRECHT WANTROUWEN

Ruwweg verdubbeld in dezelfde periode.

-20pp

BRITS VERTROUWEN, 2016-26

De steilste daling in de G7: wat opstapelende erosie wordt.

05 MEDIA VOOR DEMOCRATIE · DEELSESSIES

De zes inzichten, gebenchmarkt — alle zes bevestigd

Elk inzicht uit de deelsessies van 5 juni — zoals vastgelegd in de terugblik van Stichting Democratie en Media — wordt eerst weergegeven en vervolgens getoetst aan de internationale data. Het patroon is opvallend: de intuïties van de sector worden niet alleen bevestigd — alle zes houden stand, en in verschillende gevallen scherpt de data ze aan.

I · 1 De toekomst is voor wie de relatie met het publiek in handen heeft

✓ BEVESTIGD

De mondiale data maakt dit tot hét verhaal van 2026. Tv-nieuws en de eigen sites en apps van uitgevers daalden sinds 2020 met respectievelijk 13 en 12 punten, terwijl het aandeel dat sociale media en videonetwerken als *belangrijkste* bron noemt steeg van 22% naar 30%. Onder 18-24-jarigen noemt ruim de helft (52%) platforms en AI-chatbots als primaire route naar nieuws. Nederland behoudt een relatief sterke directe relatie — en handelt ernaar: de gezamenlijke brandbrief van 23 mediaorganisaties aan de informateur, GPT-NL getraind op de archieven van ruim 30 Nederlandse nieuwsmerken, en jongerenstrategieën van NOS Stories (1,3 mln. TikTok-volgers) tot SPILNEWS van Mediahuis en de gratis abonnementen van DPG voor 16-25-jarigen.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd en urgent. De Nederlandse directe relatie is bovengemiddeld, maar de mondiale stroom loopt de andere kant op; het verdedigingsvenster dat de deelsessie beschreef is reëel en meetbaar.

52%

18-24 · PRIMAIRE ROUTE

Noemt platforms en AI-chatbots als belangrijkste weg naar nieuws.

22→30%

SOCIAAL ALS HOOFDBRON

Aandeel dat sociale/videonetwerken als hoofdbron noemt, sinds 2020.

-13pp

TV-NIEUWS SINDS 2020

De eigen sites en apps van uitgevers daalden in dezelfde periode 12 punten.

I·2 We moeten AI demystificeren

✓ BEVESTIGD

Het wekelijkse gebruik van AI-chatbots voor nieuws steeg mondiaal van 7% naar 10% — groeiend, maar allermist de onstuitbare trein uit de krantenkoppen, en het afgelopen jaar vlak in de VS, het VK, Frankrijk en Duitsland. Het vertrouwen in antwoorden van AI-chatbots is mondiaal slechts 20%, ver onder zelfs het historisch lage vertrouwen in nieuws (37%); in het VK is het 6%, het laagste van alle markten. Het Nederlandse gebruik (~7% van de volwassenen, 13% onder jongeren) ligt onder het mondiale gemiddelde. Opvallend: slechts 42% van de chatbot-nieuwsgebruikers wereldwijd klikt vaak of altijd door naar bronnen — waar AI-bemiddeling wél groeit, komt het verkeer dus grotendeels niet terug.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd. AI-als-nieuws is verwaarloosbaar noch onvermijdelijk; het venster om normen te vormen (GPT-NL, herkomst, bronvermelding) staat open — precies de "paar jaar om een goed voorbeeld te bouwen" die de sessie benoemde.

I·3 De journalist als gids

✓ BEVESTIGD

De overdaad is reëel: de nieuwsinteresse daalde sinds 2021 met 13 punten over de markten heen, het aandeel incidentele of passieve gebruikers steeg van 16% naar 25%, en 62% maakt zich mondiaal zorgen over wat online echt en nep is. Maar de gidsrol heeft een economisch bewijs: de markten waar het publiek oriëntatie, context en selectie het meest waardeert — Noorwegen, Zweden, Finland — zijn ook de markten waar men er het meest voor betaalt. Volgens de CvdM-analyse van 2026 is het Nederlandse vertrouwen groter waar feitelijk nieuws herkenbaar gescheiden is van opinie, en waar onafhankelijkheid van eigenaren en politici zichtbaar is.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd, met een aanscherping: de gidsrol is te monetiseren, maar alleen waar het gidswerk zelf aantoonbaar transparant en onafhankelijk is.

