

CO.MEDIA

Nummer 101 |||| December 2003 ||||



Toegestaan

Virtuele reclame naast de goals

Debat mediaconcentratie |||| Media Quiz ||||
Meerjarenbegrotingen ||||

Colofon

Nummer 101
December 2003

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

Redactie:
Wanda Bade
Bart Bijvank

Met bijdragen van:
Marcel Betzel
Inge Brakman
Fred van der Gon Netscher
Jan Vosselman Bosch

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 Kluvers

Vormgeving:
ankerxstrijbos grafisch ontwerp bno

Druk:
PlantijnCasparie Hilversum

Inhoud

3. Column

De publieke omroep moet inzichtelijk kunnen maken hoe de geldstromen lopen. Ook als het om details gaat.

4. Reclame naast de goals mag

Net als in andere Europese landen is het in Nederland voortaan toegestaan reclame-uitingen aan te brengen op doeken naast de goals.

6. Debat over mediaconcentratie

Staatssecretaris Van der Laan wil met de minister van EZ onderzoeken wat de technische instrumenten zijn om pluriformiteit veilig te stellen.

9. Verschil tussen film en tv-serie

Na een jarenlange procedure tussen RTL en de Duitse toezichthouder, maakt de Europese rechter het verschil tussen film en televisieserie duidelijk.

10. Meerjarenbegroting Publieke Omroep

Enkele hoofdpunten uit het advies aan de staatssecretaris.

12. Europese toezichthouders

Redactionele onafhankelijkheid en bescherming van minderjarigen en consumenten moeten leidende principes zijn bij het opstellen van regels voor nieuwe diensten, zegt de EPRA.

14. Media Quiz

De deelnemers aan het OLON Air RTV Festival kregen een door het Commissariaat samengestelde quiz uitgereikt. De vragen en de antwoorden.

17. Toezicht in 2004

Accenten in het handhavingsbeleid voor het komende jaar.

18. Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten die in de periode van 7 oktober tot en met 18 november 2003 zijn genomen.

Kritisch oog voor gedetailleerde verantwoording

Inge Brakman

Jaarlijks biedt het Commissariaat voor de Media de staatssecretaris een plan van aanpak aan voor het toezicht in het komende jaar. In deze CoMedia wordt vermeld wat de belangrijkste onderwerpen voor 2004 worden. Er zijn nieuwe taken bijgekomen, zoals het programmatoezicht op de landelijke en regionale commerciële radiozenders die een frequentie bemachtigd hebben. Er zijn wettelijke taken, zoals het tellen van leden, die te maken hebben met de voorbereiding van de nieuwe erkenningen en zendtijdtoewijzingen die eens in de vijf jaar plaatsvinden. En daarnaast is er het gebruikelijke toezicht op alle publieke en commerciële omroepen.

Het afgelopen jaar heeft het Commissariaat al ingezet op versterking van het financiële toezicht op de publieke omroepen. In 2004 zal dit verder worden voortgezet. Op dit moment houdt het Commissariaat, geassisteerd door accountants, reviews bij de landelijke omroepen om na te gaan hoe de controle van de jaarrekeningen heeft plaatsgevonden en om de financiële verslaggeving aan te scherpen. Het Handboek Financiële Verantwoording gaat het komende jaar in de revisie om eenduidige voorschriften op te leggen voor de inrichting van de financiële administratie waardoor de omroeporganisaties beter met elkaar vergelijkbaar worden. Er zal meer aandacht komen voor gedetailleerde financiële verslaggeving. Deze acties leiden tot meer inzicht in de geldstromen, en dat is ondermeer ook belangrijk voor het monitoren van de bezuinigingen bij de Publieke Omroep.

Het Commissariaat heeft de afgelopen jaren vastgesteld dat, soms na correcties die op last van het Commissariaat zijn doorgevoerd, de omroepgelden rechtmatig besteed worden door de landelijke omroepen. Niettemin zijn er mede door diverse publicaties in de pers, zaken aan het licht gekomen die beter geregeld kunnen en moeten worden. Er moet met duidelijker codes gewerkt worden die de programmatische onafhankelijkheid veiligstellen. Er zijn integriteitregels nodig om contracten met familieleden, neveninkomsten en BV's beter te regelen. De verantwoording door de Publieke Omroep behoort geen vragen onbeantwoord te laten en de geldstromen moeten volstrekt transparant zijn.

Meer toezicht op al dit soort zaken zal ook leiden tot meer werk bij de omroepen. En dat in een tijd waarin de Publieke Omroep over eindeloos veel zaken moet rapporteren. Het wordt daarom zaak dat binnen de Publieke Omroep administraties beter op elkaar aan gaan sluiten. Niet alleen de grote lijnen moeten kloppen, maar ook de details. Daar valt het komende jaar nog een wereld te winnen. ■





Reclame naast de goals toegestaan

4 Op grond van de praktijk in de ons omringende landen en gezien de internationale regels van het voetbal, heeft het Commissariaat voor de Media besloten het aanbrengen van reclame-uitingen op doeken (zogenoemde *cam carpets*) naast de goals in Nederland voortaan toe te staan. Aan een langdurige discussie met voetbalbonden en -clubs over deze vorm van reclame is hiermee een einde gekomen.

Uit onderzoek is gebleken dat het toepassen van reclame-uitingen op de grond naast de goals in de nationale competities in Europa een gebruikelijke en veelvuldig toegepaste vorm van reclame is, die ook door de FIFA en de UEFA niet wordt verboden. Het Commissariaat ziet dan ook geen reden Nederland een uitzonderlijke positie te laten innemen en deze vorm van reclame nog langer te verhinderen.

De reclame-uitingen kunnen zowel reëel als virtueel op de doeken worden aangebracht. In het eerste geval lichten ze driedimensionaal op wanneer ze in beeld komen. Bij de virtuele variant worden de uitingen digitaal aan de uitzending toege-

voegd en op de doeken geprojecteerd. In de ons omringende landen is ten aanzien van virtuele reclame tijdens uitzendingen van sportwedstrijden geen eenduidige regelgeving aanwezig. Wel is het doorgaans niet toegestaan speciale vlakken te creëren voor virtuele reclame: de reclame mag slechts worden aangebracht op bestaande oppervlakken, die gereserveerd zijn voor reclamedoeleinden.

