

CO.MEDIA

Nummer 100 |||| Oktober 2003 ||||



Lennart van der Meulen

Programma's die er toe doen

Beroepskijkers |||| Regionale samenwerking ||||
Honderd nummers |||| Mediaconcentratie

Colofon

Nummer 100
Oktober 2003

Co.media is een uitgave van het
Commissariaat voor de Media

Redactie:
Wanda Bade
Bart Bijvank

Met bijdragen van:
Jan van Cuilenburg
Fred van der Gon Netscher
Quint Kik

Redactieadres:
Commissariaat voor de Media
Bureau Communicatie
Postbus 1426
1200 BK Hilversum
T 035 7737700
F 035 7737799
cvdm@cvdm.nl
www.cvdm.nl

Fotografie
(tenzij anders vermeld):
Wim Kluyvers

Vormgeving:
ankerstrijbos grafisch ontwerp bno

Druk:
PlantijnCasparie Hilversum

Inhoud

3. Column

Het Commissariaat vijftien jaar voor de media.

4. Door de ogen van de recensent

Hoe zit het met de onafhankelijkheid, de kwaliteit en de pluriformiteit van het televisieaanbod? Zes televisierecensenten geven hun oordeel.

8. Commissaris wordt netcoördinator

Na zes jaar toezicht op de omroep, vertrekt commissaris Van der Meulen naar Nederland 3: "Waar het om gaat is dat er programma's worden aangeboden waar mensen iets aan hebben."

10. Samenwerking Veronica, SBS en Sky Radio

Veronica is terug op radio en tv: een gevolg van samenwerkingsverbanden met voormalige concurrenten SBS en Sky Radio.

11. Programmavoorschrift 2002

De huidige indeling sluit meer aan bij de oorspronkelijke bedoeling van de wetgever.

12. Honderd nummers

Wie de sinds 1989 uitgebrachte nummers van CoMedia doorbladert, komt interessante uitspraken tegen.

14. Jan Kabel en de Bezwaarschriftencommissie

"De overheid is in zijn besluitvorming niet altijd even consistent. Als dat aan de orde is mag je daar als adviescommissie wel op wijzen."

17. Keyl en Televiziering

De TROS en de AVRO dienden een bezwaarschrift in tegen boetes van het Commissariaat.

18. Robert Zaal over regionale samenwerking

"Je moet genoeg nemen met af en toe een gelegenheidscoalitie."

21. Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten die in de periode van 29 juli tot en met 30 september 2003 zijn genomen.

Commissariaat van, tegen of voor de Media?

Jan van Cuilenburg

Dit is de honderdste CoMedia; honderd afleveringen, veertien jaargangen. Wie die jaargangen doorbladert, ziet in retrospectief het Nederlandse medialandschap veranderen: het publieke-omroepmonopolie met zijn omroepzuilen maakte plaats voor een duaal bestel met een ongekend groot aanbod van publieke en commerciële radio- en televisieprogramma's, en de kabelsector werd geprivatiseerd en geliberaliseerd. Met het medialandschap veranderde ook de mediawetgeving. Mediawet en Mediabeluif zijn inmiddels welgeteld vijftientig keer gewijzigd.

Er was dit jaar nog een ander jubileum; 't is niet gevierd, maar het was er wel: het Commissariaat bestond 1 januari 2003 precies vijftien jaar. Het Commissariaat, ingesteld bij de nieuwe Mediawet van 1987, was een omroeprechtelijke noviteit, bedacht door minister Brinkman. Het Commissariaat werd een zelfstandig bestuursorgaan dat principieel op afstand van politiek en bestuur belast werd met het toezicht op de omroepsector. De verkregen bestuurlijke zelfstandigheid wierp al snel vruchten af. In 1989 maakte het Commissariaat met voorzitter Aart Geurtsen volstrekt tegen de zin van het ministerie commerciële televisie in Nederland mogelijk. Door RTL Véronique toen als buitenlandse zender (de beruchte, beroemde U-bocht) aan te merken, werd het *de jure* mogelijk vanuit het buitenland een Nederlandstalig commercieel programma via de kabel op de Nederlandse markt te brengen, en werd *de facto* de deur die Nederland zestig jaar lang voor commerciële omroep ferm gesloten hield, wagenwijd opengezet.

Omroephistorici moeten maar eens uitzoeken, hoe lang de minister, de Tweede Kamer en, niet te vergeten, de publieke omroep *not amused* zijn gebleven over het tamelijk eigengereide (hier waarderend bedoeld) besluit van Geurtsen en zijn collega's. Maar de toon was daarmee wel definitief gezet: het Commissariaat heeft een zelfstandige positie en gebruikt zijn mediawettelijke bevoegdheden onafhankelijk van 'Den Haag', en 'Hilversum'. Dat

was wennen, zeker ook bij die mensen die de naam van het Commissariaat abusievelijk hielden voor Commissariaat van de Media, een nog immer veel gemaakte fout. Het Commissariaat is van niemand, en zeker niet van de media; het is er zelfstandig en autonoom. Daarmee is het ook niet een Commissariaat tegen de Media, zoals het toenmalige VVD-kamerlid Atzo Nicolaï zich enkele jaren geleden eens snerend liet ontvallen.

Het Commissariaat is een Commissariaat voor de Media, een bestuursorgaan voor, ten nutte van het hele omroepbestel, publiek en commercieel. Twee jaar geleden, bij mijn aantreden als voorzitter, werd mij gevraagd naar de missie van het Commissariaat. In mijn visie kan die missie het best worden omschreven als zodanig toezichthouden op de omroep dat daarmee gunstige voorwaarden worden geschapen voor een strikt duaal bestel, dat wil zeggen een bestel waarin de publieke omroep echt publiek is en waarin er stevige en eerlijke concurrentie is tussen het commerciële en publieke domein, en binnen die domeinen. En met het oog op een pluriforme informatievoorziening moet het Commissariaat erop toezien dat eigendomsverhoudingen in de mediasector transparant zijn. Ik heb de missie van het Commissariaat destijds in de argeloosheid van een beginner in mijn eigen woorden gedefinieerd. Terugkijkend past zij denk ik heel goed in de traditie die het eerste Commissariaatscollege vol verve heeft gevestigd: een Commissariaat niet *van*, niet *tegen*, maar *voor* de media. ■



Door de ogen van de recensent

Het Commissariaat voor de Media houdt toezicht op de naleving van de Mediawet. Kijkt televisie en luistert radio om te beoordelen of de wettelijke bepalingen worden nageleefd en waarschuwt en deelt boetes uit als dat niet het geval is. Ook televisierecensenten zijn beroepskijkers. Ook zij brengen verslag uit van hun bevindingen. Delen complimenten uit of boren een programma de grond in. Niet op basis van de Mediawet maar als kritische consumenten en journalisten. Wat vinden zes televisierecensenten van onderwerpen die het Commissariaat bezighouden?

4 Gerrit den Ambtman (Algemeen Dagblad), Hans Beerekamp (NRC), Wim Boevink (Trouw), Paul Brill (Volkskrant), Jan Rensen (Utrechts Nieuwsblad) en ZAPPER (verzamelnaam van verschillende recensenten in de Gooi- en Eemlander), maken zich dagelijks druk over de programma's op de Nederlandse televisie. Betekent dit dat ze zichzelf zien als een soort mediawaakhonden? Nee, is het unanieme antwoord. Of zoals Den Ambtman het verwoordt: "Mijn taak is het de lezers te vertellen wat er op de televisie gebeurt. Ik signaleer wel zaken maar het waken laat ik aan anderen over." Hoe zit het dan met de mediawettelijke kennis van de televisierecensenten, speelt die een rol bij wat ze schrijven? Paul Brill heeft die kennis niet paraat. Het is niet zijn eerste zorg als hij naar de televisie kijkt: "Je vraagt je wel af of iets al dan niet kan als het bijvoorbeeld gaat om sluikreclame of discriminatie. Maar dat zijn onderwerpen die zelden spelen voor een recensent." Ook de andere recensenten hebben niet meer dan een globale indruk van de regels uit de Mediawet. Alleen Jan Rensen denkt dat hij het meeste wel weet, al noemt hij zijn kennis gedateerd. Als er iets gebeurt dat niet mag, maakt hij er melding van: "De laatste keer dat ik heb gefulmineerd ging het over de belpelletjes. Dat bleek toen trouwens wel te mogen." Gerrit den Ambtman verbaast zich er over dat er zo véél mag. Als voorbeeld noemt hij de grote hoeveelheid reclame-uitingen bij sportuitzendingen: "Waarom mag een speler wel voor een reclamebord worden geïnterviewd en

mogen andere reclame-uitingen weer niet? Dat zou beter uitgelegd moeten worden."