I·4 Wie kan zich kwaliteitsjournalistiek nog veroorloven?

✓ BEVESTIGD

Wie voor nieuws betaalt is betrokkener, vermijdt minder en is digitaal vaardiger dan gemiddeld. De totale lezersmarkt groeit niet meer (17% over de gevolgde markten, vlak), waardoor groei voor de één steeds vaker uit de abonnees van de ander komt. Als AI de gratis massalaag wordt terwijl kwaliteitsjournalistiek een betaalde optie wordt, volgt de informatiesamenleving met twee snelheden waar de sessie voor vreesde welhaast mechanisch. Nederlandse verzachtingen zijn in het veld — de 5.000 gratis regionale abonnementen van DPG en gratis digitale abonnementen voor studenten van 16–25 — maar met 15% betalenden en dalend is de structurele kwetsbaarheid groter dan in welk Noords referentieland dan ook.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd als de grootste structurele achterstand van Nederland op de groep waarmee het zich wil meten. Het contrast Noorwegen–Denemarken toont dat de kloof met strategie te dichten is, niet alleen met cultuur.

I·5 Praat niet meer over "vertrouwen" — of definieer het precies

✓ BEVESTIGD

In hetzelfde jaar rapporteert Edelman dat 58% van de Nederlanders erop vertrouwt dat de media "doen wat juist is", terwijl het DNR rapporteert dat 49% "het meeste nieuws meestal" vertrouwt — verschillende vragen, verschillende antwoorden, hetzelfde woord. Het DNR 2026 maakt de gelaagdheid expliciet: het vertrouwen in afzonderlijke veelgebruikte merken houdt veel beter stand dan het vertrouwen in "het nieuws" als geheel. Wat erodeert is het vertrouwen in de informatieomgeving — 70% wereldwijd meent dat eigenaren onbehoorlijke invloed op het nieuws uitoefenen, 70% zegt hetzelfde van politici — niet noodzakelijk in specifieke redacties. Het vertrouwensprobleem is deels een attributie- en meetprobleem.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd en van betekenis. "Vertrouwen" zonder definitie is onmeetbaar en dus onbestuurbaar; de splitsing merk/systeem is de definitie die de data zelf aanreikt.

I·6 De aandacht die sociale media te gelde maken, is niet de aandacht die nieuwsmedia nodig hebben

✓ BEVESTIGD

De afhankelijkheid die de sessie beschreef is in 2026 gekwantificeerd: nieuwsorganisaties hebben platforms steeds meer nodig voor bereik (77% van de mensen wereldwijd kijkt wekelijks online nieuwsvideo, overweldigend op platforms van derden), terwijl de rangschikkingslogica van die platforms ondoorzichtig blijft. Het *chilling effect* is in de Nederlandse markt zelf gedocumenteerd: SPILNEWS, het jongerenmerk van Mediahuis, stelde publiekelijk TikToks ondoorzichtige moderatie en *shadow-banning* aan de kaak — zichtbaarheidsbeperkingen zonder melding, transparantie of beroepsmogelijkheid — als strijdig met de Europese verordening mediavrijheid (EMFA). Intussen kreeg 27% wereldwijd de afgelopen week nieuws van nieuwsgericte makers; het meest gevolgte Nederlandse nieuwsaccount, Cestmocro (1,2 mln. Instagram-volgers), wordt anoniem beheerd. Makersaandacht is echter complementair, geen vervanging — slechts 3% wereldwijd vertrouwt voor al het nieuws op makers.

