

CO.MEDIA

Nummer 106 |||| November 2004 ||||



Harm Bruins Slot neemt rapport in ontvangst:

Externe financiering publieke programma's

Vaste boekenprijs |||| Interpretatie reclameregels

Colofon

Nummer 106
November 2004

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

Redactie:
Wanda Bade
Bart Bijvank

Met bijdragen van:
Marcel Betzel
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

Vormgeving:
ankerxstrijbos grafisch ontwerp bno

Druk:
PlantijnCasparie Utrecht

Inhoud

4. Externe financiering

Programma's van de publieke omroep worden soms voor een flink deel meegefinancierd door externe partijen. Inge Brakman: "Het is de vraag of dat verstandig is, zeker in termen van imago."

7. Sluikreclame op billboards

De Amsterdamse rechtbank vindt dat SBS ten onrechte een boete kreeg opgelegd voor sluikreclame tijdens het Ajax-toernooi. Het Commissariaat gaat in hoger beroep.

8. Vaste boekenprijs

Per 1 januari 2005 krijgt het Commissariaat voor de Media er een nieuwe taak bij.

11. Veel animo voor 39f-zendtijd

Verskillende nieuwe hindoeïstische en islamitische genootschappen dienden een zendtijdaanvraag in. Ook genootschappen die menen een nieuwe religieuze hoofdstroming te vertegenwoordigen deden dat.

12. Interpretatie reclameregels

De Europese Commissie kwam met een Interpretatieve Mededeling over Televisiereclame. Diverse landen vinden die interpretatie in sommige opzichten te liberaal.

14. Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten die in de periode van 24 augustus tot en met 12 oktober zijn genomen.

Programma's gericht op eigen gebied

Met het schrappen van artikel 64a uit de Mediawet (per 21 juli 2004), is de verspreidingsbeperking van lokale en regionale programma's opgeheven. De concurrentie tussen de verschillende infrastructuren wordt zo bevorderd en kijkers en luisteraars krijgen de mogelijkheid ook het programma van met name de buurprovincie te ontvangen. Dit betekent echter niet dat lokale en regionale omroepinstellingen zich, bijvoorbeeld om hun reclame-inkomsten te vergroten, ongelimiteerd op andere regio's en gemeenten kunnen gaan richten. Het wettelijke voorschrift dat de programma's gericht moeten zijn op het eigen verzorgingsgebied (artikel 30 van de Mediawet) blijft onverminderd van kracht, samen met het voorschrift dat 50% van de toetsingstijd moet bestaan uit informatieve, culturele en educatieve programma's die in het bijzonder betrekking hebben op de eigen gemeente dan wel provincie (artikel 51f van de Mediawet). Daarnaast zijn de omroepinstellingen voor doorgifte van hun programma in een andere provincie of gemeente afhankelijk van de advisering door de programmaraad en/of de keuze van de kabelexploitant. De must carry bepaling geldt slechts voor doorgifte in het eigen verzorgingsgebied. ■

Middag voor regionale etheromroep

Aan welke verplichtingen moet een regionale etheromroep voldoen? Hoe zit het met de bewaarplicht? Waarop let het Commissariaat voor de Media? Wat is de rol van het Agentschap Telecom? Over deze en andere vragen organiseert het Commissariaat op woensdag 17 november 2004 een informatiemiddag. Alle niet-landelijke commerciële omroepen met een etherfrequentie worden hiervoor uitgenodigd. Deelnemers zijn vanaf 12.00 uur welkom voor een eenvoudige lunch. Het eigenlijke programma begint om 13.00 uur en duurt tot ongeveer 16.30 uur. Er worden presentaties gegeven door medewerkers van het Commissariaat, het Ministerie van OCW en het Agentschap Telecom. De gespreksleiding is in handen van Inge Brakman. Belangstellenden wordt verzocht zich vooraf aan te melden (secretariaat@cvdm.nl). ■

Ontheffing voor Dance4Life

Op verzoek van de VARA heeft het Commissariaat de omroepvereniging een eenmalige ontheffing verleend van het verbod op reclameuitingen. De ontheffing betreft een programma dat op zaterdag 27 november (vlak voor 1 december, Wereld aidsdag) wordt uitgezonden in het kader van het project Dance4Life: 20.000 jonge Zuid-Afrikanen en 20.000 Nederlandse jongeren dansen in het Hartleyvale Stadion in Kaapstad en in het Arnhemse Gelredome Stadion om zo hun verbondenheid te uiten in de strijd tegen hiv en aids. Tijdens het programma zijn live beelden te zien van de dansevenementen en worden de kijkers opgeroepen geld te geven voor de 'awareness'-projecten in zuidelijk Afrika. Een ontheffing was nodig om het mogelijk te maken tijdens het programma de namen te noemen van bedrijven of instellingen die een bijdrage leveren aan de actie. Daarbij is als voorwaarden gesteld dat het noemen van de namen geen wervend effect heeft en dat er geen producten of diensten worden vermeld. Het oproepen tot steun aan de Stichting 4Life zelf is ook zonder ontheffing toegestaan, aangezien het bij deze stichting gaat om een goed doel. ■



Inge Brakman acht heldere procedures noodzakelijk

“Externe financiering grijpt in op imago publieke omroep”

Commissaris Inge Brakman liet onderzoeken in hoeverre de programma's van de landelijke publieke omroep door externe partijen worden meegefinancierd. Een vraaggesprek over de resultaten.