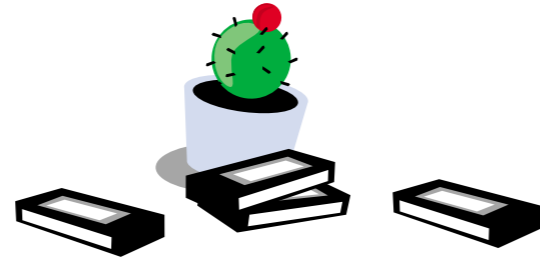
"Ik denk dat ik met heel andere ogen kijk"

Als het Commissariaat iets aanpakt vraagt Den Ambtman zich af: waarom dat nou speciaal? "Terwijl ik tegelijk andere dingen signaleer die volgens mij niet mogen maar waar dan niets mee gebeurt. Maar ik denk dat ik met heel andere ogen kijk." Volgens Jan Rensen en Paul Brill zou het Commissariaat vooral moeten letten op de sluikreclame en de gemakkelijke vermenging van reclame en programma-inhoud. Hans Beerekamp ergert zich aan het weglaten of vervangen van begin- en eindcredits van films: "Volgens mij overtreedt de zendgemachtigde daarmee het auteursrecht. Maar ik geloof dat het Commissariaat daar niet op toeziet, dat doen weer de VEVAM en andere vertegenwoordigers van belanghebbenden." Wim Boevink vraagt aandacht voor de manier waarop kleine kinderen worden benaderd: "Persoonlijk vind ik al die op kinderen gerichte reclame in de Sinterklaastijd al stuitend." En ZAPPER wil nu eindelijk wel eens weten hoe breed de taak van de publieke omroep is: "Na vele jaren is dat nog steeds geen uitgemaakte zaak. Maar eigenlijk gaat dit thema aan de ZAPPER voorbij. Die stelt graag zelf dingen aan de kaak."

"Het is de eigen schuld van de lobbyisten"

RTL 4 en 5 vallen niet onder de Nederlandse Mediawet en dus ook niet onder het toezicht van het Commissariaat. Valt het op dat voor de beide RTL-en andere regels gelden dan voor bijvoorbeeld de SBS-zenders? Nee, de gemiddelde kijker ziet het verschil niet, zeggen ZAPPER, Den Ambtman en Brill. Wim Boevink valt het af en toe op: "Als Hans Breukhoven bij Barend en Van Dorp twintig minuten mag praten over zijn Freetell-bedrijf dan krijg ik er wel een nare smaak van in mijn mond." Jan Rensen en Hans Beerekamp constateren zeker verschil. Rensen ziet het aan de *in script sponsoring* en aan de programmaonderbrekende reclame. Beerekamp vindt het de eigen schuld van de lobbyisten van de publieke omroep in de politiek, die destijds alles in het werk hebben gesteld om de commerciële buiten de lands-





grenzen te houden: "Nu gaat dat allemaal gewoon zijn gang, voorzover er trouwens in Europa überhaupt nog nationale hekken rond media te plaatsen zijn."

"We nemen genoeg met nepkwaliteit"

Gevraagd naar ontwikkelingen in de televisiewereld die hen zorgen baren, komen alle recensenten uit op de kwaliteit van het televisieaanbod. Paul Brill legt de nadruk op het bestel: "Het is een ouderwets bestel waarin de schaarse zendtijd door zo veel zendgemachtigden moet worden gedeeld, dat het aanbod begint te versralen. Langlopende dure dramaproducties zijn bijna niet meer te zien". Wim Boevink hoopt dat er binnen de publieke omroep voldoende ruimte en geld blijft voor het genre van de documentaire: "Goede televisie met een klein markt-aandeel verdient bescherming. Goede televisie (Arte) verdient het ook om doorgegeven te worden." Beerekamp vindt dat de publieke omroep te veel zijn best doet om de commerciële te beconcurreren: "Daarmee doen ze hun eigen opdracht tekort. Laat de meerderheid van de kijkers vooral naar pulp kijken tot ze er misselijk van wordt. Dan zullen ze vroeger of later blij zijn dat er nog publieke zenders over zijn. Mits die publieke zenders zich niet ook geheel hebben verpulpt." Volgens Den Ambtman geldt voor alle media dat het allemaal steeds oppervlakkiger wordt, steeds populairder. En ook Jan Rensen vindt dat de kwaliteit steeds harder achteruit holt: "We nemen genoeg met nepkwaliteit: documentaires zijn meer reportages geworden, drama lijkt op soap en de nieuwsgaring is slordig. Het lijkt wel of er geen mensen meer zijn die elkaar opleiden. Dat vind ik zorgwekkend." ZAPPER maakt zich vooral ongerust over het vele geweld op de televisie, van schietpartijen tot grove uitdrukkingen in kinderprogramma's: "Het bestaan van geweld is een feit maar als ik naar huis fiets kom ik het niet tegen. Dus ik denk dat de televisie in dit opzicht niet helemaal een afspiegeling vormt van de samenleving."

"Er is van alles wel heel veel"

Zijn er positieve ontwikkelingen te signaleren? "Natuurlijk", vindt Jan Rensen, "elke medaille heeft zijn keerzijde. Doordat we met minder genoeg nemen, is er van alles wel heel veel: veel drama, veel politseries, veel soaps, enzovoort. Verder is de heel lelijke televisie aan het verdwijnen. En dan bedoel ik niet alleen de porno, maar vooral de ranzigheid van programma's zoals 'Over de rooie'." Paul Brill moet het uit zijn tenen halen: "Vorig jaar had ik het idee dat de commerciële omroepen een wat groter gebied gingen beslaan dan alleen de reality-tv en dergelijke, maar dat is nu helaas weer voorbij." Hans Beerekamp vindt het goed dat de commerciële steeds duidelijker laten zien waar ze voor staan: "Op Nederland 3 zijn nog een paar zendgemachtigden over die hetzelfde doen. Ik juich het toe als de VPRO op prime time avantgardekunst uitzendt, want als liefhebber van cultuur kom je na elven videorecorders tekort." ZAPPER is blij met het toenemende aantal programma's "dat goed is voor de consument, zoals Radar, Vermist, Peter R. de Vries en de programma's waarin ons rijgedrag wordt neergezet." En Gerrit den Ambtman vindt het goed dat bij de publieke omroep steeds meer evenementen, zoals kamerdebatten en herdenkingen, live worden uitgezonden.

"De pluriformiteit is achterhaald"

De programma's van de publieke omroep dienen onafhankelijk te zijn en bij te dragen aan de pluriformiteit in Nederland. Wordt er voldoende onafhankelijke en pluriforme televisie gemaakt? "Jawel", zegt Brill, "maar de druk van de kijkcijfers op het publieke bestel is duidelijk groter geworden en ook de financiële middelen laten te wensen over. Daar zouden de omroepen wat aan moeten doen, maar dat doen ze niet. Over de pluriformiteit maak ik me geen zorgen, alleen is de pluriformiteit van de omroepen achterhaald. De pluriformiteit zou moeten zitten in netten met een geïntegreerd aanbod en niet in al die verschillende omroepen." Jan Rensen vindt de journalistiek redelijk onafhankelijk en is erg tevreden over de pluriformiteit:

"Programma's als Netwerk, NOVA en 2Vandaag moeten naast elkaar blijven bestaan en zo ook het RTL Nieuws en het Journaal." ZAPPER constateert dat er door de Nederlandse neiging tot politieke correctheid nog wel eens dingen onder de tafel worden geveegd en vindt dat de zenders veel in dezelfde vijver vissen. Volgens Beerekamp wordt het steeds problematischer: "In intellectueel opzicht schiet de publieke omroep ernstig tekort vergeleken met de ARD, ZDF, Canvas en de BBC."

"De elite is de meest bedreigde minderheid"

Hoe zit het met de doelgroepen, komt iedereen aan bod? Brill: "Eerder te veel dan te weinig, want we hebben ook nog een erfenis van allemaal mini-omroepen. Er is wel een wat rare verdeling ontstaan waarin de commerciële omroepen de jongeren bedienen en de publieke omroepen de ouderen." Den Ambtman vindt dat de publieke omroepen sterker naar een jonger publiek moeten hengen. Volgens Jan Rensen is het bij de publieke omroep juist wel redelijk verdeeld. Wat hij niet begrijpt is dat de commerciële omroepen zich enkel op de koopkrachtige middenmoot richten: "Er is toch ook een grote groep ouderen met tijd en geld, waar een advertentiemarkt voor moet zijn." Wim Boevink is zelf bijna vijftig maar hij wil niet pleiten voor meer 'ouderen-tv': "Ik ben geen doelgroepen-denker. Als televisie voor ouderen onaantrekkelijk wordt door bijvoorbeeld die toenemende BNN-banalisering dan kunnen die ouderen weer lekker gaan lezen. Daar verheug ik me al op." ZAPPER constateert dat programma's die minder kijkers trekken onherroepelijk naar de randen van de nacht gaan en vindt dat dit bij de publieke omroep niet op alle netten tegelijk moet kunnen. "De elite (cultureel, politiek, economisch) is de meest bedreigde minderheid in het huidige omroepbestel", meent Hans Beerekamp: "Op den duur zal dat leiden tot een vernietiging van de Nederlandse cultuur en worden we - cultureel, politiek, economisch - een ontwikkelingsland, dat inhoudelijk slechts Amerika kopieert."