BENCHMARKOORDEEL

Bevestigd. De ruil tussen bereik en aandacht is structureel ongelijk, en de voorwaarden ervan (ondoorzichtigheid, shadow-banning) zijn inmiddels een reguleringsvraag — de EMFA geeft de Nederlandse sector een positie die de meeste markten missen.

I·1 – I·6

ZES INZICHTEN GETOETST

6 / 6

BEVESTIGD DOOR DE DATA

3

DOOR DE DATA
AANGESCHERPT

AI in de redactie

Inzicht I·2 behandelde AI aan de consumptiekant — chatbots als route naar nieuws. De productiekant beweegt sneller. Het aanvullende onderzoek van het Reuters Institute onder **280 leidinggevendenden in de nieuwssector in 51 landen** (*Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2026*, met Nederland en de Benelux onder de best vertegenwoordigde markten) geeft de internationale basislijn waartegen de Nederlandse redactiepraktijk kan worden gelezen.

Adoptie is breed; rendement niet

AI is inmiddels routine-infrastructuur in de redactie — voor nieuwsgaring, schrijfwerk, samenvatting, metadata en workflowautomatisering. Maar het oordeel van de leiders zelf is opvallend gelijk verdeeld: **44% noemt de eigen AI-initiatieven "veelbelovend"**, **42% noemt de resultaten "beperkt"**. Twee derde (67%) meldt geen banenbesparing door AI-efficiëntie; 16% heeft licht ingekrompen, terwijl 9% juist rollen en kosten heeft toegevoegd. De eerlijke lezing is transformatie noch mislukking: brede adoptie, dun en ongelijk rendement — vooralsnog. Minder dan vier op de tien leiders (38%) zijn optimistisch over de vooruitzichten van de journalistiek als geheel, terwijl een meerderheid (53%) wel vertrouwen houdt in de eigen organisatie.

De echte druk zit stroomopwaarts: antwoordmachines

Het scherpste AI-effect op redacties in 2026 is niet het interne gereedschap maar de distributie. De zoekverwijzingen van Google naar uitgevers zijn al met ruwweg een derde gedaald (Discover -21%), gedreven door AI Overviews die vragen op de resultatenpagina zelf beantwoorden, en uitgevers voorzien binnen drie jaar nog eens circa 40% minder zoekverkeer. Verwijzingen vanuit ChatGPT groeien snel maar blijven, in de woorden van het Reuters Institute, weinig meer dan een afrondingsfout — Google Search alleen levert er zo'n 500 keer zoveel. Slechts 20% van de uitgevers verwacht dat licentiedeals voor AI-content binnen drie jaar substantiële inkomsten opleveren.

Het strategische antwoord: onderscheidend vermogen

Het onderzoek documenteert een samenhangende koerswijziging in de sector, weg van wat machines goedkoop reproduceren: geplande investeringen in **oorspronkelijke onderzoeksjournalistiek (netto +91%) en duidende analyse (netto +82%)**, terwijl generieke bulkproductie wordt teruggeschroefd (netto -38%); 79% geeft prioriteit aan video en 71% aan audio. De herkomstinfrastructuur loopt ver achter — minder dan 1% van de nieuwsbeelden en -video's draagt momenteel C2PA-herkomstmetadata — en dat telt, want in een omgeving vol AI-slop wordt het vermogen om te tonen waar content vandaan komt en hoe zij is bewerkt een concurrentievoordeel, geen compliancekost.

Waar Nederland staat

De Nederlandse redactiepraktijk spiegelt het internationale patroon, maar met een ongewoon **collectief en soeverein karakter**. GPT-NL — ruim 30 nieuwsmarken die hun archieven bundelen om een Nederlands taalmodel te trainen, gebouwd op auteursrechtbescherming en eerlijke vergoeding — is precies het "goede voorbeeld" waar de sessie van Media voor Democratie om vroeg, en het wederkerige tegenontwerp voor het antwoordmachineprobleem. Ezra Eeman (NPO) vat de vereiste omslag treffend samen: van denken over "AI in Media" naar "Media in AI".