Om de reclame-uitingen op de grond naast de goals mogelijk te maken, zal het Commissariaat aan artikel 4 van de Beleidsregels Sportprogramma's een bepaling toevoegen. In deze bepaling wordt opgenomen dat in buitenaccommodaties voor voetbal reclame-uitingen mogen worden aangebracht op maximaal één doek op de grond aan iedere zijkant van de goals. De reclame-uitingen mogen niet worden aangebracht op borden naast de goals, omdat daarmee een dubbele rij borden zou ontstaan. De Beleidsregels Sportprogramma's staan dit niet toe. Ook aan alle overige bepalingen van de Beleidsregels dienen de reclame-uitingen te voldoen. ■



Collega en medewerkers van het Commissariaat voor de Media wensen u een goede overgang van 03 naar 04



Mammoettankers voorkomen

Staatssecretaris Medy van der Laan nam eind oktober de website www.mediamonitor.nl officieel in gebruik. Aansluitend werd gedebatteerd over een pluriform mediabestel: "Internet legt een groeiend beslag op de aan media bestede tijd".



6

In haar welkomstwoord wees commissaris Inge Brakman op het gevaar van verschraving van de pluriformiteit. Want Nederland mag dan - samen met Finland, IJsland en Noorwegen - bovenaan de lijst staan van landen met de grootste persvrijheid, het Amerikaanse onderzoeksinstituut Freedom House plaatst daar kanttekeningen bij. Een hoge mediaconcentratie levert ons land 'strafpunten' op in de categorie Economic Pressure.

Medy van der Laan haalde in haar speech de nestor van de mediajournalistiek, Henk Hofland, aan. Deze waarschuwde enkele jaren geleden in de NRC al voor te sterke mediaconcentratie. Volgens Hofland kan dat leiden tot economische, politieke en culturele machtsvorming met alle nadelen van dien, zoals een monopolie op informatievoorziening en een grote vervlechting van media en entertainment. "Hofland is er voorstander van om mediaconcentratie aan banden te leggen met specifieke regelingen. Niet iedereen is het met

hem eens", aldus Van der Laan. De staatssecretaris gaf aan verantwoordelijk te zijn voor zowel een goede infrastructuur, waarbij de wetten van de vrije markt een belangrijke rol spelen, als voor een pluriforme mediavoorziening: "Beide aspecten zijn voorwaarde voor een goed functionerend medialandschap dat zich voegt naar een veranderende samenleving." De staatssecretaris steunt de opvatting van het Commissariaat dat er meerdere spelers op de markt moeten blijven, waarmee de veelzijdigheid van het aanbod gegarandeerd wordt. Zij wil zich echter nog niet op een bepaald percentage marktaandeel per speler vastleggen: "De uitwerking van een mogelijke regeling vereist een zorgvuldige afstemming. Een gezonde groei op de mediemarkt is een voorwaarde om ook internationaal mee te tellen, maar ik wil voorkomen dat er mammoettankers ontstaan die met hun golfslag het nationale medialandschap overspoelen." De staatssecretaris zei daartoe in gesprek te zijn

met de minister van Economische Zaken: "We moeten onderzoeken wat de technische instrumenten zijn waarmee we pluriformiteit kunnen veilig stellen." Ook wil Van der Laan met EZ overleggen hoe de sociaal-culturele criteria meer en beter in de toetsing kunnen worden meegewogen: "Samen moeten we in staat zijn om een instrumentarium te ontwikkelen dat deze sociaal-culturele en economische belangen in een goede balans houdt."

Er volgde een debat dat werd ingeleid door Jan Wieten, wetenschappelijk onderzoeker aan de UvA. Wieten wees op enkele onderzoeken waaruit is gebleken dat diversiteit en innovatie beter gedijen in een situatie van gematigde concurrentie dan in een waarbij één marktpartij een sterk overheersende positie inneemt of wanneer er een onverbidelijke strijd tussen concurrenten woedt. Hij signaleerde actuele ontwikkelingen die bedreigend kunnen zijn voor de maatschappelijke functie van

media: "Nieuwsmedia, kranten voorop, zijn tamelijk onmachtig gebleken in het bereiken van bepaalde bevolkingsgroepen: met name lager opgeleiden, mensen met lagere inkomens, minderheden en jongeren." De belangrijke maatschappelijke functie van de regionale pers dreigt volgens Wieten te worden ondergraven door schaalvergroting en een afkalvende lezerskring. Ten aanzien van internet plaatste hij een kritische kanttekening bij diverse voorspellingen dat internet vooral complementair ten opzichte van andere media zou blijven. Recent onderzoek wijst volgens hem uit dat internet misschien eerst wel complementair is, maar dat er daarna ook mediawisseling plaatsvindt: "Bij nieuwe gebruikers daalt na enige tijd eerst het gebruik van printmedia en daarna ook dat van televisie en radio. Internet legt nu eenmaal een groeiend beslag op de aan media bestede tijd. Volgens een Engels rapport vindt bijna de helft van de gebruikers dat internet beter nieuws

en amusement verschaft dan de televisie."

"Heeft u last van pluriformiteit of doet u er iets aan?", vroeg discussie-leider Kees Boonman aan het panel. Jan Bonjer, hoofdredacteur van het Algemeen Dagblad, vond de discussie over pluriformiteit nogal academisch. Het was voor hem de vraag hoe de overheid zou kunnen voorkomen dat er minder dan drie mediabedrijven overblijven. Van veel meer belang vond hij het om zich op een onderwerp als lezerstevredenheid te richten: "Vooral lezers in kleinere dorpen stoort het dat regionale dagbladen geen aandacht besteden aan dingen die dicht bij huis gebeuren, simpelweg omdat er geen verslaggevers meer langskomen." Harm Taselaar, hoofdredacteur van RTL Nieuws, wees in dit verband op de huis-aan-huisbladen, die een belangrijke rol vervullen op het gebied van lokale informatie. Uit de zaal kwam een reactie van Jan Houwert, bestuursvoorzitter van Wegener. Hij achtte de kans reëel dat de media

nog meer geconcentreerd raken, maar vond dit niet nadelig voor de pluriformiteit: "Integendeel, want juist door schaalvergroting is het mogelijk om plaatselijke edities in stand te houden." Dink Binnendijk, directeur van RTV West, betoonde zich voorstander van een krachtenbundeling van kranten en regionale omroep, bijvoorbeeld bij het opzetten van een internetsite.

