

de.....Media
.....
.....
...federatie

AI MONITOR 2026

IN MEDIA & PUBLISHING

de Mediafederatie, maart 2026

Marie-Louise Kok en Wendy Woelders

INLEIDING

De **AI Monitor 2026 in Media & Publishing** brengt in opdracht van [de Mediafederatie](#) in kaart hoe de sector Artificial Intelligence (AI) toepast, welke resultaten dit oplevert en welke vraagstukken daarbij centraal staan.

In totaal hebben **241 professionals** deelgenomen, afkomstig van drie brancheorganisaties:

- Groep Algemene Uitgevers (GAU) 76
- Media voor Educatie, Vak en Wetenschap (MEVW) 117
- Magazine Media Associatie (MMA) 58

De respondenten hebben een online vragenlijst ingevuld, bestaande uit negen gesloten vragen voor het verzamelen van kwantitatieve gegevens en één open vraag voor kwalitatieve verdieping.

In voorliggende rapportage betreft de sector als geheel. We maken hierin geen onderlinge vergelijkingen tussen de brancheorganisaties, aangezien iedere brancheorganisatie opereert binnen een eigen context, dynamiek en ontwikkelingsfase.

RESPONDENTEN

Aan de respondenten is gevraagd aan te geven tot welke functiegroep zij behoren (zie de toelichting in de bijlage).

Directie/Management	43%	Product/Innovatie	7%
Redactie/ Content	24%	Operations/Bedrijfsvoering	5%
Marketing/Communicatie	10%	Rechten/Contracten	2%
Sales/Commercie	7%	Techniek/Data/IT	1%

Dit kan betekenen dat strategische en inhoudelijke aspecten sterker zichtbaar zijn in de resultaten dan commerciële, operationele, juridische of technische invalshoeken.

Daarnaast is het belangrijk op te merken dat in de *AI Monitor* geen vragen zijn gesteld over andere kenmerken zoals organisatiegrootte, leeftijd, sectorervaring of ervaring met AI. Deze factoren kunnen van invloed zijn op de visie op de inzet en organisatie van AI. De uitkomsten dienen daarom te worden gelezen als een weergave van de perspectieven binnen deze specifieke respondentengroep, en niet als een volledig representatief beeld van alle mogelijke invalshoeken.