Het volledige productiespectrum is in de Nederlandse markt zichtbaar: Mediahuis beproeft AI-agents die eerstelijns breaking news volledig produceren met menselijke controle alleen op het eindresultaat — structureel vergelijkbaar met de ruim 30 "AI-assisted reporters" van de Britse regionale uitgever Newsquest — terwijl DPG-titels over functies heen experimenteren en regionaal dagblad Tubantia AI-suggesties gebruikt voor eenvoudiger, minder negatief taalgebruik om vermijding tegen te gaan. De governance-inzet is even zichtbaar: een voormalig hoofdredacteur van NRC werd door Mediahuis geschorst na het publiceren van door AI verzonnen citaten in zijn nieuwsbrief. Dat incident, hoe ongemakkelijk ook, toont juist het kapitaal: een verantwoordingslijn die wordt gehandhaafd.

In een landschap waar het vertrouwen op systeemniveau erodeert, is gehandhaafde redactionele verantwoording rond AI — zichtbaar, controleerbaar en gemeten — een van de weinige vertrouwenssignalen die machines niet kunnen vervalsen.

07

LANDENLESSEN

Wat elk referentieland leert

Noorwegen — het plafond

RSF #1 (10e jaar op rij) · 40% betaalt voor onlinenieuws

Bewijs dat een kleine taalgemeenschap met hoog vertrouwen de hoogste betalingsbereidheid ter wereld kan dragen: decennia van bundeling, huishoudabonnementen en loyaliteit aan lokale titels omgezet in een duurzame basis van lezersinkomsten — met een nieuwsinteresse vergelijkbaar met de Deense, maar tweemaal het aandeel betalenden.

LES VOOR NL — De betalingskloof lijkt deels een conversieprobleem, en conversieproblemen hebben op zijn minst deels oplossingen aan uitgeverszijde.

Finland — het vertrouwensanker

Vertrouwen 63%, hoogste van Europa · RSF #6

De sterkste cultuur van directe toegang in het onderzoek: Finnen gaan onevenredig vaak rechtstreeks naar nieuwssites en -apps, verkiezen tekst boven video, en bekijken nieuwsvideo méér op de eigen kanalen van uitgevers dan op sociale platforms. Directe gewoonten en het hoogste vertrouwen van Europa versterken elkaar.

LES VOOR NL — Directe toegang verdedigen is vertrouwen verdedigen; het is hetzelfde kapitaal.

Denemarken — de waarschuwing naast de deur

RSF #4 · betaalt 20% · vermijding +7pp in één jaar

Structureel het meest op Nederland lijkende Noordse land: hoog vertrouwen, sterke publieke omroep, tv nog voorop op video — en een betalersaandeel dat dichterbij de Nederlandse 15% ligt dan bij de Noorse 40%. In 2026 noteerde het een van de grootste eenjaarsstijgingen in nieuwsvermijding ter wereld.

LES VOOR NL — Vermijding kan springen, niet alleen sluipen. Houd de Nederlandse 34% scherp in de gaten.

Duitsland — stabiliteit, tegen een prijs

Vertrouwen $\approx 46\%$ (een van slechts vijf stijgende markten) · RSF #14

De meest verwante grote markt: tv loopt nog voor op onlinevideo, het vertrouwen steeg licht terwijl het vrijwel overal daalde, en AI-chatbotgebruik voor nieuws is vlak. Maar ook hier steeg sociale media als hoofdbron in één jaar met vier punten — de platformstroom loopt óók onder stabiele markten door.

LES VOOR NL — Traditionele kracht koopt tijd; ze stopt de onderliggende verschuiving niet.

Verenigd Koninkrijk — erosie opgestapeld

Vertrouwen 30% (-5; -20pp sinds 2016) · vermijding 50% · RSF #18

Tien jaar geleden leek het VK op het Nederland van nu. Sinds 2016 daalde het vertrouwen met twintig punten — de steilste daling in de G7 — bereikte de vermijding de helft van de bevolking, scoort de migratieberichtgeving een nettotevredenheid van -37, en is het vertrouwen in AI-nieuwsantwoorden (6%) het laagste ter wereld. De interesse bleef; de relatie brak.