De mate van medefinanciering die uit het onderzoek naar voren komt is niet schrikbarend hoog. Is het misschien meer een imagokwestie waar het hier om gaat?

4 “Ja, het is vooral een imagokwestie, maar bij sommige programma's zou het goed zijn erover na te denken of je ze wel moet laten meefinancieren. Op zich valt het mee als 7% wordt medegefinancierd en 93% dus niet. En ook de mate van medefinanciering per categorie programma's valt mee. Wél zijn er 57 programma's waarvan meer dan 50% werd betaald, in de meeste gevallen zelfs meer dan 90%. Het is de vraag of dat verstandig is, zeker in termen van imago. Van belang is ook in hoeverre externe financiers invloed willen hebben op het programma. Wij zeggen nu: je zou niet meer dan 50% externe financiering moeten toestaan. Maar van programmamakers horen we dat financiers ook bij een lagere bijdrage van bijvoorbeeld 10% al verwachten iets te zeggen te hebben. We hebben dat niet onderzocht maar het lijkt erop dat omroepen ook bij een beperkte medefinanciering alerter moeten zijn op mogelijke beïnvloeding.”

Een deel van de informatie is afkomstig van onafhankelijke producenten. Door hen gemaakte programma's worden relatief veel meegefinancierd. Hoe is dat te verklaren?

“De producenten hebben duidelijk gemaakt dat het werven van gelden geen hobby van ze is, ze doen dat noodgedwongen. Omroepen geven makkelijker een opdracht als er wordt gezorgd voor extra financiering. Bovendien werken vooral kleinere producenten vaak met behoorlijk gedrukte prijzen, daar zit veel liefdewerk in. Uit onderzoek van de Monitor Mediaconcentratie blijkt dat er meer dan 200 producenten zijn. Een producent zal er dus veel voor over hebben om een programma geplaatst te krijgen en andersom

kan een omroep gemakkelijk eisen stellen.”

In het rapport staat dat de omroepen vaak niet-zakelijke argumenten hebben voor het wel of niet aankopen van een productie. Hoe blijkt dat uit het onderzoek?

“Wij hebben wel meer dan 100 producenten aan de telefoon gehad en we hebben ze ook in het enquêteformulier gevraagd of ze nog andere opmerkingen hadden. Ze zeggen dan ten eerste dat ze niet voor hun plezier fondsen werven en ten tweede dat ze veel moeite hebben met de onduidelijke beslisstructuren bij de publieke omroep: ze vinden dat er weinig zakelijk met ze wordt omgegaan. Tegelijkertijd beseffen de producenten natuurlijk wel dat de publieke omroep heel belangrijk voor ze is, want bij de commerciële omroep komen ze bijna helemaal niet aan de bak. Zeker op het gebied van de kunstfilms of documentaires is de publieke omroep hun enige platform. Je ziet dus dat de publieke omroep veel werk verschaft aan kleinere en grotere producenten. Veel bedrijven kunnen daardoor meedingen en dat bevordert niet alleen de werkgelegenheid maar ook de creativiteit en de concurrentie in de sector. Je ziet ook dat de verschillende omroepverenigingen werken met verschillende producenten. De omroepen kiezen een producent die bij hun identiteit past en daarmee wordt een breed palet aan producenten van opdrachten voorzien en krijg je een divers beeld. Het is dus niet allemaal kommer en kwel. De verhoudingen zijn wel wat scheef, en er zijn veel producenten, maar er is ook juist een breed aanbod aan producenten omdat ze kunnen aansluiten bij verschillende omroepen.”

In de Mediawet staat dat programma's zonder meer mogen worden meegefinancierd door niet-commerciële organisaties. Is duidelijk welke organisaties daar onder vallen?

“Dat is redelijk duidelijk maar niet voor 100 procent. We proberen zo dicht mogelijk bij de wet te blijven, maar er zitten interpretatiekwesties in. In elk geval moet er een aansluiting zijn bij de instellingen die worden genoemd in arti-



Inge Brakman overhandigt het rapport aan Harm Bruins Slot. In het midden onderzoekster Esther van Wortel.

foto: Spreek'buis

5

kel 3 van de Mediawet. En dan is het bijvoorbeeld de vraag of een wetenschappelijke instelling persé een universiteit moet zijn, of dat het ook kan gaan om een hogeschool die strikt genomen geen wetenschappelijke instelling is.”

Het Commissariaat doet de aanbeveling bepaalde programma's in het geheel niet te laten meefinancieren: nieuws en actualiteiten en overige journalistieke programma's. Waar moeten we aan denken bij die laatste categorie?