SAMENVATTEND

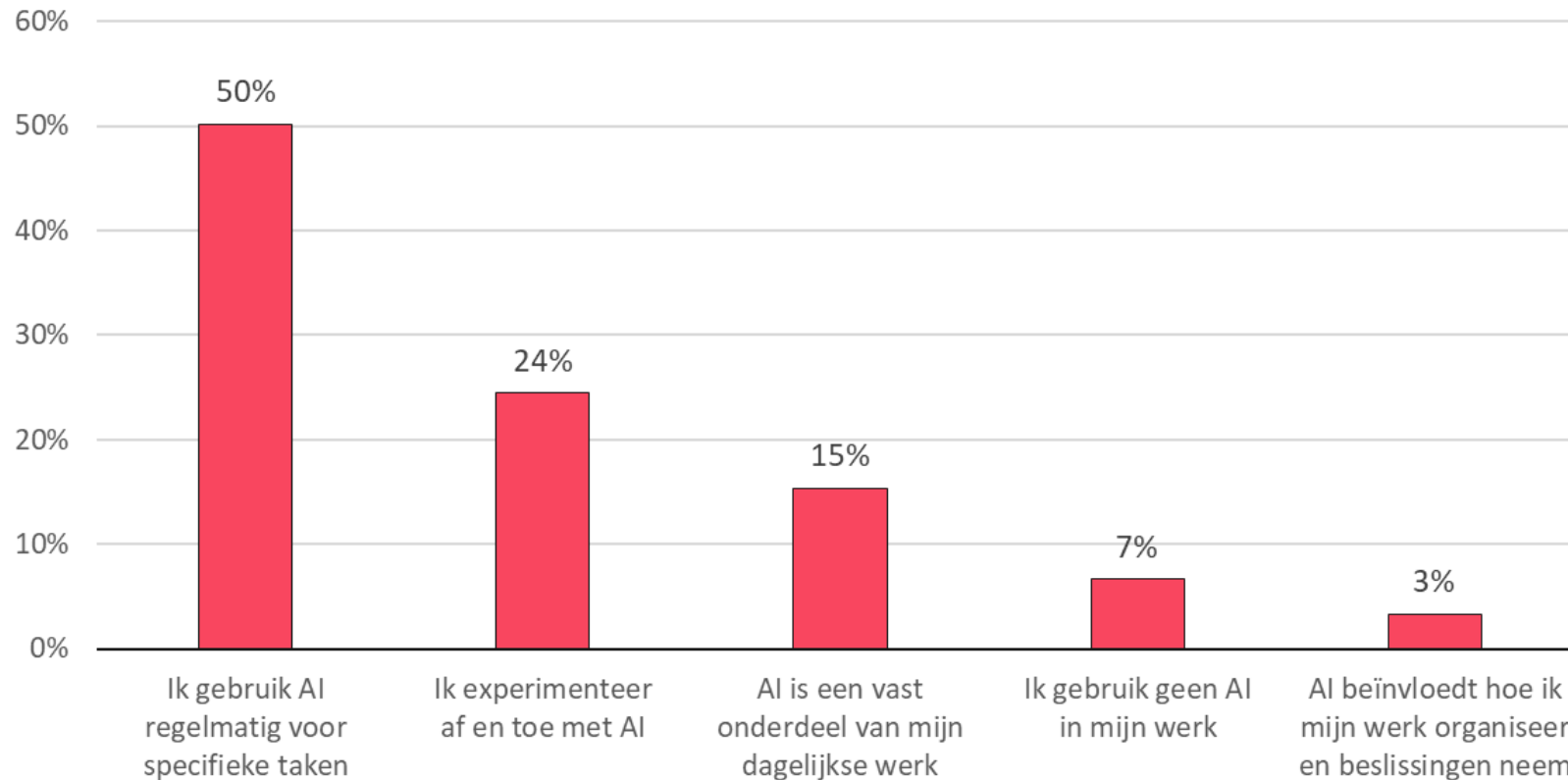
AI in ontwikkeling: tussen experiment en structurele inbedding

AI wordt binnen de sector op brede schaal toegepast, met name in content- en kennisprocessen. De ervaren meerwaarde ligt vooral in efficiëntie en ondersteuning van het dagelijkse werk. Tegelijkertijd wijst de gemiddelde AI-volwassenheid (6,4) erop dat veel organisaties zich in een overgangsfase bevinden: AI is aanwezig, maar nog niet volledig verankerd in beleid en werkwijze.