LES VOOR NL — Vertrouwen gaat verloren per onderwerpsdomein (migratie, klimaat), niet in één keer.

Verenigde Staten — de stresstest

Vertrouwen 25% (7e laagste van 48) · RSF #64 (-7 plaatsen)

Hoe volledige politisering van de informatieomgeving eruitziet: vertrouwen op 25% in totaal en slechts 15% bij politiek rechts — vrijwel het laagste voor welk politiek segment in welke markt dan ook — dalende betaling, vermijding op 45%, en persvrijheid inmiddels lager gerangschikt dan zestig landen. Frankrijk (RSF #25, publieke media per saldo negatief beoordeeld) staat halverwege dezelfde helling.

LES VOOR NL — Zodra vertrouwen langs politieke identiteit polariseert, herstelt geen redactionele strategie het snel.

08 POSITIEOVERZICHT

De Nederlandse scorekaart

De scorekaart vertaalt de benchmark naar bestuurstaal: vier sterktes om te verdedigen, vier kwetsbaarheden om te dichten, drie aandachtspunten om te volgen.

STERKTES — VERDEDIGEN

Persvrijheid	RSF #2 van 180 (88,9), één plaats gestegen in een jaar waarin de mondiale persvrijheid een 25-jarig dieptepunt bereikte. Het institutionele fundament waarop elk ander voordeel rust.
Vertrouwenspremie	49% tegenover 37% mondiaal; NOS, ANP, RTL Nieuws en regionale titels behouden een hoog merkvertrouwen. "We hebben iets te verliezen dat we moeten beschermen" (CvdM-voorzitter Amma Asante).
Traditioneel bereik	Een van slechts drie markten wereldwijd waar tv-nieuws nog voorop loopt op of gelijk staat aan onlinevideo; directe routes naar nieuws blijven relatief sterk.
Sectorcoördinatie	De gezamenlijke brandbrief van 23 organisaties aan de informateur, GPT-NL (ruim 30 merken die archieven bundelen), en een fusieregime dat pluriformiteitsvoorwaarden verbond aan DPG-RTL. Weinig markten kunnen op dit niveau collectief handelen.

#2 • 88,9

RSF-INDEX 2026

Eén plaats gestegen terwijl de mondiale persvrijheid een 25-jarig dieptepunt bereikte.

49%

VERTROUWEN IN NIEUWS

Verankerd in hoog merkvertrouwen in NOS, ANP en RTL Nieuws.

23

ORGANISATIES

Ondertekenden de gezamenlijke sectorbrief aan de informateur.

KWETSBAARHEDEN — DICHTEN

Betalingskloof	15% en dalend — onder het mondiale gemiddelde, minder dan de helft van de Noordse kopgroep. De grootste structurele afstand tussen Nederland en de groep waaraan het zich spiegelt.
Afgehaakte rand	Geen/lage interesse verdrievoudigd sinds 2018 (4% → 14%); regelrecht wantrouwen verdubbeld (11% → 21%); ruim 1 miljoen volwassenen uitsluitend op sociale media. Elk van deze groepen is, eenmaal gevormd, moeilijk terug te winnen.
Concentratie	De overname van RTL door DPG consolideert een toch al sterk geconcentreerde markt verder. Voorwaarden (NU.nl en RTL Nieuws gratis en gescheiden, onafhankelijke stichtingen) verzachten de pluriformiteitsrisico's maar nemen ze niet weg — en 70% van het publiek wereldwijd meent al dat eigenaren onbehoorlijke invloed op het nieuws uitoefenen.
Veiligheid journalisten	Intimidatie, bedreigingen en geweld voor het derde jaar op rij gestegen, naast genormaliseerde politieke aanvallen op media. De RSF-deelindicator veiligheid (#33) is nu al het zwakste element van de Nederlandse #2-positie.