"In veel kijkers schuilt een provinciaal"

Naast landelijke zenders is er in Nederland lokale en regionale televisie. Hoe beoordelen de recensenten het toekomstperspectief van televisie op lokaal en regionaal niveau? "Regionale omroepen zouden meer moeten samenwerken", adviseert Jan Rensen: "Er zijn tal van programma's die samen geproduceerd kunnen worden. Als je een soort landelijke zender maakt met regionale vensters, ontstaat er een aantrekkelijker programma en kun je de regio blijven bedienen." Den Ambtman meent dat de regionale zenders zich duidelijk op de eigen regio moeten richten, met nieuws en evenementen, en vooral niet moeten proberen de landelijke omroep na te doen: "Alleen dan is er toekomst voor de regionale omroepen die overigens nog buitengewoon in de kinderschoenen staan. Maar ik hoor wel eens dat ze veel te weinig geld krijgen." Ook Wim Boevink constateert dat de lokale en regionale televisie niet beschikt over de middelen en het talent die de nationale zenders weten te mobiliseren: "Mijns inziens zal die daarom marginaal blijven, al hebben die zenders in potentie grote verdiensten - zo ongeveer als regionale kranten zich tegenover landelijke kranten verhouden. Misschien zouden lokale zenders nog sterker aan nieuwsgaring moeten doen." ZAPPER constateert concurrerende bewegingen: "De nationale zenders kijken naar wat de regionalen doen en een programma als dat van Han Reiziger is, nadat het door de VPRO om zeep is geholpen, door twee of drie regionale zenders overgenomen. Op de lange termijn zullen mensen meer betrokkenheid tonen bij regionale en lokale media. Het is vooral spannend of ze de nodige financiële ruimte krijgen." Paul Brill geeft eerlijk toe geen liefhebber te zijn van regionale televisie: "Waarschijnlijk speelt die vooral een rol in de regio's die meer op zichzelf staan, zeg maar de buitengewesten." Volgens Hans Beerekamp ten slotte, neemt het belang van lokale en regionale televisie toe: "Het succes van HART VAN NEDERLAND en vergelijkbare programma's toont aan dat in veel kijkers van landelijke zenders een provinciaal schuilt. Daar zullen we dus nog wel meer van merken." ■



Lennart van der Meulen verlaat Commissariaat

Op voordracht van het Netbestuur van Nederland 3, heeft de Raad van Bestuur van de Publieke Omroep Lennart van der Meulen benoemd tot netcoördinator van Nederland 3. De benoeming gaat in per 1 december 2003. Van der Meulen maakte gedurende zes jaar deel uit van het college van commissarissen. In die periode hield hij zich vooral bezig met het programmatoezicht op de omroep. De laatste jaren was hij verantwoordelijk voor de afdeling Juridische Zaken en voor het communicatiebeleid. Daarnaast had hij een aantal internationale zaken in zijn portefeuille. Zo was hij onlangs benoemd tot vice-voorzitter in het bestuur van de EPRA, het platform

van Europese toezichthouders op de omroep. Met zijn benoeming schuift Van der Meulen op van artikel 10 van de Mediawet, dat het lidmaatschap van het Commissariaat behandelt, naar artikel 40b, waarin de functie van netcoördinator wordt beschreven. Het leuke van zijn overstap vindt hij het feit dat hij nu dichterbij de programmering zelf komt: "Waar het uiteindelijk om gaat is dat er programma's worden aangeboden waar mensen iets aan hebben. Dat was voor mij het interessante van het werk bij het Commissariaat: door te volgen en te controleren kon ik er aan bijdragen dat er een divers aanbod is van redelijk onafhankelijke

programma's die er toe doen. Ik vind het leuk dat ik nu naar een zender ga waar de opdracht ligt dergelijke programma's te maken: cultuur, kritische journalistiek en verantwoord amusement, met daarbij de prangende opdracht er ook kijkers bij te vinden. Daar zijn in de eerste plaats de spelers, NPS, VARA en VPRO, verantwoordelijk voor, maar je kunt ook veel bereiken door naar de programmaschema's te kijken en naar de identiteit van het net. Dat is een taak die mij ligt en waar ik zin in heb." Commissaris Inge Brakman noemt het vertrek van haar collega een aderlating voor het Commissariaat: "Met een brede kritische blik heeft hij de omroepsector gevolgd en

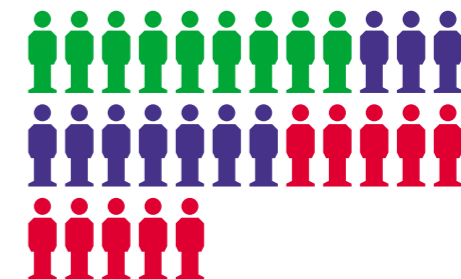
behoed voor al te uitbundige commerciële beïnvloeding. Intern heeft Lennart veel gedaan om het Commissariaat daadkrachtiger te laten werken. Het nieuwe moderne gebouw dat hij mede heeft geïnitieerd, markeert de groei van het Commissariaat. Ook op het persoonlijke vlak is het jammer dat Lennart vertrekt. Hij is een buitengewoon plezierige collega. Deze zwemmer met beproefd duurvermogen zal rustig maar beslist zijn stempel gaan drukken op Net 3", aldus Brakman. Ook voorzitter Jan van Cuilenburg noemt het vertrek van Van der Meulen een groot verlies voor het Commissariaat, zowel in de professionele als in de collegiale sfeer: "Hij beschikt over een enorme expertise over de omroepsector in zijn geheel, en in de onderwerpen die hij in zijn eigen portefeuille heeft is hij niet te verslaan. Bovendien is het heel plezierig met hem samen te werken. Zijn nieuwe functie is hem op het lijf geschreven. Hij brengt veel kennis mee, heeft ideeën over hoe de netten zich moeten profileren en ontwikkelen en is een uitstekende netwerker. Dat heb je wel nodig op die plek. Voor het Commissariaat zal het niet meevallen een tweede Lennart (M/V) te vinden." Tot in de opvolging is voorzien, nemen Jan van Cuilenburg en Inge Brakman de werkzaamheden van Van der Meulen over. ■

Omroepleden

De peildatum voor de telling van de leden van bestaande en aspirant omroepverenigingen is verschoven van 1 januari 2004 naar 1 maart 2004. Dit is gebeurd naar aanleiding van een aantal verzoeken daartoe en met de bedoeling de periode van ledenwerving zo lang mogelijk te maken. Vooral voor aspirant omroepverenigingen is dit van belang. Een nog latere peildatum is niet mogelijk omdat het Commissariaat de telling in de maand juni, als de aanvragen voor een (voorlopige) erkenning moeten worden ingediend, dient af te ronden. Een periode van minimaal drie maanden is, zo leert de ervaring bij voorgaande gelegenheden, vereist voor een gedegen onderzoek naar en controle van de leden-bestanden.

Wetswijziging

Op 5 september is een wijziging van de Mediawet "met het oog op de verbetering van de openheid en continuïteit van de landelijke publieke omroep" aan de Tweede Kamer aangeboden. In dit wetsvoorstel wordt het voor erkenning vereiste aantal leden van 300.000 gewijzigd in 150.000. Dit ledental geeft recht op de helft van de hoeveelheid zendtijd en middelen die een omroepvereniging met minimaal 300.000 leden heeft. Nieuw toegetreden omroepverenigingen (zoals BNN) krijgen zo een betere kans om in het bestel te blijven en hun bijdrage aan de legitimiteit en de diversiteit van de landelijke publieke omroep te leveren. Bestaande omroepverenigingen die onder de grens van 300.000 leden zakken, hoeven niet te verdwijnen maar houden, met minder zendtijd en middelen, een plaats in het bestel. Een en ander wordt van belang geacht voor de continuïteit van de landelijke publieke omroep. ■



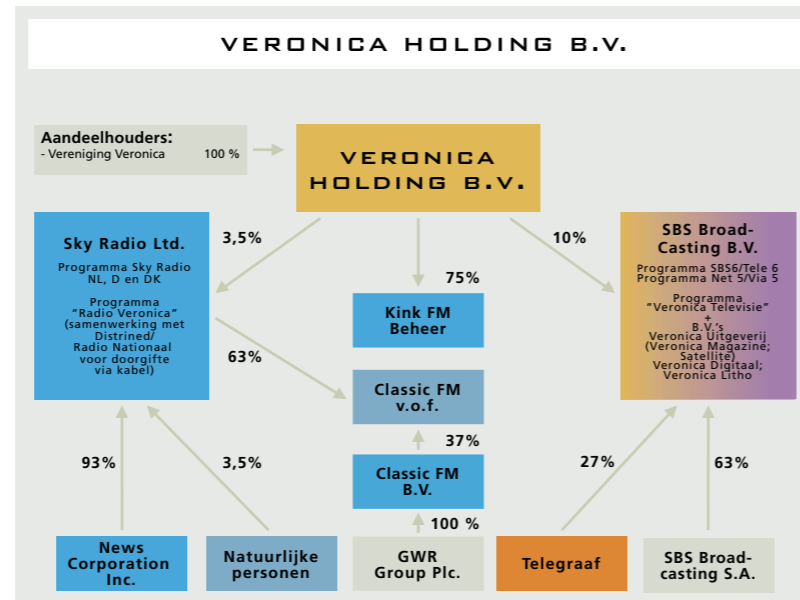
Concentratie: Veronica, SBS en Sky Radio

Veronica heeft met ingang van 20 september de uitzendingen op televisie hervat. Met Radio Veronica is de vereniging eind augustus in de ether teruggekeerd. Beide ontwikkelingen zijn een gevolg van samenwerkingsverbanden met voormalige concurrenten SBS en Sky Radio.