De mediamonitor-website van het Commissariaat biedt de actuele gegevens die nodig zijn om het noodzakelijke debat over dit onderwerp verder te voeren, aldus Medy van der Laan bij het in gebruik nemen van de website. ■

7

LPF niet op de radio

8 Jan Westerhof, zendercoördinator van Radio 1 en 747AM, deed begin dit jaar zijn beklag bij het Commissariaat over de LPF. Reden was dat deze politieke partij naliet programma's aan te leveren in het kader van de zendtijd voor politieke partijen op Radio 747AM. Hierdoor ontstond telkens een gat in het uitzend-schema dat door Westerhof met behulp van noodgrepen moest worden gevuld. De klacht was voor het Commissariaat aanleiding de LPF te wijzen op de wettelijke verplichting de toegewezen zendtijd geheel te gebruiken. De LPF gaf hierop geen reactie en bleef verzuimen programma's aan te leveren. Daarop heeft het Commissariaat besloten tot het voornemen de toegewezen zendtijd voor de periode tot 1 september 2004 in te trekken. De LPF krijgt de gelegenheid zich hier in een hoorzitting tegen te verweren. ■

Commerciële radio met regionaal karakter

De omroepen die per 1 juni en in november een vergunning kregen voor het uitzenden van een commercieel radioprogramma met een regionaal karakter op de FM-band, vormen een bont gezelschap. Er zijn omroepen die voornamelijk met een, al dan niet interactief, non-stop format werken, omroepen die een bijna evenredige mix aanbieden van gepresenteerde onderdelen en non-stop programmaonderdelen, en er zijn omroepen die vooral gepresenteerde programmaonderdelen uitzenden. Voor alle omroepen geldt dat de programmering tussen 7.00 en 19.00 uur voor ten minste 10% in het bijzonder gericht moet zijn op het gebied waarvoor het programma is bestemd. In hun programmatisch voornemen hebben de omroepen zonder uitzondering een percentage opgegeven dat hoger is dan 10%. Om helder te maken welke programmaonderdelen meetellen voor deze op de regio gerichte programmering is een lijst met definities en begrippen opgesteld. De betrokken omroepen zijn in de gelegenheid gesteld hierop te reageren, alvorens de lijst definitief wordt vastgesteld. De omroepen die in november een vergunning hebben verworven, krijgen nog de gelegenheid hun reactie te geven.

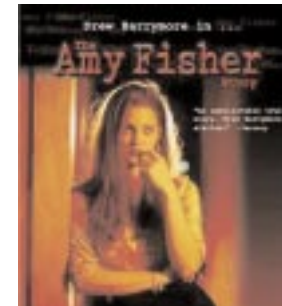
Voor de handhaving van de in de vergunningen vastgelegde program-mavoorschriften is het Agentschap Telecom, als verlener van de vergun-

ningen, verantwoordelijk. De verantwoordelijkheid voor de handhaving van de regelgeving zelf, inclusief de Mediawet, ligt bij het Commissariaat. Klachten over het aangeboden programma gaan naar het Agentschap. Dat beoordeelt of een onderzoek noodzakelijk is en vraagt vervolgens aan het Commissariaat het onderzoek uit te voeren en het Agentschap op de hoogte te stellen van de bevindingen. Het Agentschap neemt daarop het handhavingsbesluit.

Het programmatoezicht van het Commissariaat bestaat uit een papieren controle van de loglijsten en programmaschema's, in combinatie met een steekproefsgewijze controle van het audiomateriaal. Het materiaal wordt getoetst aan de in de begrippenlijst gedefinieerde regionaal gerichte elementen en aan de Mediawet (reclame- en sponsorregels). In een convenant, waarin ook de begrippenlijst wordt opgenomen, wordt de taakverdeling tussen het Agentschap en het Commissariaat binnenkort definitief vastgelegd. Deze taakverdeling geldt ook voor de landelijke geclausuleerde kavels. ■

Europese rechter maakt verschil tussen film en tv-serie duidelijk

Het Europese Hof van Justitie heeft op 23 oktober jl. duidelijkheid geschapen over het onderscheid dat de Europese Richtlijn Televisie Zonder Grenzen maakt tussen een televisieserie en een film. Dit onderscheid is van belang voor omroepen aangezien een aflevering in het kader van een televisieserie vaker door reclame kan worden onderbroken dan een film.



De uitspraak van de Europese rechter is het sluitstuk van een procedure die zich al sinds 1993 voortsleept tussen de Duitse toezichthouder en de commerciële omroep RTL. Begin oktober 1993 zond RTL de 86 minuten durende film *The Amy Fisher Story* uit, en onderbrak deze vier keer door reclame. Een week later deed de omroep hetzelfde tijdens de uitzending van *In The Deep Woods*, een film van 90 minuten. Beide films werden uitgezonden als onderdeel van een reeks met de titel 'Verstoorde relaties'. De Duitse toezichthouder, de *Landesmedienanstalt* van de deelstaat Nedersaksen, oordeelde dat deze films te vaak waren onderbroken. Volgens de toezichthouder overtrad de omroep daarmee de regels in de Duitse mediawet, het *Rundfunkstaatsvertrag*, welke rechtstreeks voortvloeien uit de Europese Richtlijn. Artikel 11, lid 2, van de Europese Richtlijn stelt dat films in beginsel maar om de 45 minuten mogen worden onderbroken. Voor tv-series geldt dat ze volgens de algemene regel van artikel 11, lid 3, van de Richtlijn vaker, namelijk om de twintig minuten, onderbroken mogen worden.

Omdat de toezichthouder van mening was dat hier geen sprake was van een tv-serie in de zin van de Richtlijn, werd de omroep te verstaan gegeven dat bij een eventuele herhaling deze films slechts één, respectievelijk twee maal door reclame mochten worden onderbroken. Ook kreeg RTL het verbod opgelegd om de voorgenomen uitzending van acht andere films in het kader van vergelijkbare series vaker voor commercie te onderbreken dan toegestaan op grond van het Rundfunkstaatsvertrag.

Na een lange nationale rechtsgang kreeg uiteindelijk de Europese rechter in een prejudiciële procedure de vraag voorgelegd wat de Europese Richtlijn verstaat onder films en tv-series. RTL betoogde dat om onder het begrip "serie" te vallen, volstaat dat verschillende televisiefilms met regelmaat op een vast tijdstip worden uitgezonden en dat zij met elkaar verband houden op grond van formele criteria zoals een gemeenschappelijk thema: in dit geval 'Verstoorde relaties'. De Europese rechter kon die redenering niet volgen. Het Hof wees erop dat het omroepen op deze manier wel heel eenvoudig wordt gemaakt vaker reclame uit te zenden, door van verschillende soorten films een serie te creëren. Het Hof oordeelde dat men pas kan spreken van een televisieserie als de afleveringen materiële gemeenschappelijke elementen kennen, die verband houden met de inhoud. Hiervan is sprake als hetzelfde verhaal zich in opeenvolgende uitzendingen ontwikkelt of een of meer dezelfde personages in verschillende uitzendingen optreden. Volgens het Hof is deze beperkte uitleg van het begrip tv-serie in de zin van de Richtlijn gerechtvaardigd om de televisiekijker tegen een overdaad aan reclame te beschermen. Voor het verweer van RTL dat er een verschil is tussen films die in eerste instantie bedoeld zijn voor de bioscoop en televisiefilms, die geschikter zouden zijn voor het vaker onderbreken door reclame, kon de Europese rechter geen enkel aanknopingspunt vinden in de Richtlijn. ■

Advies Meerjarenbegroting Publieke Omroep

In zijn advies over de Meerjarenbegroting 2004 - 2008 van de Publieke Omroep constateert het Commissariaat dat de Publieke Omroep de opgelegde bezuinigingen, conform het advies van McKinsey, probeert te realiseren door efficiency-maatregelen en het terugdringen van overhead. Getracht wordt de programma's en de internetactiviteiten zo veel mogelijk te ontzien. Enkele hoofdpunten uit het advies.