AANDACHTSPUNTEN — VOLGEN

Vermijdingscurve	34% (+2) oogt comfortabel tegenover de mondiale 42% — maar Denemarken demonstreerde zojuist een sprong van +7pp in één jaar vanaf een vergelijkbare uitgangspositie.
AI-bemiddeling	Het Nederlandse chatbotgebruik voor nieuws (~7%; 13% onder jongeren) ligt onder de mondiale 10%, maar de meeste gebruikers bezoeken geen bronnen — elke groeipunt is grotendeels verloren verkeer. Het wederkerigheidsmodel van GPT-NL is het tegenontwerp om te volgen.
Definitiediscipline	Volg merkvertrouwen en systeemvertrouwen als afzonderlijke reeksen, conform inzicht I-5. Eén enkel "vertrouwens"-cijfer blijft anders valse alarmen en valse geruststelling produceren.

Van journalistieke benchmark naar benchmark van de informatieomgeving

Journalistiek kan niet langer geïsoleerd worden gebenchmarkt. Burgers ontmoeten nieuws steeds vaker via interfaces die selecteren, rangschikken, samenvatten of antwoorden voordat een uitgevermerk zelfs maar zichtbaar is. De gezondheid van het Nederlandse systeem hangt daarom af van de kwaliteit van de informatieomgeving rond de journalistiek: zoekmachines, sociale aanbeveling, makersecosystemen, AI-antwoordmachines en publieke instituties.

AI verandert productie, vindbaarheid en besluitvorming

In de productie automatiseert AI onderzoek, schrijfwerk, metadata en workflow. In de vindbaarheid verandert zij hoe mensen informatie vinden. In de besluitvorming bepaalt zij welke bronnen zichtbaar zijn en welke links achter een antwoord verdwijnen. De governancevraag is niet óf redacties AI gebruiken, maar of AI-gemedieerde systemen menselijke autonomie, bronvermelding, pluriformiteit en aanvechtbaarheid behouden.

Concentratie vergroot de slagkracht en vernauwt de diversiteit

Grotere groepen kunnen investeren in technologie, abonnementen, video, compliance en AI-infrastructuur op een schaal die kleinere titels niet kunnen evenaren — maar concentratie kan de redactionele diversiteit vernauwen en de agenderende macht vergroten. De Nederlandse vraag is onder welke voorwaarden van transparantie, governance en pluriformiteit schaal de publieke ruimte versterkt in plaats van alleen de balans.

Vertrouwen moet worden ontleed

De benchmark moet onderscheid maken tussen institutioneel vertrouwen, merkvertrouwen, brongeloofwaardigheid, procedurele transparantie en epistemisch zelfvertrouwen. Genoemde merken kunnen vertrouwd blijven terwijl het vertrouwen in het omringende systeem erodeert; alleen het eerste meten produceert valse geruststelling.

Perspectiefdiversiteit is de ontbrekende democratische indicator

De volgende generatie benchmarking moet vragen welk spectrum aan perspectieven mensen tegenkomen: hoeveel oorspronkelijke verslaggeving het systeem binnenkomt, hoe vaak titels op hetzelfde frame samenvallen, welke stemmen ontbreken, en of AI de blootstelling aan concurrerende verklaringen vergroot of verkleint.

De Nederlandse poldervraag

Nederland leunt op instituties die verschil omzetten in werkbare overeenstemming — dat vergt gedeelde feiten, zichtbaar meningsverschil en begrip tussen groepen. De benchmark moet vragen of het mediasysteem die polderfunctie nog draagt, of dat platformversplintering het publieke gesprek verandert in parallelle werkelijkheden.