Gevolgen van deze recente concentratieontwikkelingen springen bij radio het meest in het oog. Het Australische News Corporation is van één naar twee FM-frequenties gegaan en heeft via Sky Radio Ltd. 62 procent van de aandelen in het via de kabel doorgegeven Classic FM.

Veronica is voor 3,5 procent mede-eigenaar geworden van de drie stations. In ruil voor het minderheidsbelang is afgesproken dat Sky Radio de naam "Radio Veronica" mag aanwenden voor de recentelijk verworven frequentie 103 FM. De resterende aandelen zijn in handen van News Corporation Inc. (93%) en enkele natuurlijke personen (3,5%). Veronica beschikt voorts over een meerderheidsbelang in Kink FM, dat via de kabel wordt doorgegeven. Sky Radio heeft met Distrined B.V. afspraken gemaakt over doorgifte van Radio Veronica op de kabel via de frequenties van de opgeheven zender Radio Nationaal.

Op televisie neemt Veronica thans de plaats in van het programma V8 en verdwijnt definitief als zelfstandige aanbieder van een algemeen omroepprogramma. Hierbij moet worden aangetekend dat het marktaandeel van Veronica over de afgelopen periode marginaal te noemen was. De samenwerking kwam tot stand, nadat op 21 augustus j.l. de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) instemde met de voorgenomen fusie tussen de Nederlandse tak van SBS Broadcasting (B.V.) en een drietal onderdelen van de



Veronica Holding. De B.V.'s Veronica Uitgeverij, Veronica Litho en Veronica Digitaal zijn opgegaan in de Nederlandse SBS-dochter. SBS B.V. is daarmee mede-eigenaar geworden van de programmabladen Veronica Magazine en Satellite. Tevens mag SBS de merknaam Veronica gaan gebruiken ter vervanging van de televisiezender V8. De overgang van de programmabladen van Veronica naar SBS heeft overigens geen gevolgen voor bestaande afspraken over het wederzijds ter beschikking stellen van programmeergegevens tussen SBS en de Publieke Omroep.

De vereniging wordt via Veronica Holding mede-eigenaar van onder meer de zenders SBS 6, Net 5, de telewinkelprogramma's Tele 6 en Via 5 en de productiemaatschappij SBS Productions. Binnen de nu ontstane eigendomsverhoudingen bezit Veronica tien procent van de aandelen van het Nederlandse SBS. SBS S.A. en uitgever De Telegraaf behouden 67 respectievelijk 27 procent. ■

Publieke omroep in 2002:

Meer informatie, minder cultuur



De programmering van de publieke omroep voldeed in 2002 op alle onderdelen aan de door de Mediawet opgelegde voorschriften. Dit constateert het Commissariaat na controle van de rapportage van de publieke omroep over het programma-aanbod van vorig jaar.

De omroepverenigingen zonden in 2002 iets meer programmaonderdelen van informatieve en educatieve aard uit dan in 2001 (60 versus 56 procent). Het wettelijk verplichte percentage is 35 procent. Vooral de hoeveelheid human interest programma's en meer in het bijzonder het aantal praatprogramma's, nam toe. De informatie en educatie bestond bij vrijwel alle omroepen voor het grootste deel uit serieuze non-fictie. Alleen bij de VARA vormde human interest het grootste aandeel.

Het percentage programmaonderdelen van culturele aard daalde van 33 procent in 2001 naar 29 procent in 2002. Verplicht is een percentage van 25. De daling werd grotendeels veroorzaakt door een daling van het aandeel fictie en daarin vooral het aandeel licht Nederlands drama. De culturele programmaonderdelen bestonden bij de AVRO, EO, KRO, NCRV en VPRO voor het grootste deel uit non-fictie. Bij de TROS ging het vooral om fictie (licht Nederlands

drama), bij de VARA om amusement (satire) en bij BNN om muziek. De daling van het aandeel licht Nederlands drama is opvallend gezien het feit dat de Publieke Omroep Nederlands televisiedrama sinds het televisieseizoen 2000-2001 als belangrijkste prioriteit aanmerkt.

De gebruikte zendtijd op de programmanetten bestond voor respectievelijk 20,5 (Nederland 1), 12,4 (Nederland 2) en 12 procent (Nederland 3) uit programmaonderdelen van verstrooiende aard.

Daarmee is voldaan aan het voorschrift dat per net niet meer dan 25 procent verstrooiing mag worden uitgezonden. Anders dan in de rapportage over 2001 is de gehele categorie amusement als verstrooiing aangemerkt. Dit betekent dat de subcategorieën educatieve quiz, cabaret en kleinkunst, satirisch programma en gemengd amusement, die vanwege hun vorm of inhoud tot kunst en cultuur dan wel informatie en educatie kunnen behoren, nu eveneens onder verstrooiing vallen. Ook de categorie licht buitenlands drama telt mee bij verstrooiing, echter met uitzondering van het buitenlands jeugdrama.

De huidige indeling sluit naar het oordeel van het Commissariaat meer aan bij de oorspronkelijke bedoeling van de wetgever met het programavoorschrift. Dit neemt niet weg dat, op basis van bijvoorbeeld kijkbe-

leving of een sociaal wetenschappelijke inhoudsanalyse, andere indelingen te maken zijn, waarbij sport of licht Nederlands drama onder verstrooiing vallen. Het Commissariaat ziet echter aanleiding noch enig wettelijk houvast om andere indelingssystemen te hanteren en deze programma's ook tot het percentage verstrooiing te rekenen, al was het maar omdat met deze programma's nadere invulling wordt gegeven aan de andere programavoorschriften waaraan de Publieke Omroep moet voldoen.

De NOS besteedde in 2002 tweederde van de totale zendtijd aan nieuws en actualiteiten. De resterende zendtijd werd ingeruimd voor sportverslaggeving. De overige omroepen brachten nauwelijks sportinformatie. De zendtijd van de NPS bestond voor bijna driekwart uit programmaonderdelen van culturele aard en voor ruim 30 procent uit kunst. Verplicht zijn respectievelijk 40 en 20 procent. Ook voldeed de NPS aan de verplichting 20 procent programmaonderdelen voor etnische en culturele minderheden uit te zenden.

Een rapportage over de radioprogrammering is aan het eind van het jaar te verwachten. ■

Honderd nummers

Wie de in de loop der jaren uitgebrachte nummers van CoMedia doorbladert, komt opvallende uitspraken tegen. Vooral als die in het licht worden geplaatst van latere ontwikkelingen. Een verzameling citaten uit honderd nummers.



12

13

In de allereerste CoMedia (oktober 1989), veertien jaar geleden, komt een strenge commissaris Van der Sanden aan het woord over de relatie tussen Hilversum en het Commissariaat: "Hilversum mag dan mopperen maar dan moet ze eerst eens orde op zaken gaan stellen." Van der Sanden vraagt zich af of er wel een Europese Richtlijn gaat komen: "Ik heb mijn twijfels."

Twijfels heeft ook commissaris Heijne den Bak (nummer 2, februari 1990), maar dan over het nieuwe concessie-systeem: "Omroepverenigingen zullen elk afzonderlijk de jacht op nieuwe leden blijven volhouden. Er blijft op deze manier sprake van een onderlinge concurrentieslag."

Herman Hofenk van het ministerie sust (nummer 11, december 1991): "In ieder geval ziet de publieke omroep nu in dat er efficiënter gewerkt moet

worden, en dat samenwerking en coördinatie belangrijk zijn. Dat is al winst."

Tweede-Kamerlid Gerrit Jan Wolffensperger daarentegen ziet weinig toekomst voor het huidige bestel (nummer 15, augustus 1992): "Je ziet hoe de publieke omroep via ingewikkelde kronkels en sluipwegen afkacht tot commerciële omroep."

Ook Jeltje van Nieuwenhoven ergert zich (nummer 17, oktober 1992): "Dat gezeur voordat een bepaalde vorm van samenwerking tot stand komt."

Een opsteker is er voor het Commissariaat (nummer 20, februari 1993) als voorzitter Geurtsen gekozen wordt tot omroepman van het jaar: "Het Commissariaat heeft laten zien boven partijen te staan ondanks grote druk en drukte van omroepen, overheid en politiek."

Dat wordt nog knapper als je Paul Rosenmöller moet geloven (nummer 22, mei 1993): "Het hele mediabeleid is zo ondoorzichtig, zo gespecialiseerd. Je moet wel een echte kenner zijn wil je al die gedetailleerde discussies kunnen volgen."

Gelukkig zijn de wonderen de wereld niet uit. KRO-voorzitter Gerrit Braks (nummer 30, maart 1994): "Er is een wonder aan de gang! Sinds vorig jaar ervaren wij dat we plotseling aan het groeien zijn, zonder dat er grote acties zijn gehouden. Echt wonderbaarlijk, een kleine duizend leden per week komen er spontaan bij!"