Op de meerjarenbegroting drukt dit keer zwaar het stempel van de opgelegde bezuinigingen. De eerste bezuinigingslag van € 40 miljoen heeft de Publieke Omroep geheel voor zijn rekening genomen. Hoe de pijn in de jaren daarna precies verdeeld gaat worden is ondermeer afhankelijk van politieke besluitvorming. De Publieke Omroep concentreert zich dus noodgedwongen op het jaar 2004. Het Commissariaat stelt vast dat de Publieke Omroep zich al geruime tijd in woelig vaarwater bevindt. Er zijn ingrijpende wetswijzigingen geweest, de commerciële omroep heeft klachten ingediend bij de Europese Commissie, er moet stevig bezuinigd worden en de pers legt de omroep het vuur na aan de schenen. Het Commissariaat vindt dat de Publieke Omroep in dit klimaat recht heeft op duidelijkheid over het commitment van Kabinet en Kamer aan de weg die is ingeslagen. Onzekerheid daarover dwingt de Publieke Omroep in een defensieve houding. De energie die dat kost kan volgens het Commissariaat beter besteed worden aan het vervullen van de hoofdtaak. Binnen de Publieke Omroep wordt in acht werkgroepen nagegaan hoe de bezuinigingen op verschillende terreinen kunnen worden gerealiseerd. De aanbevelingen van de werkgroepen moeten uitmonden in een plan van aanpak aan de hand waarvan te volgen is of de bezuinigingen daadwerkelijk leiden tot terugdringing van overheadkosten en verbetering van efficiency. Het Commissariaat zal het plan van aanpak beoordelen en er op toezien dat de doelstellingen reëel en meetbaar zijn. Gewaarschuwd is voor een herhaling van de bezuinigingsoperatie uit 1996. Toen

bleek achteraf dat het totaalbedrag wel was gerealiseerd, maar dat niet meer te traceren was hoe de bezuinigingen precies gestalte hadden gekregen.

Marktaandeel

Voor 2002 stelde de Publieke Omroep zich een marktaandeel van veertig procent ten doel. Betere netprofilering was voor het bereiken van die doelstelling een belangrijk instrument. Uit de begroting blijkt helaas dat het marktaandeel ten opzichte van 2001 gedaald is van 38,3 naar 37,7 procent. Van de individuele netten heeft alleen Nederland 2 de doelstelling gehaald en heeft Nederland 3 het moeilijkst. Het Commissariaat ziet in dat de Publieke Omroep voor een moeilijke, dubbele opdracht is geplaatst. Enerzijds moet een breed publiek worden bediend met een onderscheidende, kwalitatief hoogstaande programmering en anderzijds moeten kleinere doelgroepen worden bereikt. Het Commissariaat is van mening dat voor de Publieke Omroep, met alle middelen die hem worden aangereikt, een relevant marktaandeel belangrijk is. Marktaandeel is echter volgens het Commissariaat niet alleen zaligmakend. Daarom zou de Publieke Omroep op zoek moeten naar een uitgebalanceerde mix waarin voldoende marktaandeel wordt gerealiseerd, doelgroepen voldoende worden bereikt en diversiteit in programmasoorten genoeg aandacht krijgt.

Jongeren

Een punt van zorg blijft de mate waarin de Publieke Omroep jongeren weet te bereiken. Het Commissariaat vindt het teleurstellend dat ondanks speciaal op programmering voor jongeren gerichte maatregelen, in 2002 het weekbereik in de leeftijdscategorie 13 – 24 jaar met maar 0,1 procent gestegen is tot 67,8 procent. In het programma-beleid voor de komende jaren zijn bovendien maar weinig aanknopingspunten te vinden voor een beter bereik van jongeren. Het Commissariaat vindt de plannen mager onderbouwd en vraagt zich af of de aantrekkelijkheid van de publieke programmering voor jongeren snel zal toenemen.

Een andere doelgroep die moeilijk te bereiken is door de Publieke Omroep zijn de etnische minderheden. Het blijft volgens het Commissariaat in de begroting onderbelicht welke maatregelen voor een beter bereik op het programma staan. In opeenvolgende Meerjarenbegrotingen is telkens neergeschreven dat programmering voor minderheden belangrijk is. Programmatisch gevolg is daaraan echter nooit gegeven. Het Commissariaat stelt nu voor dat

de Publieke Omroep intern heldere, meetbare afspraken maakt over concrete programmatische inspanningen. Over de resultaten dient vervolgens in komende Meerjarenbegrotingen te worden gerapporteerd.

Geïnteresseerden in het volledige advies kunnen de brief aan de staatssecretaris inzien op de website van het Commissariaat, onder Actueel > Advies en beleid. ■

Meerjarenbegroting Wereldomroep

Het Meerjarenplan 2004-2008 van de Wereldomroep is opgesteld op basis van het in april 2003 uitgebrachte rapport 'Een nieuwe Wereldomroep voor een nieuwe eeuw'. In dat rapport worden de missie en de rollen van de omroep geactualiseerd. In het meerjarenplan ligt daarom de nadruk op een inhoudelijke vernieuwing. Daarnaast worden de financiën op orde gebracht. De begroting wordt sluitend gemaakt, waarbij de over de afgelopen jaren opgelopen achterstanden zijn verdisconteerd.

De Wereldomroep kiest ervoor om thematisch en projectmatig te werken. In april 2004, met ingang van de zomerprogrammering, zal de thematische aanpak definitief van start gaan. Aandachtsgebieden zijn Nederland en Europa, cultuur, wetenschap, samenleving, ontwikkelings samenwerking en mensenrechten. Bij de radio zal minder aan eigen nieuwsgaring worden gedaan en meer aan achtergronden en duiding.