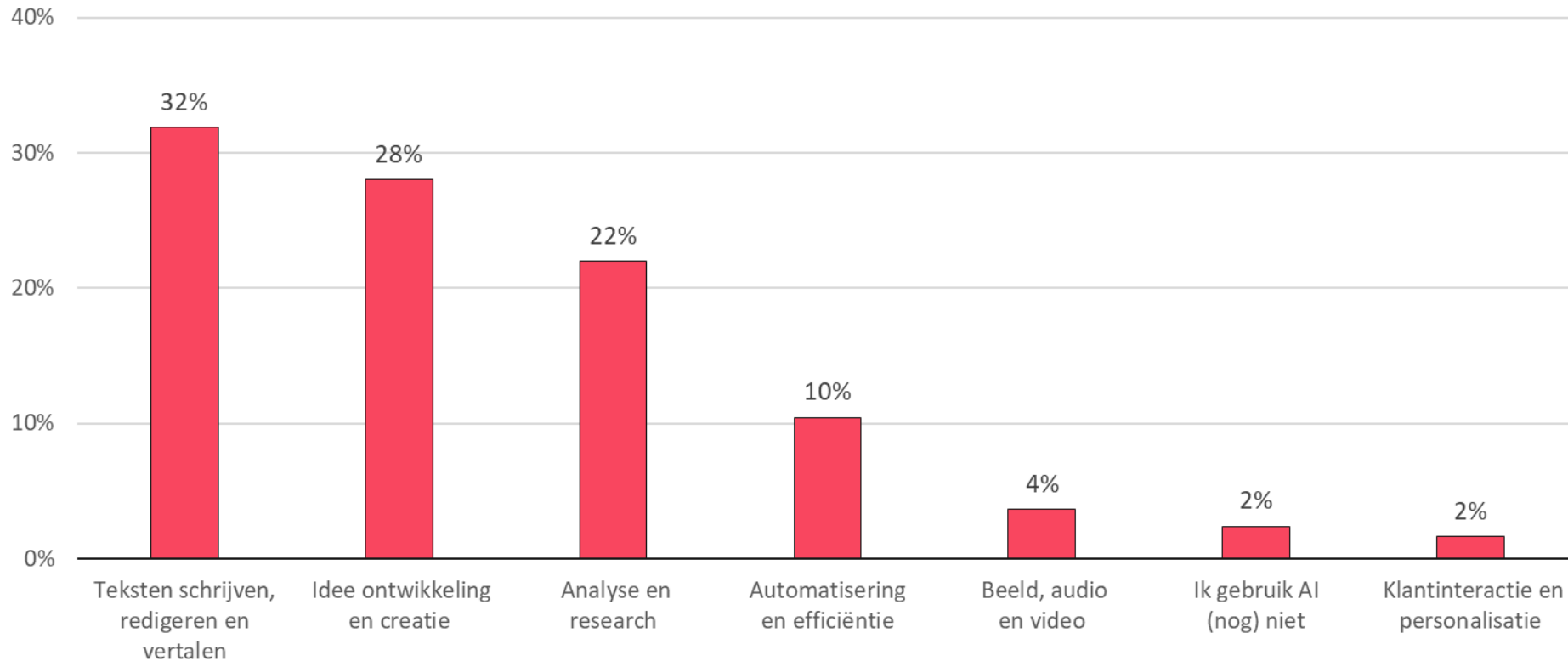
De belangrijkste vraagstukken hebben minder betrekking op de technologie zelf en meer op de condities waaronder zij wordt ingezet. Auteursrecht, privacy, betrouwbaarheid van output en transparantie over menselijke bijdrage vragen om duidelijke kaders en gezamenlijke afspraken. Daarnaast speelt de verdere ontwikkeling van kennis, vaardigheden en verantwoordelijkheden een rol.

De centrale beweging lijkt daarmee te verschuiven van verkennen naar organiseren: van het benutten van mogelijkheden naar het zorgvuldig inbedden van AI in professionele standaarden en werkprocessen.

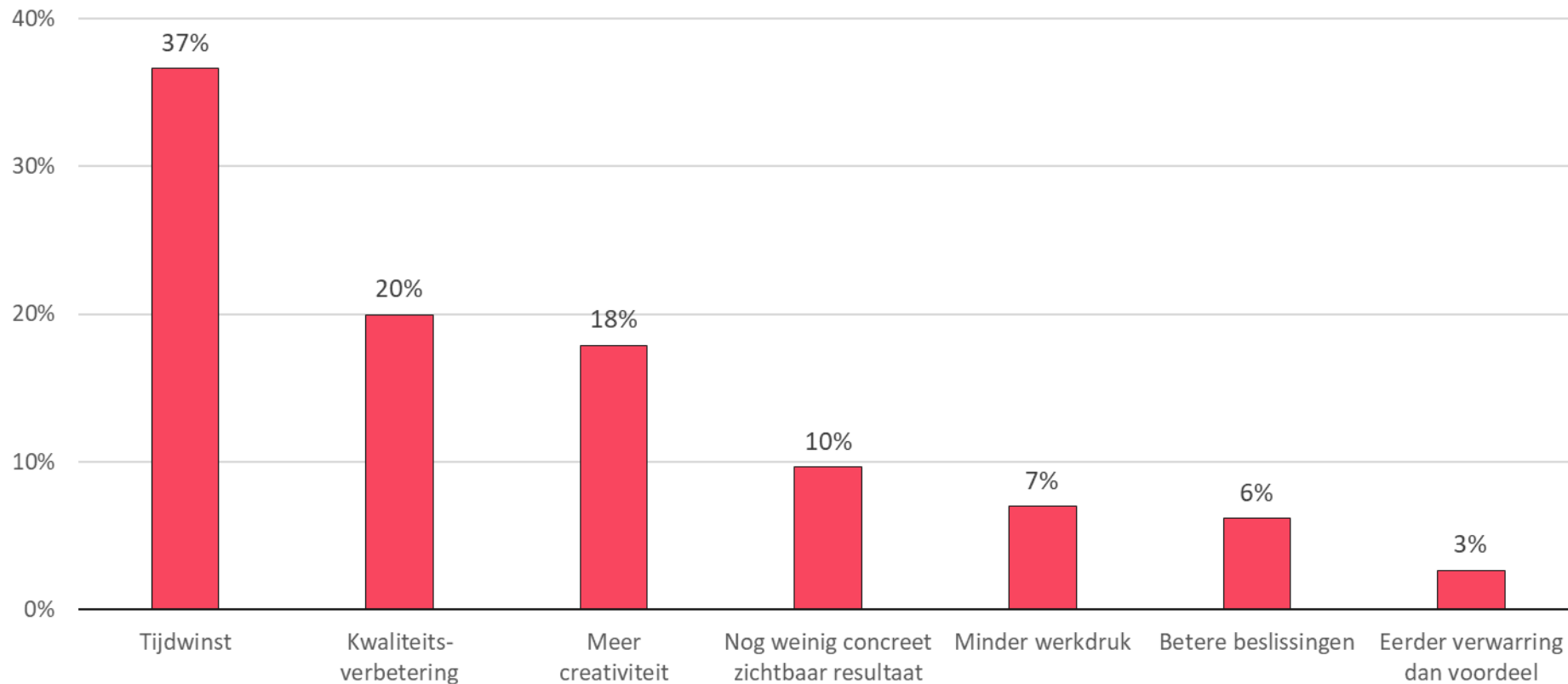
HOE OMSCHRIJF JE JOUW ONGANG MET AI?