“Echte journalistieke documentaires bijvoorbeeld. Op deze aanbeveling horen wij graag de reactie van de publieke omroep. Uiteindelijk gaat het over betrouwbaarheid, onafhankelijkheid en ook hier is het een imagokwestie. We weten dat bijvoorbeeld bij actualiteitenrubrieken nog wel eens de reiskosten betaald worden naar crisisgebieden of dat een klein filmpje wordt aangeleverd. Dan zou je kunnen zeggen: dat maakt allemaal niet zo vreselijk veel uit, het gaat maar om een paar duizend euro. Maar wij denken dat het goed is als de publieke omroep zelf nadenkt over de mogelijke consequenties. Je laadt gemakkelijk de verdenking op je dat de publieke omroep er alleen maar op uittrekt als er iemand anders is die de reiskosten betaalt. Het imago is sneller afgebroken dan dat het geld verdiend is. Bij

overige journalistieke programma's kan het gaan om documentaires die worden aangeleverd door derden die juist gedwongen zijn om achter die fondsen aan te lopen omdat ze te horen krijgen dat er geen geld is voor hun producties. Ik denk dat het verstandig is als de publieke omroep daar zelf over nadenkt: hoe doe ik dat, hoe wil ik die documentaires inzetten. Hetzelfde geldt voor consumentenprogramma's. Er zijn nu eenmaal programma's die het moeten hebben van hun onafhankelijke informatie. Ons advies is dan: maak het niet ingewikkelder dan het is en stel jezelf boven elke verdenking.”

Zou aan een debatprogramma over Europa wel meebetaald mogen worden?

“Een algemeen programma over de Europese Unie of een algemeen programma over volksgezondheid waaraan door VWS wordt meebetaald, daarin komen twee kanalen bij elkaar. Daar heeft de wet ruimte voor bedoeld. Het mooiste zou zijn als de publieke omroep voldoende geld heeft om de programma's gewoon zelf te betalen, maar het budget is beperkt en er zijn bezuinigingen. Televisie maken is duur. De politiek heeft bewust gekozen voor een systeem van meerdere financiers en dan zijn dit de consequenties.”

Wat is het belangrijkste gegeven dat uit het onderzoek naar voren is gekomen?

“Dat het percentage programma’s dat van buiten wordt meegefinancierd uiteindelijk toch gering is. Ik had verwacht dat het wel wat meer was dan 7%. Wat wel opvalt, is dat in de verantwoording van de omroepen de hele geldstroom die via de producentensector loopt onderbelicht blijft. Terwijl het daarbij gaat om 10 miljoen euro. Dat is veel. Het is dus goed dat sinds kort in de wet is geregeld dat die informatie wel op tafel moet komen. Wat dan ook weer opvalt, is het weinig transparante beeld dat de publieke omroep geeft. Ook dat is een imagokwestie: niet alleen door wie je je laat betalen maar ook of je dat naar buiten toe eenduidig kunt verantwoorden. Daar zit nog steeds een zwakke plek van de publieke omroep die onder meer met de recente wetgeving moet worden opgelost.”

Verwacht je dat alle aanbevelingen worden overgenomen?

“Ja, de Publieke Omroep twijfelt alleen nog over de externe financiering van actualiteitenrubrieken en documentaires. Met het opstellen van allerlei richtlijnen met betrekking tot de integriteit is men al een eind gevorderd. Dat moet gaan bijdragen aan een publieke omroep die naar buiten toe duidelijk maakt hoe interne procedures worden bewaakt en die meer volgens de eisen van de moderne tijd openheid van zaken geeft. Een aantal jaren geleden was het nog heel logisch dat iedereen zei: alles is vertrouwelijk. Maar dat moet opener. De tijd is voorbij dat de Publieke Omroep zich kan verschuilen onder het mom van vertrouwelijkheid. Dat is niet nodig en het is zonde van het imago.” ■

Het onderzoek

Opzet

Om de mate van externe financiering te bepalen, heeft onderzoekster Esther van Wortel een eigen gegevensbestand samengesteld met 2100 televisieprogramma’s en meer dan 50.000 afleveringen die in 2002 door de landelijke publieke omroep zijn uitgezonden. Van al deze programma’s is nagegaan hoe ze zijn gefinancierd. Een deel van de informatie is afkomstig uit een enquête die is gehouden onder de binnenlandse producenten.

Resultaten

De televisieprogramma’s van de landelijke publieke omroepen werden in 2002 voor 20 miljoen euro (of 4 procent van de totale bruto programmakosten) medegefinancierd door commerciële en niet-commerciële externe partijen. De medefinanciering betrof 7 procent van de programma’s, bij 3 procent is meer dan de helft van de kosten betaald door externe partijen. Vooral voor gezondheidsprogramma’s werden extra bijdragen ontvangen: 22 procent van de totale bruto programmakosten van alle gezondheidsprogramma’s. De bijdragen gingen verhoudingsgewijs meer naar de onafhankelijke producenten dan naar de omroepen zelf. Programma’s die door de TROS zijn uitgezonden, ontvingen een kwart van de incidentele extra bijdragen.

Aanbevelingen

Om de naleving van de programmastatuten (waarin de redactionele onafhankelijkheid van programmamakers wordt geregeld) te waarborgen, zou de publieke omroep interne procedures moeten opstellen. De statuten zelf dienen toe te zien op zowel sponsors als niet-commerciële organisaties. Verder adviseert het Commissariaat de Publieke Omroep een maximum te hanteren van 50 procent externe financiering per productie, en geen extra bijdragen toe te staan voor nieuws en actualiteiten en overige journalistieke programma’s. Om de kijker volledig te informeren dient er op te worden toegezien dat op de aftitelrol alle bijdragen van derden worden vermeld. In de jaarrekeningen van de omroepverenigingen moeten de externe bijdragen eenduidig worden gepresenteerd.