Het Commissariaat constateert dat de Wereldomroep heeft getracht de kern van de werkzaamheden overeind te houden. Bezuinigingen zijn vooral gezocht in een andere organisatie, in beperking van de onderwerpen en in bezuinigingen op de algemene kosten. Er wordt volgens de Wereldomroep circa 20 procent omgebogen, waarvan 10 procent wordt ingezet voor nieuw beleid. Er resteert een bezuiniging van 10 procent, inclusief het inlopen van de financieringsachterstand. In relatie tot de voor het jaar 2003 toegerekende middelen is er sprake van een bezuiniging van 5 procent. De conclusie van de Wereldomroep dat deze nu 10 procent heeft bezuinigd, deelt het Commissariaat dan ook niet. Wel steunt het Commissariaat het pleidooi om net als de binnenlandse omroep ook de Wereldomroep een compensatiemogelijkheid te verlenen vanuit de Algemene Omroep Reserve.

In het kader van de samenwerking op radiogebied met de landelijke publieke omroep, is afgesproken dat de Europa-programmering van de Wereldomroep in 2004 voor rond de 50% zal bestaan uit programma-onderdelen die worden overgenomen van de landelijke publieke omroep, met name van Radio 1. Met Radio 1 is overeengekomen dat over en weer om niet gebruik kan worden gemaakt van uitzendmateriaal. De voorstellen van de Wereldomroep tot samenwerking met de Publieke Omroep worden door het Commissariaat ondersteund. ■

Europese toezichthouders onder strepen noodzaak transparantie



12

Toezichthouders op de omroep uit 38 landen verzamelden zich eind oktober in Nicosia voor de najaarsvergadering van de European Platform of Regulatory Authorities (EPRA). Veel aandacht ging uit naar sms-diensten en andere nieuwe manieren van programmafinanciering. Ook kwam de implementatie van de Europese Televisierichtlijn in de nieuwe lidstaten aan bod.

De plenaire sessie van de vergadering was gewijd aan de situatie in de nieuwe lidstaten, de kandidaat-lidstaten en de overgangslanden (*countries in transition*). Hagi Shein van de Estonian Broadcasting Council presenteerde een overzicht van de stand van zaken betreffende de implementatie van de Europese regelgeving. De meeste landen liggen op koers en hebben de bepalingen van de Richtlijn omgezet in hun nationale wetgeving. Veel nieuwe landen zouden graag zien dat nationaal nieuws en sport ook mogen meetellen voor de Europese quota. De regelgeving voor de quota verschilt nogal per land. Zo zijn in Letland omroepen verplicht elke week het voorgeschreven percentage aan

Europese en onafhankelijke producties te halen. De Europese Commissie heeft grote moeite met nationale bepalingen die voorschrijven dat een bepaald percentage producties moet worden vervaardigd door nationale producenten. Dit druist namelijk in tegen het in het EG-Verdrag vastgelegde vrije verkeer van diensten tussen lidstaten. Wel mogen landen uit cultuurpolitieke overwegingen voorschrijven dat een bepaald percentage van de programma's in de nationale taal moet worden uitgezonden.

Onafhankelijkheid

De vertegenwoordiger van de Media Divisie van de Raad van Europa, Ivan Nicolchev, besprak in zijn bijdrage de stand van zaken in de nieuwe en kandidaat-lidstaten. Hij noemde het grote aantal omroepen dat zonder licentie opereert en het volstrekt ontoereikende budget van de toezichthouders in veel landen zorgwekkend. Hij benadrukte dat een slechte financiële situatie bedreigend is voor de onafhankelijkheid van een toezichthouder ten opzichte van de staat.

In de discussie die volgde, onderstreepten veel landen het belang van samenwerking met collega-toezichthouders. De directeur van de media-autoriteit van Kosovo suggereerde het vormen van permanente werkgroepen in EPRA-verband, waarin 'overgangslanden' samen met de meer ervaren landen zitting hebben en ervaringen kunnen delen. Hij benadrukte dat samenwerking en informatie-uitwisseling van onschatbare waarde is voor toezichthouders die hun krediet nog moeten verdienen en hun onafhankelijkheid moeten bevechten. De afgevaardigde van Servië wees op de democratisering en professionalisering van de mediasector in zijn land. Tussen de republieken van voormalig Joegoslavië vindt bovendien steeds meer grensoverschrijdend verkeer van programma's plaats.

Bescherming consumenten

In steeds meer landen ondersteunen omroepen hun programma's met sms of vergelijkbare toepassingen, waarvoor de kijker extra moet betalen. In een werkgroep onder voorzitterschap van Lennart van der Meulen vertoonden Duitsland, Noorwegen en het Verenigd Koninkrijk video-voorbeelden van dergelijke programma's. Centraal stond de vraag hoe om te gaan met sms-diensten en andere diensten die aanvullende inkomsten voor omroepen genereren. Duitsland vertoonde het voorbeeld van NEUN LIVE, inmiddels hét quiz-station van Duitsland, en zeer winstgevend. Het Verenigd Koninkrijk en Noorwegen lieten fragmenten van interactieve programma's zien die zich op het grensvlak van spelletjes en gokken bevinden. De beheersing van de kosten van deelname en transparantie in de tarieven voor de kijker, zijn hete hangijzers in vele landen. Geconcludeerd werd dat redactionele onafhankelijkheid en bescherming van minderjarigen en consumenten leidende principes moeten zijn bij het opstellen van regels voor deze nieuwe diensten.

In een andere werkgroep demonstreerden België, Frankrijk, Oostenrijk en Denemarken aan de hand van videofragmenten, waar in de betreffende landen de grenzen van

toelaatbaar product placement liggen. Veel landen blijken moeite te hebben met het toepassen van het misleidingscriterium. Dit criterium in de definitie van sluikreclame kan met zich meebrengen dat reclame in programma's die heel evident en herkenbaar is, niet aangepakt kan worden. Ook in deze discussie werd uitgebreid stilgestaan bij sms- en andere programmaondersteunende services. Reclame voor diensten van een omroep, zoals een sms-service, moet op grond van de Europese Richtlijn Televisie zonder Grenzen worden beschouwd als zelfpromotie. Het lijkt erop dat in veel landen reclame-uitingen die gekwalificeerd kunnen worden als zelfpromotie niet in aparte reclameblokken worden geplaatst, terwijl dat op grond van de Richtlijn wel zou moeten.