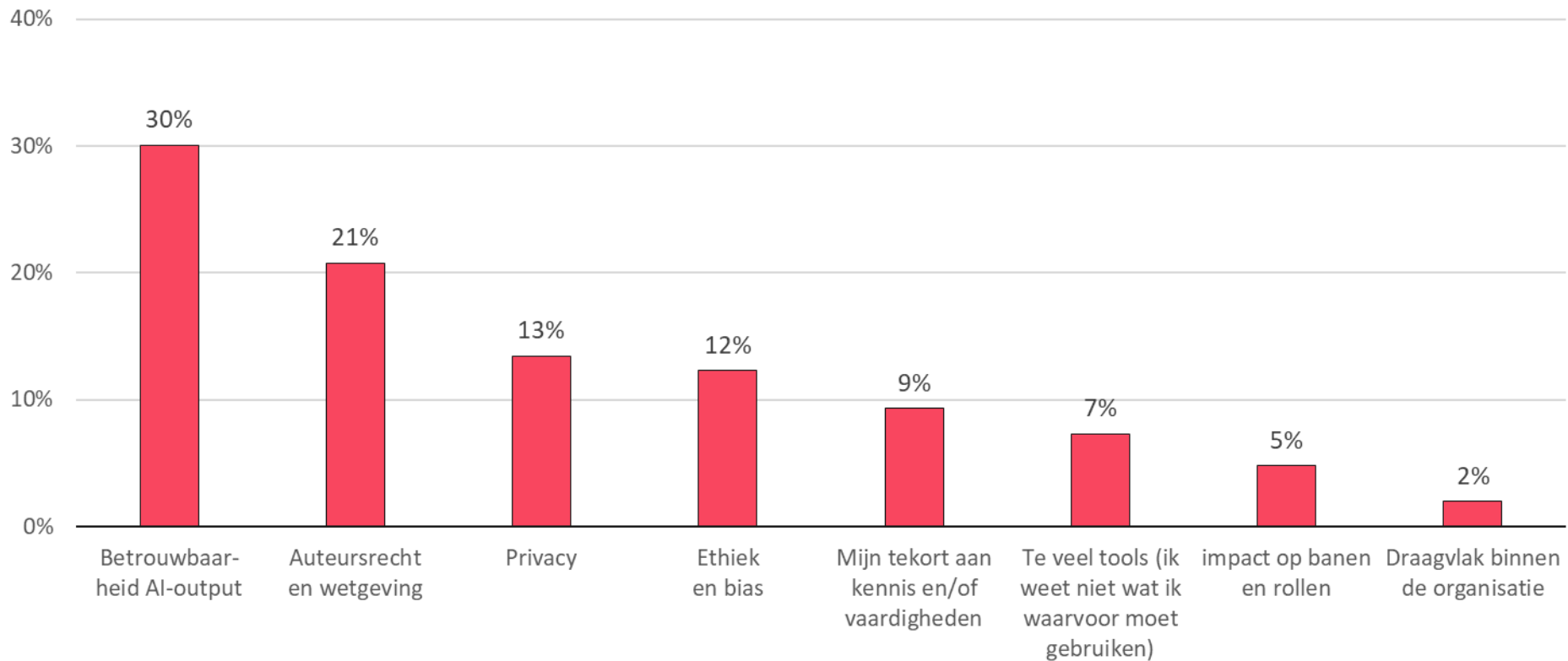
WAARVOOR GEBRUIK JE AI MOMENTEEL HET MEEST?