In beroep tegen billboard uitspraak

De Amsterdamse rechtbank gaf in september zijn oordeel over een boete die aan SBS was opgelegd voor sluikreclame op billboards tijdens uitzendingen van het Amsterdam Tournament 2001 (internationaal voetbaltoernooi van Ajax). Volgens de rechter was de boete onterecht omdat SBS de reclame-uitingen in dit geval niet kon vermijden en van de commerciële omroep ook niet verwacht kon worden af te zien van uitzending. Verder vond de Rechtbank dat het Commissariaat onvoldoende heeft aangetoond dat er sprake was van misleiding van het televisiepubliek en dat niet is aangetoond dat SBS het oogmerk had om reclame te maken. De rechter achtte het van belang dat SBS geen geld heeft ontvangen voor het uitzenden van de billboards.

In een persbericht noemde SBS de uitspraak opmerkelijk omdat “hiermee voor het eerst in Nederland een rechter uitdrukkelijk vaststelt dat het Commissariaat voor de Media onderscheid moet maken tussen hoe het de regels voor het uitzenden van reclame op publieke en commerciële omroepen toepast.” De hier gedane veronderstelling dat het Commissariaat wat betreft sluikreclame onvoldoende onderscheid zou maken tussen het toezicht op commerciële omroepen en dat op publieke omroepen is niet juist. Weliswaar worden de publieke bepalingen erbij betrokken, maar sluikreclame kent bij de

commerciële omroepen een eigen, in de wet geregeld, regime. Wel heeft SBS gelijk met te stellen dat voor RTL 4 en 5 soepeler regels van toepassing zijn dan voor de SBS-omroepen. Dit komt echter niet doordat het Commissariaat de mediawettelijke regels voor SBS te streng zou toepassen maar doordat de RTL-zenders onder het Luxemburgse regime vallen.

Overigens valt het oordeel van de rechtbank niet goed te rijmen met de uitspraak van de Raad van State in de zogeheten Robijn-zaak. Ook in die zaak ging het om een aan SBS opgelegde boete wegens sluikreclame. De Raad van State oordeelde onder meer dat het Commissariaat bij de toetsing van het sluikreclameverbod voor de commerciële omroep op een juiste wijze ook de reclamebepalingen voor de publieke omroep betreft. Ook was de Raad het eens met de manier waarop het Commissariaat misleiding van de kijkers aantoonde. Verder is uit het oordeel van de Raad op te maken dat de wetgever strengere regels kan vaststellen dan de Europese richtlijn. In de uitspraak over het Ajax-toernooi overweegt de Rechtbank nu echter dat niet is gebleken dat de Nederlandse wetgever gebruikt heeft willen maken van de bevoegdheid strengere regels te stellen.

Het Commissariaat gaat tegen de uitspraak van de Amsterdamse rechtbank in hoger beroep. ■

Boete voor reclame op website TV3

Op de internetsite van het NPS-programma TV3 staan foto’s van het presentatieduo Hadassah de Boer en Matthijs van Nieuwkerk. Daaronder worden, onder de vermelding “met dank aan”, de namen en telefoonnummers of webadressen genoemd van fabrikanten van de kleding van de presentatoren of van winkels waar die kleding wordt verkocht. Ook wordt de naam van de styliste vermeld, met een link naar het bureau waaraan zij is verbonden. Door het op deze wijze plaatsen van commerciële uitingen, is er volgens het Commissariaat onvoldoende scheiding aangebracht tussen redactionele informatie van de omroep en commerciële uitingen van derden op de internetsite. Het Commissariaat voor de Media overweegt de NPS hiervoor een boete van € 13.500,- op te leggen. In een hoorzitting kan de NPS zich nog tegen dit voornemen verweren. ■

Handhaven vaste boekenprijs nieuw we taak voor Commissariaat

Als op 1 januari 2005 de Wet op de vaste boekenprijs in werking treedt, krijgt het Commissariaat voor de Media er een nieuwe taak bij.

In 2003 was het honderd jaar geleden dat enkele boekhandelaren in Deventer de eerste regels invoerden om de vaste boekenprijs te handhaven. In 2005 is er opnieuw een historisch moment omdat dan voor het eerst de handhaving publiekrechtelijk geregeld zal zijn. Het desbetreffende initiatiefwetsvoorstel van de kamerleden Dittrich, Halsema en Van Nieuwenhoven is door de Tweede en Eerste Kamer aanvaard, met alleen de stemmen van de VVD-fractie tegen. Het is de bedoeling dat de wet op 1 januari 2005 in werking treedt.