Buitenlandse sluikreclame

Een andere vraag was in hoeverre reclame-uitingen in buitenlandse series en films toegestaan zijn. Het Franse CSA vertoonde een fragment van de Amerikaanse tv-serie Honey, I shrunk the kids waarin veelvuldig dominante reclame-uitingen voor McDonald's en Play-Doh (speelgoed) te zien waren. Ook in Zweden heeft een dergelijke discussie gespeeld naar aanleiding van overheersende commercie in de shows van Oprah Winfrey. In Nederland gaat een omroep in zulke gevallen op grond van artikel 32 Mediabeluif vrijuit als het programma in het buitenland is gekocht en voor het buitenlandse publiek is uitgezonden en bij de uitzending in Nederland geen wijzigingen heeft ondergaan in vergelijking met de oorspronkelijke uitzending. Er zijn maar weinig landen die een vergelijkbare benadering kennen. In Frankrijk en Zweden kunnen in dergelijke gevallen boetes worden opgelegd aan de omroepen. De redenering van de toezichthouders daar luidt dat de omroepen er ook voor hadden kunnen kiezen het programma niet uit te zenden en dat hen dus wel degelijk wat te verwijten valt. Het Verenigd Koninkrijk voert een met Nederland vergelijkbaar beleid en laat overdadige reclame in Amerikaanse films en series zoals Sex and the City in beginsel ongemoeid. ■

13

Media Quiz tijdens OLON Air 2003

De deelnemers aan het OLON Air RTV Festival op zaterdag 29 november, kregen een door het Commissariaat samengestelde Media Quiz uitgereikt. Voor wie er wel was en wie er niet was: de vragen en de antwoorden.



Vraag 1: Lokale Omroep Kinderrijk wordt na de zomer benaderd door InterToys, Bart Smit en de Speelboom, met de vraag of zij het culturele Sinterklaas kleuterprogramma 'Waar blijft de Sint' mogen sponsoren. Mag dat?

- a. nee
- b. ja
- c. het is toegestaan onder bepaalde voorwaarden

Nee, het mag niet. Programmaonderdelen die in het bijzonder bestemd zijn voor minderjarigen beneden de leeftijd van twaalf jaar, mogen niet gesponsord worden.

Vraag 2: In het lokale muziekprogramma 'Over je Toeren' vertelt beller Ed aan presentator Willem dat hij boodschappen gedaan heeft bij de Aldi. Zodra Willem de

naam van de supermarkt hoort, roept hij verschrikt: "C1000, DekaMarkt, Albert Heijn!". Voorkomt Willem hiermee een reclameovertreding of maakt hij het alleen maar erger?

- a. Willem maakt zich hiermee schuldig aan een reclameovertreding
- b. Willem voorkomt hiermee een reclameovertreding
- c. Willem doet gewoon zijn werk

Het tonen of vermelden van meerdere (al dan niet vergelijkbare) merken, producten, diensten of bedrijfsnamen voorkomt nooit een overtreding, maar kan er wel één of meer veroorzaken. Antwoord a is in dit geval dan ook het juiste antwoord. Wanneer in een programmaonderdeel plotseling meer merken, producten etc. genoemd worden dan relevant is binnen de context van het programmaonderdeel, vestigt dit juist de aandacht op deze merken, producten etc. Dit heeft dus een tegengesteld effect van wat men ermee probeerde te bereiken. Hetzelfde geldt voor het 'cryptisch omschrijven' van bedrijven, bijvoorbeeld 'de gloeilampfabrikant uit Eindhoven' of 'de supermarkt die op de kleintjes let'. Ook dit zijn onnodige kunstgrepen, die juist de aandacht vestigen op het bedrijf, terwijl de vermelding van de bedrijfsnaam dat niet had gedaan.

Vraag 3: In hetzelfde lokale muziekprogramma kunnen luisteraars meedoen aan een bospelletje. Presentator Willem zegt: "Bel NU om mee te doen aan ons spel en maak kans op een schitterend cd-pakket, beschikbaar gesteld door de FreeRecordShop!" Wat is hier fout aan?

- a. niets
- b. de presentator mag de prijs niet 'schitterend' noemen
- c. de presentator mag de FreeRecordShop niet noemen
- d. zowel b als c

In dit geval worden bij het noemen van het cd-pakket geen product- en/of merknamen vermeld. De toevoeging 'schit-

terend' levert daarom geen overtreding op; hiermee wordt immers niet een herkenbaar product of dienst aangeboden. Als de prijs wel herkenbaar is voor het publiek (bijvoorbeeld de cd 'De Waarheid' van Marco Borsato), dan moet de vermelding op neutrale wijze plaatsvinden, dus niet te vaak en zonder aanprijzingen als 'schitterend'. Bij een prijs mag nooit vermeld worden wie hem beschikbaar stelt. Als een prijs niet herkenbaar is als product of dienst van het bedrijf dat de prijs aanbiedt (zoals in het voorbeeld), mag het bedrijf wel aan het eind van het programmaonderdeel vermeld worden onder 'met dank aan'. Antwoord c is het juiste antwoord. (art. 28 MB; art. 4 + toelichting op art. 8 BSPO; Besluit Ontheffing Vermelding Niet-sponsor)

Vraag 4: Welke overheidsinstelling onderzoekt de representativiteit van het programmabeleidbepalend orgaan (pbo)?

- a. de gemeente
- b. het Commissariaat voor de Media
- c. het Agentschap Telecom

Het gemeentebestuur bepaalt of het pbo een afspiegeling vormt van de belangrijkste in de gemeente voorkomende stromingen. In het advies aan het Commissariaat over de zendtijdaanvraag van een lokale omroepinstelling geeft de gemeente een oordeel over de representativiteit van het pbo. Antwoord a is juist.

Vraag 5: Welke hoofdtak heeft het programmabeleidbepalend orgaan (pbo) van een omroepinstelling?

- a. het besturen van de omroepinstelling
- b. het bepalen van het programmabeleid
- c. geen van beide

Het woord zegt het al: het programmabeleidbepalend orgaan bepaalt het programmabeleid van de omroep. Het

besturen van de omroep laat het pbo over aan het bestuur. Sommige omroepinstellingen beschikken over een bestuur dat representatief is voor de in de gemeente voorkomende stromingen. Een dergelijk bestuur fungeert dan tevens als pbo. Antwoord b is het goede antwoord.

Vraag 6: Geef een voorbeeld van een neventaak van een omroeporganisatie.