Veronica-voorzitter Joop van der Reijden heeft liever wat meer zekerheid (nummer 31, april 1994): "Objectieve criteria. Ik sta voor de werkgelegenheid van de Veronicamensen. Ik wil weten waar we over vijf jaar aan toe zijn!"

Aart Geurtsen is rigoureuus en pleit voor het opheffen van de omroepverenigingen (nummer 45, oktober 1995): "Alle aanpassingen van de huidige structuur van het publieke bestel zijn lapmiddelen."

Een tevreden man toont zich CDA-kamerlid Marten Beinema (nummer 46, november 1995): "Zoals het nu gaat, gaat het goed genoeg." Toch uit hij lichte kritiek op de publieke omroep: "Ze laten zich soms al te veel door het geld verleiden. Dat zouden ze niet moeten doen."

Volgens net aangetreden commissaris Van der Meulen is er genoeg werk aan de winkel (nummer 65, oktober 1997): "De taak van het Commissariaat is verschoven van controle van de publieke omroepen naar het leveren van bijdragen aan eerlijke concurrentieverhoudingen op de markt."

Harry Kramer moedigt aan (nummer 73, oktober 1998): "Aan de slag dus. Het steeds sneller accelererende medialandschap heeft u nodig. En de directie MLB staat altijd achter u."

Behalve dan toch als de omroepbijdrage wordt afgeschaft. Commissaris Inge Brakman (nummer 77, oktober 1999): "Een geaccepteerd en goed werkend systeem, met een in vergelijking met het buitenland bescheiden omroepbijdrage, wordt ingeruild tegen een systeem met grote onzekerheden."

Ook KRO-directeur Frans Slangen is kritisch (nummer 88, september 2001): "Dezelfde overheid die voor deregulering en privatisering pleit, maakt een Mediawet waaraan omroepen gekluisterd zijn. Ik zou zeggen: geef omroepen meer ruimte om een eigen beleid te maken."

Jan van Cuilenburg wil wel wat minder regels (nummer 89, december 2001): "Transparantie is tegenwoordig het sleutelwoord, maar als je kijkt naar de Mediawet, die kun je niet transparant noemen."

Marit Vochteloo van de directie MLB weet hoe dat komt (nummer 94, oktober 2002): "Alle beleid is incrementeel: het resultaat van compromissen en kleine, langzame stapjes."

Terugblikkend op 100 keer CoMedia, kan de redactie dat met haar eens zijn. ■

Jan Kabel: Toelaten Ster-reclame weeffout bestel



Foto: Philip Mechanicus

Bijna vijftien jaar maakte prof. mr. Jan Kabel, samen met de in mei overleden oud NOS-voorzitter mr. Pieter van Dijke en Ton van Nieuwenhuijsen, deel uit van achtereenvolgens de Commissie van Deskundigen en de Adviescommissie Bezwaarschriften van het Commissariaat voor de Media. Vorig jaar legde hij de werkzaamheden voor deze commissie neer. CoMedia blikt met hem terug.

"Het begon met een telefoontje van toenmalig commissaris Gerard Heijne Den Bak: of ik interesse had om in de deskundigencommissie te gaan zitten. Voordien, in de jaren zeventig en tachtig, had ik al in de Reclameraad gezeten. Dat ging toen heel erg over de inhoud, wat mag wel en niet in reclame. Toen kwam het Commissariaat met zaken als sluikreclame en *sponsored advertising*. Het leek mij interessant die reclamekwesties eens van een andere kant te bezien. En het is mij goed bevallen: ik heb het advieswerk vanaf januari 1988 tot september vorig jaar gedaan."

Hoe is de gang van zaken bij de behandeling van een bezwaarschrift?

"De zaak wordt eerst schriftelijk voorbereid door de secretaris van de Commissie, zeg maar de griffier. Vervolgens wordt een vertegenwoordiging van de omroep en van het Commissariaat uitgenodigd voor een hoorzitting. Daar laten wij partijen zo veel mogelijk aan het woord, opdat geen wellicht relevante zaken worden vergeten. Daarna vindt intern beraad plaats. De onderlinge standpunten worden uitgewisseld en verder uitgewerkt. In het begin schreef ik de adviezen zelf, dat werd gaandeweg minder. De griffier doet nu het leeuwendeel van het werk."

Welke zaken zijn u bijgebleven?

"Een van de grotere zaken die mij zijn bijgebleven was het onderzoek in 1990 naar de relatie tussen Veronica en RTL-Veronique. Het ging over de vraag of het toelaatbaar was dat een publieke omroep als Veronica allerlei activiteiten ontwikkelde en afspraken maakte om vanuit Luxemburg een commerciële omroep op te starten. Onze griffier is toen nog naar Luxemburg gestuurd om de banden en connecties te onderzoeken. Het is uitgelopen op een tijdelijk uitzendverbod.

Op het gebied van sluikreclame en sponsoring herinner ik mij nog de oprechte verontwaardiging van regisseur Mannus van der Kamp in een van de eerste zaken, nota bene tegen de RVU. Deze omroep zond in 1988 een

Jan Kabel is universitair hoofddocent aan het Instituut voor Informatierecht van de UvA. In 1981 promoveerde hij op het onderwerp reclame en vrijheid van meningsuiting. Kabel heeft veel gepubliceerd - en gedoceerd - op het terrein van het intellectuele eigendom en oneerlijke mededinging, reclame- en mediarecht en het recht op bescherming van persoonsgegevens. Hij was tevens vijf jaar als bijzonder hoogleraar media- en communicatierecht verbonden aan de Rijksuniversiteit Utrecht.

documentaire uit met de titel "Klotst voort in eindeloze deining". Daarin zag je een KLM-vliegtuig close in beeld tijdens de landing. Reclame-uitingen die al te nadrukkelijk in beeld kwamen waren uit den boze. Van der Kamp verweerde zich met het argument dat hij een beeld van Nederland van bovenaf had willen maken, dus er niet aan kon ontkomen een vliegtuig (waarbij de letters KLM in beeld kwamen) te laten zien. Een redelijk argument, maar de Mediawet voorzag daar op dat moment niet in. Verder was er in 1988 de zogeheten "Wokkels-zaak". In het jeugdprogramma "Klokhuis" zag je een fragment waarbij het eetgedrag van een gezin op de hak werd genomen. Ze riepen daarbij om Wokkels (het welbekende zoutje) en er kwamen flesjes Coca Cola in beeld, die door Sylvia Millemac werden leeg-gedronken. Het Commissariaat was van mening dat het noemen en vertonen van merknamen nu eenmaal was verboden, zelfs al was er totaal geen sprake van reclame voor die merken, integendeel. De Deskundigen vonden dat er geen sprake kon zijn van een overtreding, maar de Europese Commissie hield de beschikking toch overeind.

Een ander geval was de sluikreclamezaak in de tv-serie Medisch Centrum West. In een van de afleveringen zat een scène waarbij de dienstdoende arts een gesprek had met een verpleegster. Het ging over een patiënte die gevallen was. De arts raadde de verpleegster aan om haar Loramet te geven, een kortwerkend slaapmiddel dat niet spierver-

slappend werkt. Dramaturgisch noodzakelijk? De sponsorcontracten gaven uitsluitel. Die hele scène bleek in het script te zijn opgenomen om het geneesmiddel in kwestie onder de aandacht te brengen. Waarom? Vermoedelijk omdat er via de Ster geen spotreclame voor geneesmiddelen mag worden gemaakt. Via in script sponsoring kun je de boodschap toch kwijt.

Mede naar aanleiding van dit soort gevallen is het Mediabesluit aangepast, met name de artikelen 28 en 29. Nu mogen reclame-uitingen in de context van het programma voorkomen, maar geen afbreuk doen aan de integriteit van het programma."

Was er wel eens sprake van een spanningsveld tussen puur juridisch en meer beleidsinhoudelijk adviseren?

"Dat kwam wel voor. Per slot van rekening heb je te maken met één Mediawet en een Mediabesluit die voor meerdere omroepen gelden. En elk van die omroepen interpreteert de regels weer net iets anders. Sommigen probeerden ook de grenzen van de regelgeving af te tasten. Dat is logisch, het leidt tot aanvullende regelgeving. Bovendien hebben sommige regels ook betrekking op derden: denk aan televisieproducenten, evenementen, reclame bij sportwedstrijden. Daar valt niet aan te ontkomen, omroepen hebben uiteraard veel met de omringende werkelijkheid te maken. Verder kregen we te maken met de komst van de commerciële omroepen: eerst de binnenlandse commerciële omroep, daarna indirect met 'buitenlandse' commerciële omroepen zoals RTL4. In een situatie dat je zowel publieke als commerciële omroep hebt, wordt de neiging om preventief op te treden tegen de publieke omroep versterkt, omdat anders commerciële omroepen in het gat springen dat je voor de publieke omroepen hebt opengelaten. We hadden ook te maken met verschillende regelingen: onze Mediawet, die van Luxemburg, de Europese Richtlijn. Daarbij komt dat de overheid in zijn besluitvorming niet altijd even consistent is. Als dat aan de orde is mag je daar als adviescommissie wel op wijzen."