Wettelijke regeling

Nu er al meer dan honderd jaar gewerkt wordt met een vaste boekenprijs is de vraag gerechtvaardigd waarom nu opeens een publiekrechtelijke regeling nodig is. Omdat de vaste boekenprijs ingrijpt in de vrije concurrentie was een ontheffing nodig op grond van de toenmalige Wet economische mededinging (Wem). Deze in 1997 verleende ontheffing loopt af en kan niet meer verlengd worden door het intrekken van de Wem bij de inwerkingtreding van de Mededingingswet. Er zou nu een ontheffing gevraagd moeten worden bij de NMa. Voor de toepassing van de Mededingingswet geldt het uitgangspunt dat de uitvoeringscriteria overeen moeten komen met die van artikel 81 EG-verdrag. De indieners van het wetsvoorstel verwachtten op basis van de jurisprudentie dat inwilliging van een ontheffingsverzoek wegens strijd met genoemd uitgangspunt niet mogelijk zou zijn. Een wettelijke regeling bleef als enige andere mogelijkheid over.

Toezichthouder

Een van de centrale elementen in het wetsontwerp was het onderbrengen van de handhaving bij een nieuw op te richten zelfstandig bestuursorgaan. Hoewel het ging om een kleine niet al te zwaar opgetuigde organisatie met beperkte kosten, stuitte dit idee op weerstand in de Kamer.

Als alternatief werd gespeeld met de gedachte van zelfregulering. Ook daaraan bleken nadelen te kleven. Betrokkenen zouden zich te gemakkelijk aan de zelfregulering kunnen onttrekken. Een wettelijke verplichting om zich aan te sluiten bij de zelfregulering zou geen soelaas bieden. Bij andere vormen van zelfregulering kan, ook als men zich niet aansluit, de hoofdactiviteit worden gecontinueerd. Om in de sfeer van de Mediawet te blijven: een omroep die zich niet aansluit bij het NICAM kan gewoon omroep bedrijven, zij het dat hij geen programmaonderdelen mag uitzenden die schade aan minderjarigen kunnen toebrengen. Een boekhandelaar die zich niet aansluit bij het zelfregulerende orgaan, zou echter geen boek meer mogen verkopen. Dit



komt neer op een *Berufsverbot*, waartegen grondwettelijk bezwaar bestaat. De staatssecretaris heeft daarop het Commissariaat voor de Media benaderd met de vraag of het bereid zou zijn het toezicht in zijn takenpakket op te nemen. Het Commissariaat heeft positief gereageerd en de Kamer vond de gekozen oplossing een goed alternatief.

Landelijk bekendmaken

Volgens de Wet op de vaste boekenprijs wordt de prijs bepaald door de uitgever en als boeken uit het buitenland komen door de importeur. Van de vaste prijs doen de uitgever en de importeur mededeling aan het Commissariaat, dat

vervolgens via een website zorgt voor landelijke bekendmaking van die prijs. Jaarlijks gaat het om circa 17.000 boektitels, te vermeerderen met de uitgaven van de niet erkende uitgevers, die tot nog toe buiten het systeem van de vaste boekenprijs opereerden. De handel is gehouden ieder boek voor de vastgestelde prijs te verkopen. Op deze algemene regel gelden een paar uitzonderingen, bijvoorbeeld voor beschadigde boeken indien de beschadiging niet opzettelijk is aangebracht en voor de opruimingsperiode, waarvan vooraf mededeling moet worden gedaan aan het Commissariaat. Ook kan de vastgestelde prijs in bepaalde gevallen na verloop van tijd worden aangepast of na een jaar zelfs worden opgeheven.

Agenda's, almanakken, antiquarische boeken en schoolboeken zijn geen boeken in de zin van de wet. Wel vallen muziekguitgaven (bladmuziek met notenschrift) onder het regime van de vaste boekenprijs. Bij overtreding van de wet kan een boete worden opgelegd van ten hoogste € 90.000,-. Ook is het mogelijk een last onder dwangsom of een dergelijke last gecombineerd met een boete op te leggen.

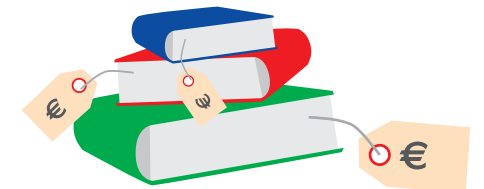
Gespecialiseerde boekhandel

De reden voor het hanteren van een vaste boekenprijs is een cultuurpolitieke. De memorie van toelichting beschrijft het belang van brede beschikbaarheid van het boek voor de diversiteit en pluriformiteit. De consument is gebaat bij een breed aanbod door een geografisch ruim gespreid net van boekhandels met een ruim en divers assortiment. Kopers gaan vaak naar de winkel om een specifieke titel aan te schaffen, maar vaak leidt dat tot aankopen die gestimuleerd worden door het onverwacht zien en het kunnen inzien van een titel. De vaste prijs geeft de koper de zekerheid dat een boek overal evenveel kost en zo kunnen aankopen ter plekke worden gedaan zonder prijsrisico voor de consument.

Aan de andere kant zijn uitgevers gebaat bij de beschikbaarheid van hun uitgaven in een zo groot en zo gespreid mogelijk aantal verkooppunten. De bereidheid van boek-

handels om producten in hun assortiment op te nemen is afhankelijk van de verwachte verkoopmogelijkheden en van de winstmarge. De vaste prijs geeft de uitgever en de boekhandelaar de mogelijkheid een redelijke marge overeen te komen voor titels die minder snel en minder zeker lopen. Uitgevers kunnen het zich daardoor permitteren om ook titels met een zeker risico uit te geven. De vaste prijs beschermt tegen pure prijsconcurrentie met discounts en supers die zich alleen op bestsellers richten. Zo kunnen ook gespecialiseerde boekhandels met een breed assortiment en deskundig personeel het hoofd boven water houden. Ter illustratie: in 2001 bedroeg het aantal erkende uitgevers van boeken 499 en het aantal erkende boekhandels ongeveer 2100. Dat staat in schril contrast met een land als België waar men geen vaste boekenprijs kent en waar dan ook nauwelijks nog een gespecialiseerde boekhandel is aan te treffen.