10 BOUWEN, MET INSTRUMENTEN

Implicaties

Voor **hoofdedacties** herkadreert de benchmark de vertrouwensvraag. Omdat de erosie zich concentreert op systeemniveau terwijl het merkvertrouwen standhoudt, ligt de grootste hefboom bij het zichtbaar maken van de redactionele constructie: herkenbare scheiding van feit en opinie, aantoonbare onafhankelijkheid, en — indachtig de Britse verliezen per onderwerpsdomein — precies weten op welke domeinen de eigen berichtgeving afwijkt van die van collega-titels, vóórdát het publiek dat zelf concludeert.

Voor **uitgevers** is het contrast Noorwegen–Denemarken het werkzame feit: vergelijkbaar publiek, dubbele conversie. De Nederlandse 15% hoeft niet als vast plafond te worden behandeld. Maar het Noordse model monetiseert oriëntatie en gidswerk, en gidswerk is alleen verkoopbaar zolang het aantoonbaar betrouwbaar is — wat terugvoert naar het redactionele punt.

Voor **beleidsmakers en instituties** wijzen de RSF-deelscore voor veiligheid, de platformtransparantievragen onder de EMFA en de pluriformiteitsvoorwaarden bij DPG–RTL dezelfde kant op: de Nederlandse #2-positie wordt onderhouden door actief institutioneel werk, niet geërfd. De oproep in de brandbrief tot een geïntegreerd media- en technologiebeleid is, op dit bewijs, juist gericht.

Onder alle drie ligt een **meetlacune**. De eigen conclusie van de sector van 5 juni — gebruik "vertrouwen" niet meer losjes, weet waar de relatie met het publiek werkelijk staat — vereist instrumenten die werken *tussen* de jaarlijkse enquêtemomenten in: gestructureerde, doorlopende meting van hoe dezelfde verhalen over titels heen worden geframed, wat wordt benadrukt en wat wordt weggelaten, waar de divergentie groeit, en of burgers voldoende oorspronkelijke verslaggeving, brondiversiteit, verificatie, correctie, context en duiding tegenkomen. Dat is de laag waarop de sterke Nederlandse positie zal worden verdedigd of verloren — en het is de laag die deze benchmark waarneembaar wil houden.

Wij richten ons op *news intelligence*: hoe de nieuwssector AI verantwoordelijker en effectiever kan inzetten, en hoe het publiek zich opnieuw kan verbinden via een helderder begrip van het bredere informatie-ecosysteem.

Voor een briefing, samenwerking of gesprek op bestuursniveau: gvn@polders.news · <https://polders.media>

BRONNEN

Reuters Institute for the Study of Journalism, *Digital News Report 2026* (16 juni 2026; ~97.000 respondenten, 48 markten; NL n = 2.022, met het Commissariaat voor de Media; Nederlandse landenpagina door Tim Groot Kormelink, Vrije Universiteit Amsterdam) · Commissariaat voor de Media, *Digital News Report Nederland 2026* · Reporters Without Borders, *World Press Freedom Index 2026* (30 april 2026) · Stichting Democratie en Media, *Media voor Democratie 2026* — “De toekomst wordt gebouwd door ons” (5 juni 2026) · Edelman Trust Barometer 2026 (Nederlands mediacijfer, zoals aangehaald door het CvdM) · Reuters Institute, *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2026* (Nic Newman, 12 januari 2026; 280 leidinggevenden in de nieuwssector in 51 landen) — bron voor alle cijfers over redactionele AI, zoekverwijzingen, licenties en contentstrategie in paragraaf 06.

Enquêtegebaseerde vertrouwscijfers zijn aggregaten van respondentopvattingen, geen objectieve beoordeling van betrouwbaarheid. Open cellen zijn niet afzonderlijk gepubliceerd in de geraadpleegde bronnen; geen enkel cijfer in dit rapport is verzonnen of geëxtrapoleerd. Veranderingen van ±2pp worden binnen de enquêteeruis geplaatst. Dit rapport is een onafhankelijke analyse van Project Polders.Media en is niet verbonden aan of onderschreven door het Reuters Institute, RSF, het CvdM of Stichting Democratie en Media. · © 2026 Polders.Media B.V., Amsterdam