Zijn er te veel regels?

"Dat is de vraag. Je kunt je afvragen of het met minder regels kan, maar neem nu sponsoring. Een simpele gedragscode werkt niet, er is te veel geld mee gemoeid. Het gaat immers om televisie, een medium met een enorme impact. Je hebt dus wetgeving nodig, maar daarbij zie je steeds dat de grenzen daarvan worden afgetast. De vraag is vervolgens: hoe ga je daarmee om? Stel je als overheid algemeen geldende regels of niet? Het hoort bij het klassieke wetgevingproces. Omroepen willen weten wat wel en niet mag. Als je daaraan toegeeft ontstaan vanzelf regels en beleidlijnen.

Het zijn echter geen regels die over moord en doodslag gaan. Dingen veranderen, je kunt de wetgever voorstellen zaken anders te regelen. De Mediawet is geen wet met zware normen, de wet geeft lichte normen met een geringe normatieve lading. Het is meestal moeilijk om van een overtreding te zeggen: dit is niet alleen een overtreding van de regels, maar het is ook moreel verwerpelijk."

Als u de Mediawet mocht veranderen, wat zou u dan als eerste doen?

"De grootste weeffout destijds, was in '68/'69 het toelaten van de Ster-reclame. De Ster moet concurreren met IP, daar gaat ongetwijfeld invloed van uit op de programmering. Het gaat niet alleen om spotreclame, maar ook om *product placement* en *in script sponsoring*. Bij dat laatste hoef je ook niet altijd aan commerciële beïnvloeding te denken, het gaat om alle invloeden die op gespannen voet staan met redactionele onafhankelijkheid. Neem bijvoorbeeld de programmaserie over Dutchbat, waaraan het Ministerie van Defensie voor 4 miljoen gulden had bijgedragen. In de redactie bleek iemand van defensie te zitten. Dat kan natuurlijk niet."

Waar kijkt u met genoeg op terug?

"Waar ik zelf wel trots op ben, is dat we alle uitspraken gepubliceerd hebben in bundels, getiteld 'Publieke Omroep & Commerce'. Aanvankelijk was dat puur voor onszelf bedoeld, om de zaken beter te administreren. Het zijn uiterst handige naslagwerken geworden, waar met name onze secretaris Marcel Dellebeke veel werk aan heeft verricht. Verder merk je dat het Commissariaat voor de Media steeds professioneler is gaan opereren. Dat is logisch, zaken hebben zich vanuit een pioniersfase moeten ontwikkelen, er moest ook jurisprudentie komen. Er is nu veel meer duidelijkheid dan voorheen." ■

Lijn wordt regels

De uit 1998 daterende 'Beleidslijn lokale omroep voor meerdere gemeenten' is omwille van de eenvormigheid van de door het Commissariaat opgestelde regelingen omgewerkt tot 'Beleidsregels lokale omroep voor meerdere gemeenten'. Tegelijk zijn in de beleidsregels een aantal wijzigingen doorgevoerd, zowel ten aanzien van de inhoudelijke toets als ten aanzien van de procedure. Kern blijft dat de gemeenten aangrenzend moeten zijn, een sociaal-culturele samenhang moeten hebben, en dat het verzorgingsgebied beperkt dient te blijven. De beleidsregels staan op www.cvdm.nl of zijn aan te vragen bij het Commissariaat. ■

Adviescommissie buigt zich over Keyl en Televiziering

De TROS en de AVRO verschenen op 23 september samen met het Commissariaat voor de Adviescommissie Bezwaarschriften, naar aanleiding van de bezwaren van de beide omroepen tegen boetes die het Commissariaat hen oplegde.

De boete die de TROS op 1 april 2003 kreeg, bedroeg € 22.500 en betrof het overtreden van zowel de reclame- als de sponsorregels in het programma Keyl. De TROS erkende dat met het vermelden van de naam van een restaurant en het tonen en vermelden van een aantal boeken en sieraden, niet-toegestane reclame-uitingen waren uitgezonden. Bij de door het Commissariaat geconstateerde sponsorovertreding zette de TROS echter vraagtekens. Aan het eind van twee afleveringen schotelde de presentatrice haar gast en het publiek een hapje voor, waarbij zij de naam van het betreffende restaurant noemde. Het restaurant stond ook vermeld op de aftiteling onder het kopje 'met dank aan'. Volgens de TROS was hier geen sprake van sponsoring, aangezien de bijdragen van de restaurants van ondergeschikte betekenis waren in verhouding tot de totale kosten van het programma. De omroep vond dat het identificeerbaar in beeld brengen van dergelijke bijdragen niet kan leiden tot sponsoring. Het Commissariaat gaf aan dat, zodra bijdragen om niet (in dit geval de hapjes van de restaurants) identificeerbaar in een programma worden getoond, er per definitie sprake is van sponsoring. Het sponsorverbod zou niet zijn overtreden als er voor de hapjes was betaald of als de presentatrice de restaurants niet had genoemd.

Fiat

De Avro kreeg op 18 juni een boete van € 36.000 wegens niet-toegestane reclame-uitingen en overtreding van het dienstbaarheidsverbod met betrekking tot het verslag van het evenement De Gouden Televiziering 2002, uitgezonden op 25 oktober 2002. De reclame-uitingen betroffen het ver-tonen en vermelden van een Fiat. Volgens het Commissariaat hield het tonen van de auto geen direct of

onmiddellijk verband met het daadwerkelijke evenement en behoorde daarom niet tot het verslag van het evenement. De beelden van de Fiat werden in het televisieprogramma 'gemonteerd' en vallen onder het algemene reclameregime. Het tonen van de Fiat vond, met beeldvullende foto's die langdurig werden getoond, op overdreven en overdadige wijze plaats zodat er sprake was van niet-toegestane vermijdbare reclame-uitingen. De AVRO verweerde zich met het argument dat het tonen van de te winnen Fiat nodig was om zo veel mogelijk mensen te laten deelnemen aan de publieksenquête. Zonder deze enquête zou het evenement niet kunnen bestaan. De Fiat was ook in de zaal op grote schermen te zien, aldus de AVRO.

Ook in de promo's voor het programma werd de Fiat vrijwel beeldvullend vertoond, echter niet onloochenbaar te identificeren. Door aanhakende reclame in de AVRO-bode en de Televizier was de auto volgens het Commissariaat echter wel door het publiek te identificeren, met het gevolg dat ook de promo's niet-toegestane reclame-uitingen bevatten. De AVRO stelde dat de auto, ook mét de aanhakende reclame, niet identificeerbaar was voor het algemene publiek en dat de auto bovendien niet overdreven was getoond.

Naar het oordeel van het Commissariaat had de AVRO zich ten slotte dienstbaar gemaakt aan het maken van winst door Fiat Nederland BV. Dit gebeurde door het volgens afspraak plaatsen van *advertorials* (een serie redactionele artikelen in het kader van de Gouden Televiziering, met in ieder artikel een wervend item over de te winnen Fiat) in de Televizier en de AVRO-bode en door de contractuele toezegging dat de auto zou worden getoond tijdens de promospots voorafgaand aan het evenement. Waarom heeft de AVRO niet gewoon een Fiat gekocht en als prijs aangeboden, zo vroeg het Commissariaat zich af.

In de loop van het najaar neemt het Commissariaat een beslissing op de bezwaren. ■

Debat over media-concentratie

Staatssecretaris Cultuur en Media, mr. Medy van der Laan neemt op donderdag 30 oktober in perscentrum Nieuwspoord de website van de Monitor Mediaconcentraties, www.mediamonitor.nl, officieel in gebruik. Ook geeft zij bij deze gelegenheid haar visie op het beleid rond mediaconcentratie en pluriformiteit. Aansluitend debatteren Jan Bonjer (Dagblad van het Noorden / Algemeen Dagblad), Dink Binnendijk (RTV West) en Harm Taselaar (RTL Nieuws) onder leiding van Kees Boonman over verschuivingen binnen het mediagebruik en de specifieke bijdragen van radio, tv en geschreven pers aan een pluriform mediabestel. Inleider is onderzoeker dr. Jan Wieten van de Universiteit van Amsterdam. ■



18

Voormalig ROOS-directeur Robert Zaal:

Het waren beleidsarmoedige jaren

Na zes jaar belangenbehartiging nam Robert Zaal afscheid als directeur van de Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking, kortweg ROOS. Per half september werd hij directeur van RTV Noord-Holland. Hoe beoordeelt hij de huidige positie van de regionale omroepen?