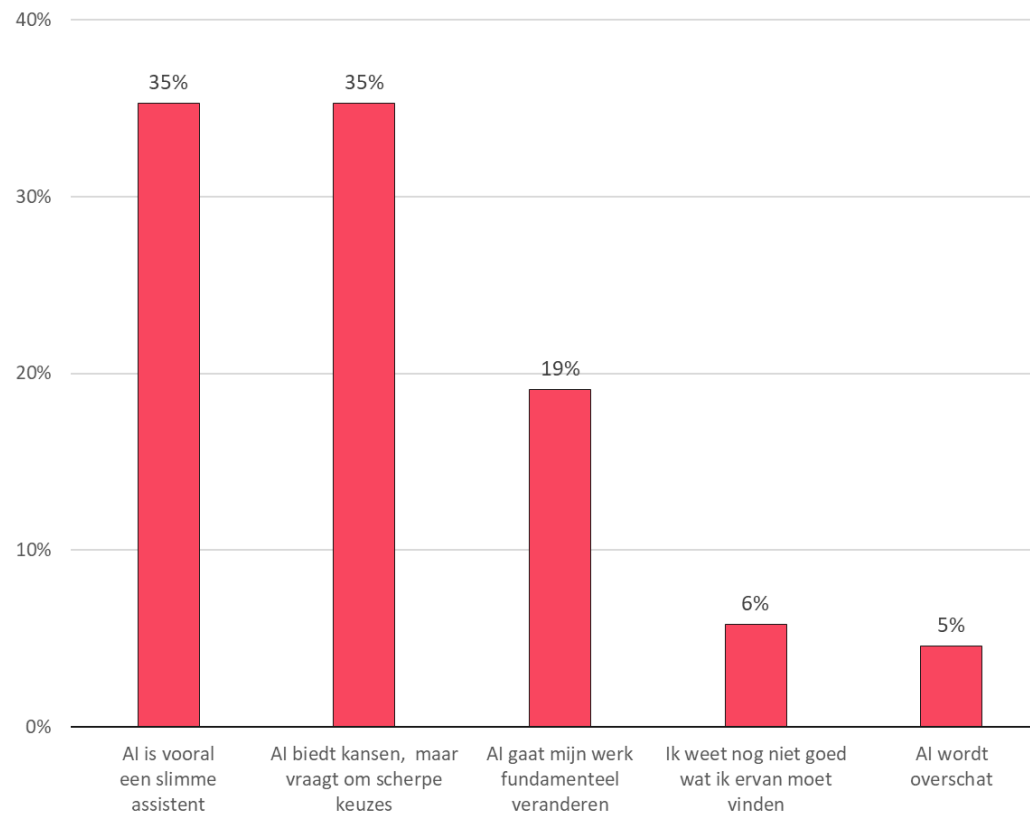
WAT LEVERT AI JOU TOT NU TOE VOORAL OP?