Ter voorbereiding op de nieuwe taak is het Commissariaat voor de Media in gesprek met de Koninklijke Vereniging voor het Boekenvak die momenteel namens de branche toeziet op de handhaving. ■



Kerkfilternet is verboden activiteit

Het Commissariaat voor de Media beoordeelt het aanbieden van de dienst Kerkfilternet door de EO als een verboden nevenactiviteit. Voor het eind van dit jaar dient de EO alle activiteiten in het kader van Kerkfilternet te staken. Volgens het Commissariaat gaat het bij Kerkfilternet in feite om het verzorgen van een telecommunicatiedienst. Het verzorgen van een dergelijke dienst is te ver verwijderd van de eigenlijke taakstelling van de EO. De omroep dient dit daarom volledig aan derden over te laten.

Met Kerkfilternet stelt de EO mensen in staat thuis *real time* te luisteren naar kerkdiensten. De geluidsinstallatie van de kerk wordt daartoe verbonden met internet en de luisteraars nemen de dienst vervolgens af van de betreffende kerk. De EO verkoopt Kerkfilternet als een onderdeel van de internetdienst Filternet, dat indertijd wel is toegestaan als nevenactiviteit. Naar het oordeel van het Commissariaat verschilt de dienst Kerkfilternet echter wezenlijk van Filternet wat betreft doelstelling en technische infrastructuur. Het is niet de intentie van de EO om met Kerkfilternet de achterban in staat te stellen 'veilig' kennis te nemen van de internetproducties van de EO. Het doel is abonnees via een internetverbinding te laten luisteren naar kerkdiensten, zonder verdere inhoudelijke bemoeienis van de EO. Wat de techniek betreft heeft de eindgebruiker – de luisteraar – voor Kerkfilternet andere voorzieningen nodig dan voor Filternet. Bovendien zijn technische voorzieningen noodzakelijk in de betrokken kerken. Beide diensten kunnen dan ook niet met elkaar worden vereenzelvigd. De EO kan nog bezwaar aantekenen tegen dit besluit. ■



Boete voor niet-herkenbare reclameboodschap

In mei en juni van dit jaar zond Fox Kids diverse keren een reclameblok uit met daarin de reclameboodschap *Het Nederlands Elftal Spel*. Het spel bestond eruit dat kinderen uit groep 8 met behulp van levensgrote 'koppiez' en 'lijffiez' - een actie van Albert Heijn - hun opstelling van het Nederlands Elftal konden bepalen.



Volgens het Commissariaat was Het Nederlands Elftal Spel door de ongewoon lange duur (circa twee minuten), de vormgeving (als een regulier programmaonderdeel) en de participatie van Fox Kids (in de vorm van een logo en een verwijzing naar de website van Fox Kids) niet herkenbaar als reclameboodschap. De Mediawet schrijft voor dat reclameboodschappen die zijn opgenomen in het programma van een commerciële omroepinstelling als zodanig herkenbaar en door optische en akoestische middelen duidelijk onderscheiden moeten zijn van de andere programmaonderdelen.

Tijdens de hoorzitting over deze zaak verweerde de omroepinstelling zich door te stellen dat het toetsen van herkenbaarheid van reclame aan de hand van criteria als opmaak, presentatie en inhoud niet is geregeld in de Mediawet maar dat daarvoor een systeem van zelfregulering bestaat: de Stichting Reclame Code. Aan de mediawettelijke eis zou zijn voldaan door de omlijsting van het reclameblok. Het Commissariaat is echter van oordeel dat het een eigen bevoegdheid heeft en dat Fox Kids weliswaar heeft voldaan aan het in de Mediawet opgenomen vereiste van de onderscheidendheid maar niet aan dat van de herkenbaarheid. De omroepinstelling is daarom een boete opgelegd van 13.500 euro. ■

Veel animo voor 39f-zendtijd

In september dienden maar liefst achttien kerkelijke en levensbeschouwelijke instellingen een zendtijdaanvraag in: twee keer zo veel als de vorige keer, vijf jaar geleden.

Tot 1995 wees het Commissariaat jaarlijks zendtijd toe aan kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag. Sindsdien is de systematiek gewijzigd, en wordt voor vijf jaar zendtijd toegewezen, zodat de genootschappen meer zekerheid hebben op langere termijn. Om versnippering van zendtijd en organisaties tegen te gaan, heeft het Commissariaat in 1995 tevens besloten dat zendtijd op grond van artikel 39f van de Mediawet alleen aan religieuze of geestelijke hoofdstromingen kan worden toegewezen. Of een organisatie een hoofdstroming vertegenwoordigt, hangt af van de kwantiteit of de breedte van haar aanhang en/of de geschiedkundige wortels. Verder is het aan de aanvrager om aan te tonen dat hij representatief is voor de hoofdstroming die hij vertegenwoordigt. De representativiteit kan blijken uit cijfermatige gegevens over de samenstelling van de directe achterban, of uit adhesiebetuigingen van relevante organisaties die werken op het religieuze of geestelijke terrein van de stroming.