De voormalige directeur van ROOS onderscheidt drie terreinen waarop regionale omroepen onderling kunnen samenwerken: zakelijk, programmatisch en politiek. Op zakelijk of facilitair gebied is de samenwerking volgens hem nauw, maar nog niet optimaal: "Er worden collectieve contracten afgesloten met organisaties zoals Buma/Stemra, Sena en Nozema, maar als er onderhandeld moet worden met Sony over een nieuwe uitzendstraat, dan doen we dat apart. Daar valt dus nog wel wat te winnen." Ronduit tevreden is hij over de samenwerking ten aanzien van alles wat met politiek te maken heeft: "Het is ons doorlopend gelukt naar buiten één gezicht te tonen." Blijft over de programmatische samenwerking. En die is lastiger: "Ik heb in de loop der jaren de overtuiging gekregen dat de verschillen van mening te fundamenteel zijn om er een eenheid van te maken. Het is ook wel goed dat men het in Zeeland anders doet dan in Groningen. Het zijn dertien autonome organisaties en als je het hebt over de programma-inhoud, dan heb je het over de kern van hun taakopdracht. Het bestaansrecht van die dertien omroepen komt juist voort uit de regionale verschillen. Daarom moet je genoeg nemen met af en toe een gelegenheidscoalitie, bijvoorbeeld als Zeeland, Brabant en RTV Rijnmond samen aandacht besteden aan de herdenking van de watersnoodramp."

Met de NOS verliep de samenwerking een aantal jaren met ups en downs: het zogeheten vensterplan werd afgeblazen en ook de nieuwszender ging niet door. Zaal is blij dat er de laatste tijd een andere vorm is gevonden: "Er wordt bekeken waar op kleine schaal samengewerkt kan worden. Dat gebeurt bijvoorbeeld met de redactie van het NOS



Journal en ook NL Net is er een voorbeeld van." En het contact met de lokale omroepen? Zaal: "Die samenwerking wisselt per regio. De mate waarin het gebeurt heeft veel te maken met de professionaliteit van de lokale omroep. Maar ROOS heeft er niet veel mee te maken gehad."

Vanaf 2004 komt de financiering van de regionale omroep volledig bij de provincies te liggen, al is dat volgens Zaal nog niet zeker: "Het voorstel moet nog door de Kamer en die heeft kritische geluiden laten horen. Er zijn garanties nodig dat het geld inderdaad bij de omroepen terecht komt. De provincies zeggen wel dat ze het geld zullen doorsluizen maar ze willen het niet oormerken en dat is voor ons een teken aan de wand. Zonder garanties staat wat nu bij West en Rijnmond gebeurt, ook de andere omroepen te wachten." Volgens Zaal heeft de regionale omroep jarenlang te maken gehad met een structurele desinteresse van de bewindslieden: "Nuis is de laatste geweest

die in financieel opzicht iets heeft gedaan, namelijk de matching voor regionale televisie. We horen nu al jaren van de verschillende staatssecretarissen: we doen niets meer, want de financiering gaat naar de provincie, en andersom zeggen de provincies: wij doen niets want het ministerie is nog verantwoordelijk. Wat dat betreft waren het beleidsarmoedige jaren. Alleen de Kamer weet een enkele keer iets af te dwingen."

Ook op de inhoudelijke gevolgen van de nieuwe financieringsstructuur is Zaal niet helemaal gerust: "Ik weet zeker dat er incidenten gaan komen, dat provinciebesturen inhoudelijke voorwaarden gaan stellen. Het Commissariaat heeft wel een mooie brief geschreven waarin gewezen wordt op de redactionele onafhankelijkheid van de omroepen, maar de praktijk is soms anders dan de leer. Het is lastig voor bestuurders om wel subsidie te geven maar daaraan geen inhoudelijke eisen te mogen verbinden en het toezicht aan anderen over te laten. We zullen ze daar nadrukkelijk in moeten opvoeden."

Alle regionale zenders brengen zowel radio als televisie. De regionale radio kan bogen op een flink marktaandeel. De verwachting van Zaal is dat er ook in de regionale televisie nog groei zit: "Consumenten vinden het interessant. Maar regionale televisie blijft altijd aanvullend op landelijke televisie. Je moet ons erbij nemen. Het is mooi als mensen elke dag een half uur kijken. Bij radio is dat anders; we hebben het liefst dat de luisteraars 24 uur per dag op de regionale zender afstemmen."

ROOS heeft als organisatie een onomstreden positie binnen de mediasector. Maar Robert Zaal merkte dat hij zichzelf de laatste tijd steeds meer ging relativeren. Voor hemzelf en voor ROOS is het daarom goed dat er vernieuwing komt, aldus de scheidende directeur. Gerard Schuiteman, afkomstig van Nozema, volgt Zaal per 1 december op. Tot die tijd fungeert Huub Elzerman, de voormalige directeur van RTV Noord-Holland, als waarnemer. ■

19

TROS wacht sanctie voor Miljoenenjacht

Het Commissariaat constateerde in de begin dit jaar uitgezonden afleveringen van de Postcodeloterij Miljoenenjacht niet-toegestane vermijdbare reclame-uitingen voor producten en diensten van BMW, Bang & Olufsen, Het Arsenal en reisorganisatie Odysseus. De reclame-uitingen leveren de omroep een voorgenomen boete op van € 22.500.

De serie uitzendingen werd (mede) gefinancierd door de Nationale Postcode Loterij (NPL). Het Commissariaat heeft de NPL tot op heden niet aangemerkt als een sponsor in de zin van de Mediawet. Er zijn vooralsnog geen feiten of omstandigheden bekend om van dat standpunt af te wijken. De NPL dient echter wel aan het begin of het eind van het programma te worden vermeld op dezelfde wijze als een sponsor (namelijk met de mededeling: "dit programma is mede mogelijk gemaakt door" of "dit programma is gesponsord door"). De aftitelrol van de Postcodeloterij Miljoenenjacht werd beëindigd met de tekst: "geproduceerd door Endemol in opdracht van Nationale Postcode Loterij". De NPL is hiermee wel vermeld maar niet op de juiste wijze. Het Commissariaat volstaat met een waarschuwing.

Het Commissariaat gaat er van uit dat de bspelletjes in het programma binnen de door het Ministerie van Justitie gestelde voorwaarden vallen. Deze bspelletjes waren slechts toegankelijk voor leden van de NPL. De vermeldingen dienaangaande in het programma zijn naar de mening van het Commissariaat daarom aan te merken als verkapt oproepen om lid te worden van de NPL (gelijk te stellen aan het kopen van loten) en daarmee als reclameboodschappen. De TROS is uitgenodigd haar zienswijze kenbaar te maken, alvorens het Commissariaat besluit over een boete voor deze overtreding.

Overigens maakt de TROS zich naar het oordeel van het Commissariaat met de exclusieve toegankelijkheid voor NPL-leden tot de bspelletjes niet dienstbaar aan het maken van winst door derden (in casu de NPL). De Mediawet biedt ruimte om aandacht te besteden aan instellingen met een liefdadig karakter en de winst van de Stichting Nationale Postcode Loterij komt ten goede aan diverse goede doelen. ■

SBS heeft last van uitspraak Raad van State

Arjo Kramer, manager juridische zaken bij SBS, is niet blij met de recente uitspraak van de Raad van State inzake het toezicht op de HMG-zenders RTL 4 en 5. SBS merkt dat adverteerders eerder naar HMG gaan omdat daar meer mogelijk is, vooral waar het gaat om de reclame in programma's. Als voorbeeld noemt Kramer de Achmea kennisquiz die bij SBS zat en inmiddels heeft besloten naar RTL te gaan. Volgens hem was dit niet gebeurd als op basis van de uitspraak van de Raad voor RTL 4 en 5 hetzelfde reclameregime was gaan gelden als voor SBS. Kramer noemt het frustrerend te moeten concurreren met een partij die veel ruimere mogelijkheden heeft voor het plaatsen van reclame, ook in de blokken: "Wij krijgen nu een enorme boete voor reclame-overtredingen, terwijl RTL 4 en 5, toch ook Nederlandse zenders, dat niet krijgen. De verschillen in regelgeving en in toezicht zijn groot. Dat is des te vervelender voor ons, nu we er zo hard op worden afgerekend."

Nederland en Luxemburg geven op 21 oktober in het Contact Comité van de Europese Commissie een reactie op de uitspraak van de Raad van State. ■

Collegebesluiten die in de periode van 29 juli tot en met 30 september 2003 zijn genomen

Zendtijd- en kabelzaken

Toewijzing en intrekking zendtijd voor lokale omroep

Zendtijd wordt meestal verleend om een programma via zowel een zender als een netwerk te verspreiden en wordt toegewezen voor een periode van vijf jaar.

In de hierboven aangegeven periode is zendtijd voor lokale omroep toegewezen aan

- Stichting Zoetermeer FM
- Stichting Lokale Omroep Heumen
- Stichting Lokale Radio & TV Omroep Zundert
- Stichting Cranendonck Lokaal
- Stichting Omroep Asten Someren
- Stichting Laarbeeke Omroep Kontakt
- Stichting Lokale Omroep Groenlo
- Stichting Lokale Omroep Bergambacht
- Stichting Stadsomroep Tiel
- Stichting Omroep Lemsterland
- Vereniging Lokale Omroep Gaasterlân-Sleat
- Stichting Omroep Goes
- De Westlandse Omroep Stichting voor meerdere gemeenten (Naaldwijk, Wateringen, 's-Gravenzande, Maasland, Maassluis, Monster, Schipluiden en De Lier).
- De aanvraag tot toewijzing van zendtijd voor Tiel van de Stichting Regio Omroep Betuwe wordt afgewezen.