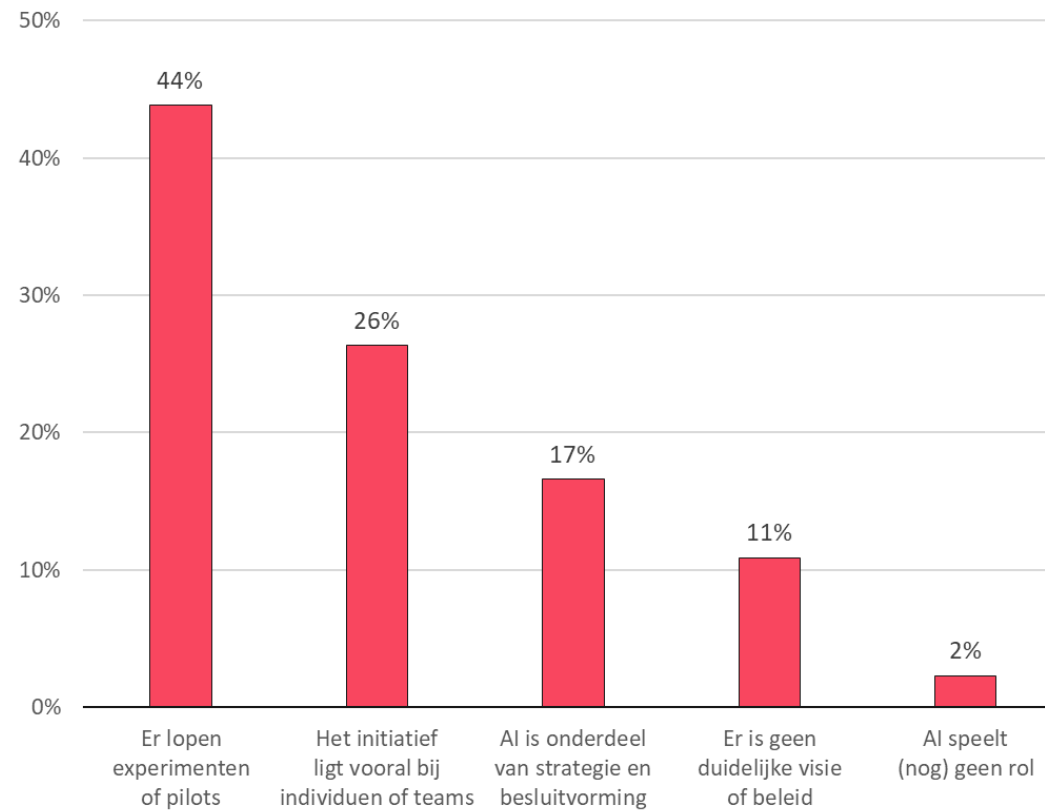
WAT VIND JE HET SPANNENDST OF LASTIGST AAN AI?



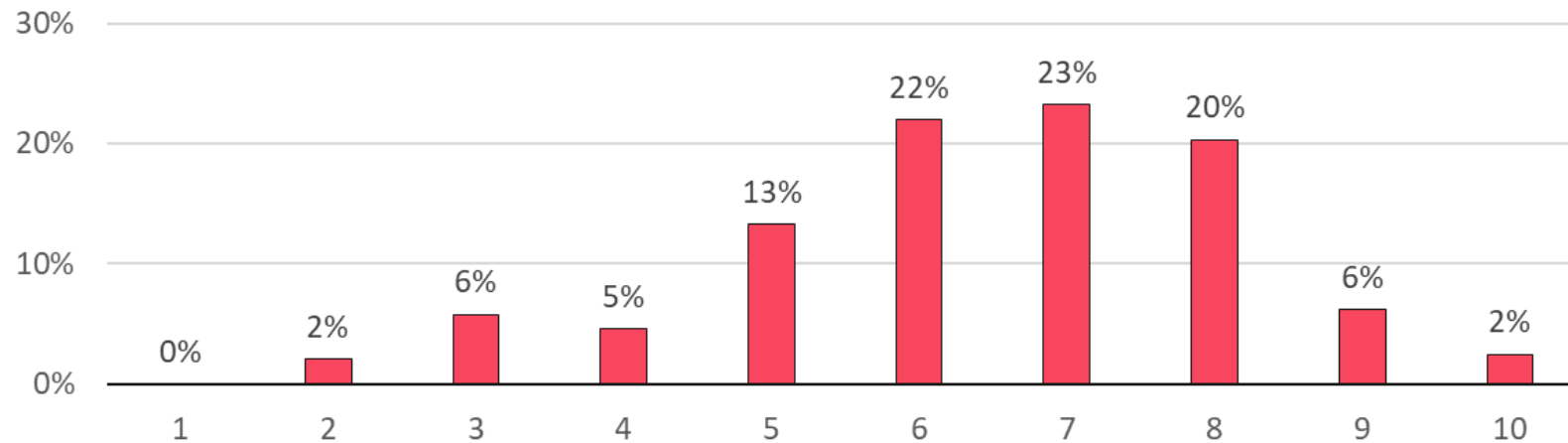
HOE KIJK JE AAN TEGEN AI?