Nieuwe aanvragen

In 2000 werd aan zeven organisaties zendtijd toegewezen tot 1 september 2005: de Stichting Organisatie voor Hindoe Media, de Humanistische Omroepstichting, de Stichting Nederlandse Moslimraad, het Nederlands Israëlitisch Kerkgenootschap, het Rooms-Katholiek Kerkgenootschap, de Stichting Verzorging Kerkelijke Zendtijd en de Boeddhistische Unie Nederland. Alle zeven genootschappen hebben opnieuw een aanvraag ingediend.

Juist omdat met deze organisaties in beginsel alle hoofdstromingen (boeddhisme, hindoeïsme, humanisme, islam, jodendom, katholicisme en protestantisme) zijn vertegenwoordigd en er maar één organisatie per hoofdstroming kan zijn waaraan de zendtijd wordt verleend, is het opmerkelijk dat er nu een groot aantal nieuwe aanvragen is binnengekomen. Zo zijn er vijf hindoeïstische en drie islamitische genootschappen die eveneens menen de hindoeïstische respectievelijk islamitische hoofdstroming te vertegenwoordigen. Bij de Hindoes gaat het om de Stichting Shri Sanatan Dharm, de Stichting Verzorging Hindoe Zendtijd i.o., de Stichting Mantra i.o., het Hindoestani Janta Congres en de Stichting Satdarshan. Bij de moslimorganisaties gaat het om de Stichting Samenwerkende Koepel, het Contactorgaan Moslims en Overheid en de Stichting Sji'itische Islamitische Raad.

Verder is opmerkelijk dat er drie genootschappen zijn die menen een nieuwe hoofdstroming te vertegenwoordigen. Het betreft GRANI (Stichting Afro-Surinaamse levensbeschouwing en spiritualiteit, zoals winti), de UNO/PAN Omroep Stichting (pantheïsten) en de Nederlandse Unie van Christenen uit het Midden-Oosten, een overkoepelend orgaan voor kerkgenootschappen afkomstig uit het Midden-Oosten, zoals de Armeense, Chaldeese, Assyrische, Koptische, Syrisch-orthodoxe, Syrisch-katholieke en de Maronitische gemeenschap.

Procedure

In totaal is er voor de huidige 39f-omroepen in principe 351 uur zendtijd voor televisie en 1057 uur zendtijd voor radio te verdelen. De zendtijd die omroepen afzonderlijk toegewezen krijgen is naast een voor iedere organisatie gelijke hoeveelheid als basis, afhankelijk van de omvang van hun achterban in de samenleving. In november vinden hoorzittingen plaats, waar de betrokken organisaties in de gelegenheid worden gesteld hun aanvraag nader toe te lichten en aanvullende informatie te verstrekken. Het Commissariaat laat zich adviseren door een commissie van deskundigen op het gebied van godsdienstsociologie en statistiek. Voor 1 januari 2005 beslist het Commissariaat over de aanvragen. ■

Interpretatie reclameregels voor sommige landen te liberaal

Toezichthouders uit 43 landen spraken in Istanbul over mediaconcentratie en over het aanwakkeren van haat via de media. Ook de recente Mededeling van de Europese Commissie over televisiereclame kwam aan de orde. Een behoorlijk aantal landen wenst de interpretatie van de Commissie niet op elk punt te volgen.

12 Gernot Schuman, de directeur van de overkoepelende organisatie van de Duitse Landesmedienanstalten, presenteerde de visie van de Duitse toezichthouders op de Interpretatieve Mededeling over Televisiereclame van de Europese Commissie. De Commissie beoogt met deze Mededeling duidelijk te maken hoe de bepalingen van de Richtlijn Televisie zonder Grenzen moeten worden geïnterpreteerd en hoe zij toegepast kunnen worden op nieuwe reclametechnieken. Op deze wijze hoopt de Commissie de rechtszekerheid voor betrokken partijen te vergroten. De Commissie gaat daarbij uit van het beginsel 'in dubio pro libertate', ofwel: bij twijfel verdient de meest liberale interpretatie de voorkeur. Schuman opende met de stelling dat het de adverteerders niet zo zeer te doen is om "Television without Frontiers" maar om "Advertising without Limits". Hij wees erop dat het beleid van de Duitse autoriteiten erop is gericht afzonderlijke reclamespots zo veel mogelijk te voorkomen. Van de Italiaanse praktijk met zogeheten minispots tijdens de korte spelonderbrekingen in voetbalwedstrijden wenst men in Duitsland verre te blijven, benadrukte de spreker. Hij riep de Commissie op om bij de herziening van de Richtlijn de criteria voor sluikreclame, te weten 'misleiding' en 'oogmerk' te schrappen. Het criterium van misleiding is een uitnodiging aan de omroep om de reclame juist heel overdadig vorm te geven zodat het publiek beseft dat het om reclame gaat. In dat geval is er geen sprake van misleiding en dus ook niet van sluikreclame. Het element van 'oogmerk' is in de praktijk ook moeilijk aantoonbaar volgens de Duitse toezichthouders. De verantwoordelijkheid voor sluikreclame wordt vaak afgeschoven op de producenten.