- Het besluit van 23 april 2002 tot toewijzing van zendtijd aan de Stichting Radio en Televisie Over-Betuwe wordt ingetrokken.

Toewijzing zendtijd voor regionale omroep

- Stichting Omrop Fryslân. Het besluit van 9 februari 1999 tot toewijzing van televisiezendtijd aan voornoemde stichting wordt ingetrokken.
- Stichting Regionale Omroep Noord-Holland. Het besluit van 2 november 1999 tot toewijzing van televisiezendtijd aan voornoemde stichting wordt ingetrokken.
- Stichting Regionale Omroep Flevoland voor radio en televisie.

Toestemmingen commerciële omroep

Natuurlijke en rechtspersonen kunnen toestemming aanvragen voor het uitzenden van een door hen verzorgd programma. Toestemmingen worden verleend voor een periode van vijf jaar.

In de aangegeven periode zijn aan de volgende instanties, bedrijven en personen toestemmingen verleend om een commercieel omroep-programma te verzorgen.

- UPC Programming B.V. voor acht programma's via verschillende kanalen met de naam UEFA-Champions League Channel en voor vier programma's voor bijzondere omroep (Arrivo Austria, Arrivo Germany, Arrivo Norway en Arrivo Sweden).
- De heer J.A.C. Staphorst voor dertig radioprogramma's voor bijzondere omroep met de namen

COLLEGE BESLUITEN

- Radio Suriname, Radio Antiyano, Radio Turkije, Radio Marokko en Radio Indonesia
- Omroep Bedrijf Capitol B.V.
- Bright Media Groep voor programma Bright FM
- De heer S. Brouwer voor het programma Radio Waddenzee
- De heer M.R.P. Putters voor programma Enjoy FM
- De heer H. Duinkerken voor programma Radio 0 FM
- E. Visser management B.V. voor programma Music Radio
- New Message B.V. voor programma Radio Uno
- Quality Radio B.V. voor gelijknamig programma
- Sky Radio Ltd. voor programma Radio Veronica
- De heer P. Donk voor het programma Oranje FM
- Maaned B.V. voor de programma's You FM Alkmaar, You FM Haarlem, You FM Purmerend en You FM Amsterdam
- Vrije Radio Omroep Nederland B.V. voor het radioprogramma Classic4u
- Talpa Radio Nederland B.V. voor het radioprogramma North Sea Jazz FM
- A.S.O. Radio B.V. voor het radioprogramma Symphony FM
- Radio 540 voor het radioprogramma Hit Radio 540 en het televisieprogramma TV 540
- Arrow Classic Rock Radio B.V. voor het radioprogramma Arrow Classics Jazz FM
- Stichting Regio Video Televisie voor een kabelkrantprogramma TV-krant.

Evenementenzender

Het Commissariaat kan toestemming verlenen om via een zender een programma voor een bijzonder doel uit te zenden of uit te doen zenden dat

een beperkt bereik heeft of van beperkte duur is.

In de aangegeven periode is voor een bijzonder doel toestemming verleend voor het tijdelijk gebruik van een zender met een beperkt bereik aan:

- Stichting Cold Ice voor een radio-programma ter gelegenheid van het Netgamez 2003B Multiplayer Gaming Event
- Communiqué Creatieve Communicatie voor een radio-programma rond de Roosendaalse kermis
- Sanrobi v.o.f. voor een radio-programma rond het Bloemen-corsus te Zundert
- Joffi Advies & Productie B.V. voor een radioprogramma inzake een Mini Drive In bioscoop
- De heer C.H. Vloon voor een radio-programma ter gelegenheid van het Driedaags feest in Valthe
- De heer F. Otten voor radio-programma's ter gelegenheid van de Truckersdag in Hardenberg en het Nazomerfeest in Hoogenweg
- Stichting Lokale Omroep Gemeente Twenterand voor een radioprogramma ter gelegenheid van de Golden Tulip Rally
- Stichting Time Traveller voor een radioprogramma ter gelegenheid van de Zomeropera te Almere
- Little Fish voor een radio-programma ter gelegenheid van het evenement KRO Mirakel van de Schoonheid.

Overig

5 augustus

Het verzoek van de Stichting Lokale Omroep Gooi en Omstreken om handhaving van het bepaalde in

artikel 82i (Casema zou het programma van de SLOGO ook moeten doorgeven in het deel van de gemeente Naarden dat aangesloten is op het omroepnetwerk van de gemeente Huizen) wordt na een gedegen belangenafweging afgewezen.

23 september

Het bezwaar van de Stichting Educatieve Media Allochtonen tegen het besluit van 12 april 2000 wordt ongegrond verklaard; het besluit blijft gehandhaafd.

De Stichting Lokale Omroep Nuenen (SLON) en de Stichting Lokale Omroep Waalre X-tra (SLOW) krijgen tot 1 november 2003 de gelegenheid hun samenwerking te beëindigen. Dit dient te worden aangetoond ten genoegen van het Commissariaat. Het na 1 november 2003 door de SLON en SLOW uitzenden van het programma Radio Decibel op grond van de huidige samenwerking zal als een mediawettelijke overtreding worden aangemerkt.

Juridische zaken – Programmatoezicht

Sanctievoornemens

Voordat het Commissariaat een besluit kan nemen om een boete op te leggen voor een overtreding, wordt de omroep van dit voornemen op de hoogte gebracht en in de gelegenheid gesteld om in een hoorzitting zijn zienswijze naar voren te brengen.

9 september

De TROS wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een boete op te leggen van € 22.500,- wegens niet-toegestane reclame-uitingen in de Postcode Miljoenennacht.

23 september

In verband met diverse overtredingen, verband houdend met het overschrijden van de reclamezendentijd, worden Yorin TV, MTV Networks en SBS voor een hoorzitting uitgenodigd.

30 september

Salto wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een boete van € 3.900,- op te leggen wegens overtreding van de bewaarplicht, overschrijding van de maximaal toegestane hoeveelheid reclameboodschappen, en onduidelijk onderscheid en herkenbaarheid van de reclameboodschappen.

Sancties

12 augustus

Yorin TV BV krijgt een boete van € 13.500,- wegens het opnemen van het handelsmerk Girlz! (de naam van een tijdschrift) in de titel van het programma (Girlz!) en in het programma zelf.

2 september

De Vrije Radio Omroep Nederland B.V. (Radio 538) krijgt een boete van € 22.500,- wegens sluikreclame voor o.m. de handelsmerken Axe, Heinz en Heinz Curry. Voor het niet aan het begin van het programmaonderdeel vermelden van sponsors zoals Anac, Pearle en Hotelbon krijgt de omroep een waarschuwing.

De Stichting Regionale Omroep Groningen krijgt een boete van € 4.500,- wegens onduidelijk onderscheid en herkenbaarheid van reclameblokken in een televisieprogramma, niet-toegestane reclame-uitingen voor enkele auto-merken in een radioprogramma en overschrijding van de maximale duur van de reclameboodschappen per uur in het televisieprogramma.

16 september

Yorin TV B.V. krijgt een boete van € 9.000,- wegens sluikreclame voor Cartoon Network in het televisieprogramma Yorkiddin'.

Regionale Omroep Noord-Holland krijgt een boete van € 8.650,- wegens overtreding van de bewaarplicht, overtreding van de sponsorregels en niet-toegestane reclame-uitingen in programma's.

Overig

5 augustus

Het bezwaar van de STER tegen het bestuurlijk rechtsoordeel van 13 november 2002 inzake de overtreding van de Mediawet inzake Telewinkelloeders, wordt ongegrond verklaard. Genoemd rechtsoordeel blijft gehandhaafd, zij het onder aanvulling van de motivering.

De beschikking van 22 mei 2003, waarbij aan de Stadsomroep Doetinchem een boete is opgelegd, wordt ingetrokken. Dit naar aanleiding van het bezwaar dat de omroep heeft aangetekend.

23 september

UPC krijgt ontheffing van de wettelijke verplichting om Nederlands- en

Neventaken en nevenactiviteiten

2 september

De volgende internetsites worden geacht als neventaak van de lokale omroep voldoende relatie met de hoofdtaak te hebben:

- www.streekomroepstart.nl van Stichting Streekomroep Start in de gemeente Geleen
- www.rijnmond.nl van Stichting Regionale Omroep Rotterdam-Rijnmond
- www.hos-radio.nl van de Heerenveense Omroep Stichting
- www.lemmer.net/radiolemsterland van de Stichting Omroep Lemsterland
- www.rtvns.nl van Noordwijk Lokaal
- www.rtme.nl van Stichting Radio Televisie Meerssen

Overig

12 augustus

De bezwaren van de Vereniging van Commerciële Radio tegen de vier besluiten van 4 maart 2003 inzake het radioprogramma FunX worden ongegrond verklaard. De besluiten blijven gehandhaafd.

In reactie op een verzoek van BNN laat het Commissariaat weten dat er vanwege de noodzaak veel leden te moeten werven sprake is van een bijzonder geval. Op grond daarvan mag worden afgeweken van de algemene regels voor het doen van oproepen in het kader van ledenwerving, binnen nog nader door het Commissariaat te bepalen specifieke voorwaarden.



www.cvdn.nl