HOE LEEFT AI BINNEN JOUW ORGANISATIE?

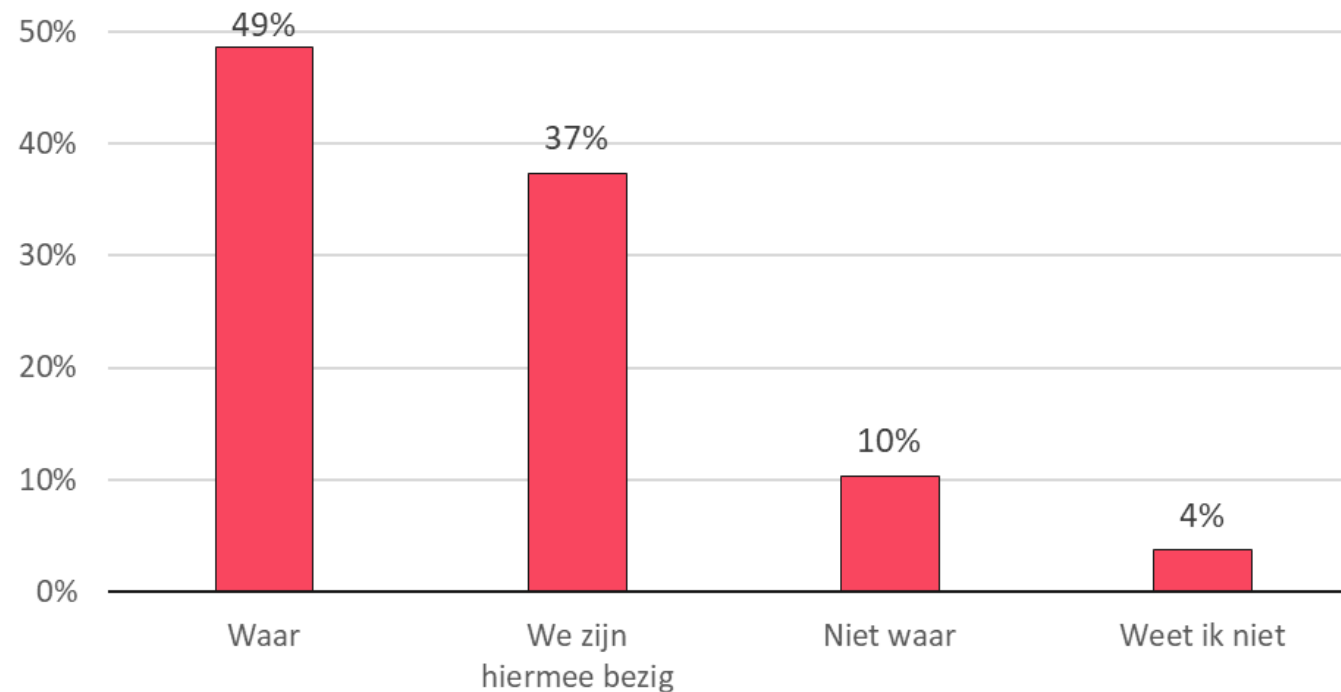


HOE AI-VOLWASSEN IS JOUW ORGANISATIE?



Gemiddelde AI-volwassenheid: 6,4

MIJN ORGANISATIE HEEFT DUIDELIJKE GEDRAGSREGELS OVER HET GEBRUIK VAN AI OP HET WERK



WAT ZIJN MOMENTEEL DE GROOTSTE AI-GERELATEERDE UITDAGINGEN VOOR JOUW ORGANISATIE? (1)

Uit een analyse van de open antwoorden komen met name de volgende aandachtspunten naar voren:

- Gebruik van AI in content- en kenniscreatie
- Transparantie en zichtbaarheid van de menselijke bijdrage
- Auteursrecht en intellectueel eigendom bij AI-gegenereerde output
- Betrouwbaarheid, kwaliteit en foutgevoeligheid van AI-output
- Privacy, dataveiligheid en bescherming van organisatie-informatie
- Onvoldoende kennis en vaardigheden binnen de organisatie
- Onzekerheid over verantwoorde inzet in bestaande processen
- Impact op rollen, verantwoordelijkheden en werkprocessen
- Behoeftte aan duidelijke kaders, beleid en praktische richtlijnen

De antwoorden laten zien dat de uitdagingen zich minder richten op de technologie zelf, en vooral op de wijze waarop AI juridisch, kwalitatief en organisatorisch wordt ingebed. AI wordt gezien als kansrijk, maar ook als ontregelend wanneer afspraken, kennis, verantwoordelijkheden en controlemechanismen ontbreken.

WAT ZIJN MOMENTEEL DE GROOTSTE AI-GERELATEERDE UITDAGINGEN VOOR JOUW ORGANISATIE? (2)

De geïdentificeerde uitdagingen kunnen worden onderverdeeld in drie samenhangende thema's:

- 1. Eigenaarschap en bescherming:** Vragen rond auteursrecht, intellectueel eigendom, privacy en databeveiliging staan centraal. Organisaties zoeken naar manieren om de menselijke bijdrage zichtbaar en beschermd te houden, terwijl AI tegelijkertijd een steeds grotere rol krijgt in content- en kennisprocessen.
- 2. Betrouwbaarheid en kwaliteit van output:** Er bestaat zorg over de correctheid, consistentie en controleerbaarheid van AI-gegenereerde output. Dit raakt direct aan kwaliteitsborging, reputatie en professionele standaarden. Transparantie over het gebruik van AI en heldere toetsings- en controlemechanismen worden als essentieel beschouwd.
- 3. Organisatie, kennis en implementatie:** Veel antwoorden wijzen op verschillen in kennisniveau, onzekerheid over toepassing en het ontbreken van duidelijke kaders. De uitdaging ligt niet alleen in het gebruik van tools, maar in het organiseren van gezamenlijk eigenaarschap, expliciete verantwoordelijkheden en structurele inbedding in werkprocessen.

Samengevat verschuift de kernvraag van “wat kan AI?” naar “hoe organiseren wij AI verantwoord, kwalitatief en toekomstbestendig binnen onze context?”

BIJLAGEN

DE MEDIAFEDERATIE

De Mediafederatie is de vereniging van brancheorganisaties voor uitgeverij- en mediabedrijven in Nederland en heeft ten doel het maatschappelijke en economische belang en het innovatieve karakter van de sector uit te dragen. In de belangenbehartiging richt de Mediafederatie zich op door de aangesloten brancheorganisaties (GAU, MMA en MEVW) gedeelde thema's.

De Mediafederatie Academy is het opleidings- en ontwikkelplatform van de Mediafederatie. Ze ondersteunt lidbedrijven van de GAU, MMA en MEVW door te voorzien in specifieke online en fysieke events gericht op:

- digitale transitie in de uitgeefmediasector;
- versterking en professionalisering van de branche;
- delen van kennis, trends, ontwikkelingen en ervaringen;
- delen van de beste praktijkvoorbeelden;
- netwerken en talentontwikkeling.

Een kleine greep uit het programma 2026: *Auteursrecht, AI voor werkprocessen, Listbuilding, Uitlegvideo's maken met AI, Neurocopywriting, AI agents en Duurzame materialen.*

FUNCTIEGROEPEN

- Directie/Management (bijv. uitgeefmanager, uitgever, directeur, hoofdredacteur, MT-lid)
- Marketing/Communicatie (bijv. marketeer, communicatiespecialist, growth marketeer)
- Operations/Bedrijfsvoering (bijv. HR-adviseur, finance manager, operations manager)
- Product/Innovatie (bijv. product owner, productmanager, business developer)
- Rechten/Contracten (bijv. contractbeheerder, bedrijfsjurist, rechtenmanager, privacy officer)
- Redactie/Content (bijv. redacteur, eindredacteur, content creator/manager/coördinator)
- Sales/Commercie (bijv. accountmanager, salesmanager, partnershipmanager)
- Techniek/Data/IT (bijv. developer, data-analist, IT-/platformspecialist)