- a. het hebben van een internetsite
- b. het maken van een krant of blad
- c. het produceren van programma's voor andere omroepen

Een aantal activiteiten op het gebied van alternatieve elektronische verspreiding van programmamateriaal kan van het Commissariaat de status 'neventaak' krijgen. Het hebben van een internetsite (antwoord a) is een typische neventaak. Een ander voorbeeld is het verzorgen van een themakanaal. De onder b en c genoemde alternatieven zijn geen neventaken maar nevenactiviteiten, waarvoor een iets ander regime geldt (zie vraag 7).

Vraag 7: Mogen toegestane neventaken en toegestane nevenactiviteiten uit omroepmiddelen betaald worden?

- a. ja
- b. nee
- c. neventaken mogen wel uit omroepmiddelen worden gefinancierd, nevenactiviteiten niet.

Alleen toegestane neventaken mogen met omroepmiddelen (subsidies, reclame-inkomsten, sponsorinkomsten) worden gefinancierd. Toegestane nevenactiviteiten moeten zichzelf bedruipen, dat wil zeggen dat ze alleen uit inkomsten uit de nevenactiviteit zelf kunnen worden gefinancierd. In de beginfase van een nevenactiviteit kan deze ook uit inkomsten uit andere nevenactiviteiten worden bekostigd. Antwoord c is juist. ■

Commissariaat verwerpt conclusies UvA

In opdracht van RTL onderzocht de afdeling communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam de naleving van het programmavoorschrift door de publieke omroep, voor wat betreft de programmaonderdelen van verstrooiende aard. De onderzoekers concluderen dat de programma-indeling die wordt gebruikt om de programmering aan de voorschriften te toetsen, de zogeheten MJB-indeling, in strijd is met de wet en met de mening van kijkers. Het Commissariaat deelt deze conclusie niet en wijst er op dat de programma-indeling en de interpretatie van de wettelijke voorschriften tot op het niveau van de volksvertegenwoordiging aan de orde zijn geweest. De wetgever heeft gekozen voor een beperkte invulling van het begrip 'verstrooiing' en daaraan het maximumpercentage van 25 procent gekoppeld. In zijn rapport over het functioneren van de publieke omroep ten aanzien van het programmavoorschrift over het jaar 2002, geeft het Commissariaat al aan dat op basis van een sociaal-wetenschappelijke beoordeling van het begrip verstrooiing (de beleving van kijkers) andere indelingen te maken zijn. Het Commissariaat oefent zijn toezichthoudende taak echter uit op basis van de wettelijke en juridische vertaling van het begrip en handhaaft zijn conclusie dat de publieke omroep aan de voorschriften voldoet. ■

Lokale omroepen op het matje

De lokale omroepen die geen informatie hebben gestuurd over het jaar 2002 krijgen nog dit jaar een sanctievoornemen in de bus. Voor het niet voldoen aan de informatieplicht hangt hen een boete van 1100 euro boven het hoofd. Het gaat om 26 omroepen die geen gegevens hebben verstrekt. Vier omroepen die hun informatie te laat aanleverden, krijgen een waarschuwing. De omroepen die wel aan de informatieplicht hebben voldaan, worden beoordeeld. Begin 2004 zal een aantal van hen worden aangeschreven omdat uit de beoordeling blijkt dat ze niet hebben voldaan aan de eisen die de Mediawet stelt. ■

Regionale omroepen in zwaar weer

Het rapport Welters genaamd Quick scan regionale omroepen Zuid-Holland geeft een schokkend beeld van wat er in korte tijd financieel mis kan gaan bij een regionale omroep. Op last van het Commissariaat en de Provincie wordt thans nog een accountantsonderzoek verricht over de jaarrekeningen 2001 en 2002 van de beide omroepen. Het Commissariaat zal, zo laat commissaris Inge Brakman weten, begin 2004 provincies en regionale omroepen op de hoogte stellen van de leerzame lessen die hieruit te trekken zijn voor de financiële controle die bestuurders en provincies moeten uitvoeren om te voorkomen dat dergelijke problemen ook bij andere omroepen optreden. Inmiddels is het wetsvoorstel om de financiering van de regionale omroepen volledig over te dragen aan de provincies aangehouden. Voor het komende jaar zal de huidige financiering waarbij een deel door de provincie en een deel door het rijk wordt bijgedragen, worden voortgezet. ■

Toezicht in 2004

Het Commissariaat wil in het komende jaar zijn financiële toezicht verder verzwaren. Dit meldt het Commissariaat in een brief aan de staatssecretaris over het handhavingsbeleid voor 2004. De toets op de rechtmatigheid van de inkomsten en uitgaven van de Publieke Omroep wordt uitgebreid door *reviews* te ondernemen op de controle door de huisaccountants van de Publieke Omroep. Met de Raad van Bestuur zullen duidelijker afspraken worden gemaakt over de onderlinge taakafbakening tussen de Raad en het Commissariaat. Verder wordt onderzoek verricht naar de precieze aard en omvang van ideële sponsoring van programma's van de Publieke Omroep. Naast *facts and figures* moet dit onderzoek uitwijzen of aanvullende regelgeving wenselijk is.

Het jaar 2004 zal sterk in het teken staan van nieuwe en hernieuwde erkenningen en zendtijdtoewijzingen. Uiterlijk 1 juni stelt het Commissariaat de ledenaantallen vast van de omroepverenigingen die een erkenning aanvragen. De aanvragen moeten in de maand juni bij het Commissariaat worden ingediend, waarop ze, voorzien van opmerkingen, binnen acht weken naar de Minister gaan. De 39f omroepen (verzorging van omroep vanwege kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag) moeten in de maand september een aanvraag

indienen. Het Commissariaat zal vervolgens, aan de hand van een nieuw vast te stellen beleidslijn, voor 1 januari 2005 een beslissing nemen over deze zendtijd aanvragen.

In de jaarlijkse rapportage over het functioneren van de lokale omroepen, zal in 2004 aandacht worden besteed aan de uitkomsten van een onderzoek naar een andere opzet van het programmabeleidsbepalend orgaan. Een apart onderzoek wordt dit jaar verricht naar de tien financieel krachtigste lokale omroepen.

Ten aanzien van de commerciële radio-omroepen die een landelijke dan wel regionale etherfrequentie hebben verworven, ziet het Commissariaat erop toe dat zij zich niet zodanig liëren met een andere commerciële omroepinstelling waaraan een frequentie is toegevoegd, dat daarmee in feite sprake is van één instelling. De eerste gelieerdheidstoets zal eind 2004 worden verricht. Tevens ziet het Commissariaat, in afstemming met het Agentschap Telecom, toe op de naleving van de format-verbodplichtingen.

In september 2004 verschijnt de derde Monitor Mediaconcentraties. In deze monitor zal onder meer het totale media-aanbod op regionaal niveau inzichtelijker worden gemaakt. ■

Hans Strijbos overleden



Op zaterdag 8 november is Hans Strijbos overleden. Hij ontwierp, samen met Menno Anker, de huisstijl van het Commissariaat en gaf vorm aan het magazine CoMedia en vele andere uitingen, zoals rapporten, brochures en jaarverslagen. Hans stierf op vierenvertigjarige leeftijd aan een hartstilstand. ■

Collegebesluiten die in de periode van 7 oktober tot en met 18 november 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 aangegeven periode is zendtijd voor lokale omroep toegewezen aan

- Stichting PLUS voor de gemeenten Heerlen, Kerkrade en Simpelveld
- Stichting Lokale Omroep Bodegraven
- Stichting Radio Assen
- Vereniging Lokale Omroep Hilvarenbeek
- Stichting Regio FM voor de gemeente Wierden
- Airplay Media Stichting voor de gemeente Olst-Wijhe
- Vereniging Lokale Omroep Hoogeveen
- Stichting Lokale Omroep Noordoostpolder
- Lokale Omroep Roer en Maas voor de gemeente Ambt Montfoort
- Stichting Lokale Omroep en TV krant Nuth
- Lokale Omroepstichting Alphen aan de Rijn
- Stichting Streekomroep Weert voor de gemeenten Weert en Nederweert
- Omroepvereniging Mercurius voor de gemeente Leeuwarden
- Stichting L.O.E.S. (Lokale Omroep Echt Susteren)
- Stichting Stadsomroep Arnhem

- De aanvragen tot toewijzing van zendtijd van de Lokale Omroep Stichting Sint-Oedenrode en Stichting TV-Meijerij zijn afgewezen.

Regionale omroep

28 oktober

- Aan de Stichting Samenwerkende Publieke Omroep Midden Nederland is zendtijd voor regionale omroep toegewezen. Tevens is het besluit van 25 april 2000, waarbij aan de Regionale Omroep Stichting Utrecht zendtijd is toegewezen, ingetrokken.

Landelijke omroep

21 oktober

- De door de Minister van OC&W voor de periode van 1 september 2003 tot en met 31 augustus 2004 vastgestelde hoeveelheid zendtijd voor radio en televisie is toegewezen aan de instellingen die daarvoor in aanmerking komen.

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 is toestemming verleend om een commercieel omroepprogramma te verzorgen aan Erdna te Enschede voor commerciële omroep 'Kabelkrant Enschede'.

- De aan de Stichting Airplay Media Groep verleende toestemming voor commerciële omroep is ingetrokken.

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:

- De heer F. Otten voor de radio-verslagen van de Klepperfeesten en het evenement Hardenberg Swingt
- Yorin FM ter gelegenheid van de Drive in movie, waar ter plekke een radioverslag wordt gemaakt.
- N.M.C. Media BV ter gelegenheid van de Drive-In Bios
- De heer F. Otten ter gelegenheid van een radio-uitzending in het kader van Lustrum Het Podium in Hardenberg

Overig

7 oktober

- Omroepvereniging Mercurius wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen geen ontheffing te verlenen van het verbod om het programma van deze omroep ook uit te zenden in de gemeente Leeuwarderadeel.

4 november

- De LPF wordt uitgenodigd voor een hoorzitting: dit in verband met het voornemen om het besluit tot toewijzing van radiozendtijd in te trekken wegens het niet voldoen aan de wettelijke verplichting de toegewezen zendtijd geheel te gebruiken.

11 november

- Het bezwaar van UPC Programming wordt gegrond verklaard. De acht besluiten d.d. 5 augustus 2003, waarbij aan UPC toestemming is verleend het televisieprogramma UEFA-Champions League Channel uit te zenden, worden ingetrokken, er wordt één nieuwe toestemming verleend.

Juridische zaken – Programmatoezicht

Sancties

11 november

- Yorin krijgt een bestuurlijke boete van 9.000 euro wegens vermelding van Pall Mall Clothing in de aftiteling van een programma. Radio- en televisieprogramma's mogen geen reclameboodschappen dan wel telewinkelboodschappen als bedoeld in de Mediawet voor tabaksproducten bevatten.

18 november

- Stichting Regionale Omroep Brabant krijgt een bestuurlijke boete van € 3.800,- wegens niet-toegestane programmasponsoring en reclameboodschappen, alsmede onvoldoende onderscheid tussen reclameboodschappen en overig programma.

Overig

4 november

- De bezwaren van de TROS tegen het besluit van 3 april 2003, waarbij een boete is opgelegd wegens niet-toegestane sponsoring en reclame-uitingen in het programma Keyl, worden onge-

grond verklaard; het besluit blijft gehandhaafd.

11 november

- Stichting Omroep Limburg krijgt ontheffing van het verbod reclame-uitingen uit te zenden in verband met een op 1 december 2003 uit te zenden televisieprogramma in het teken van een geldinzamelactie voor de Ronald MacDonald Kindervallei.

Financieel toezicht

14 oktober

- De definitieve vergoeding 2002 aan de Humanistische Omroep Stichting wordt vastgesteld op € 932.425,- voor de radio-uitzendingen, op € 2.443.468,- voor televisie en op € 143.333,- voor ontwikkeling van nieuwe media.

- BNN krijgt toestemming om tijdens twee actieprogramma's op 27 oktober 2003 af te wijken van de algemene regels voor het doen van oproepen in het kader van ledenwerving.

Neventaken en nevenactiviteiten

18 november

- De volgende internetsites worden geacht als neventaak van de lokale omroep voldoende relatie met de hoofdtak te hebben:
 - www.regiofm.nl van Stichting Regio FM (Wierden)
 - www.omroeprijswijk.nl van Stichting Omroep Rijswijk
 - www.radiowinschoten.nl van Stichting Omroep Radio

Winschoten

- www.6fm.nl van Stichting Gooise Lokale Radio-Bel. (Laren e.o.)
- www.omroepvenray.nl van Stichting Lokale Omroep Venray
- www.lindeboomfm.nl van Stichting Lokale Omroep 'De Lindeboom' (Aalten)

Overig

28 oktober

- Het Commissariaat besluit de Staatssecretaris te adviseren het budget voor 2004 voor de regionale radio vast te stellen op 15.985.046 euro en voor de regionale televisie op 31.019.595 euro. Voor radio en televisie samen wordt het totaal geadviseerd budget voor 2004 gesteld op 47.004.641 euro.

18 november

- Het verzoek van BNN om garantstelling voor de ledenwerfactie wordt gehonoreerd voor € 1.000.000,-.

www.cvdn.nl