voorzitter Fatih Karaca van de Turkse Council

Zelfpromotie

Emmanuel Joly, de vertegenwoordiger van de Europese Commissie, wees erop dat in de pers ten onrechte de indruk was gewekt dat de Commissie met haar Mededeling de weg geopend zou hebben voor sluikreclame. Hij benadrukte dat de Mededeling geen afbreuk doet aan de Richtlijn en de jurisprudentie van het Hof van Justitie. Ook blijven de lidstaten bevoegd om voor de omroepen op hun grondgebied strengere regelgeving op te stellen. Uit de presentaties en discussies bleek dat veel landen die mogelijkheid benutten. Duidelijk werd dat een behoorlijk aantal landen de liberale interpretatie van de Commissie niet op elk punt wenst te volgen. Een aantal landen liet videofragmenten zien van reclame die zij in strijd achten met de Richtlijn en/of Mededeling. De toezichthouder CSA van de Franstalige gemeenschap in België liet weten veel waarde te hechten aan een duidelijke scheiding tussen programma-inhoud en reclame, bijvoorbeeld in de vorm van zelfpromotie. Het CSA vertoonde voorbeelden waarin die scheiding naar haar oordeel onvoldoende was, bijvoorbeeld door het ontbreken van een *break bumper* tussen programma en reclame. Meest in het oog springend was een film waarin plotseling het logo van een ander programma in de vorm van het hoofd van de presentator verscheen. Het nieuwe EU-lid Letland lichtte haar regelgeving voor reclame en sponsoring toe, die op onderdelen strenger is dan wat de Richtlijn en Mededeling voorschrijven. Vooral op inhoudelijk vlak kent Letland de nodige voorschriften, zoals strenge regels voor afslankproducten en de bepaling dat op kinderen gerichte reclame nooit verwij-



foto's: EPRA

zingen naar telefoonnummers mag bevatten. Letland kent op dit moment veel problemen in de sfeer van sluikreclame en ongeoorloofde splitscreen reclame. Het videofragment van splitscreen reclame voor telefoonseks in een talkshow bij de Letse publieke omroep was tekenend. Zeker omdat de reclame op een vroeg tijdstip, met veel jeugdige kijkers, werd uitgezonden.

Haat aanwakkeren

Een werkgroep was gewijd aan het thema *The control of broadcasts inciting to racial hatred*. Onder meer in de Richtlijn Televisie zonder Grenzen wordt gewezen op de verantwoordelijkheid van staten om *hate speech* tegen te gaan. Ook nationale toezichthouders zoals het Franse CSA hebben bepalingen hierover opgenomen. Centraal in de discussie stond de vraag op welke wijze dat soort programma's gecontroleerd en eventueel beboet kunnen worden. Probleem daarbij is dat stations lang niet altijd onder de jurisdictie van een EU-staat vallen. Dit speelt bijvoorbeeld bij de satellietzenders van Arabische origine die soms programma's uitzenden die oproepen tot geweld of antisemitisch van aard zijn. In Bosnië kreeg onlangs het televisiestation RTV Alfa een boete opgelegd van de toezichthouder RAK. Het station had een aan het Israelisch-Palestijnse conflict gewijd programma uitgezonden, waarin de dader van een zelfmoordaanslag werd verheerlijkt. Volgens de toezichthouder werd op deze wijze opgeroepen tot haat en geweld tegen burgers.

Media-eigendom

13 Deirdre Kevin van het Europees Media Instituut presenteerde de uitkomsten van een voor het Europees Parlement verrichte studie naar de eigendomsverhoudingen binnen de media en de wetgeving voor mediaconcentratie in de 25 EU-lidstaten. In de studie wordt gepleit voor het verzamelen van betrouwbare data over publieksbereik, eigendomsverhoudingen en dergelijke van media, het liefst door een Europees waarnemingsinstituut. Als voorbeeld van een adequate nationale monitor werd het Commissariaat voor de Media genoemd. Daarna deed Sigve Gramstad van de Noorse Media Ownership Authority verslag van een studie naar grensoverschrijdende mediaconcentratie. Onderregulering van grensoverschrijdende mediaconcentratie kan volgens deze studie leiden tot een aantasting van de Europese culturele en linguïstische diversiteit en een toenemende focus op amusement bij contentproviders. Ook spreekt de studie de vrees uit dat grote en machtige Europese media-bedrijven de toetreding van nieuwkomers steeds meer zullen belemmeren, met nadelige gevolgen voor de innovatie in de sector. Inge Brakman schetste in haar reactie de werkwijze van de Mediamonitor van het Commissariaat. Zij wees erop op dat marktaandelen en eigendomsverhoudingen niet alles zeggen en dat het vooral gaat om het effect op de pluraliteit in de media. In dat kader wees zij op het belang van redactiestatuten en de rol die de publieke omroep kan spelen door een hoge standaard aan te leggen. ■

Collegebesluiten die in de periode van 24 augustus tot en met 12 oktober 2004 zijn genomen

Zendtijd- en kabelzaken

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 de

- Stichting Omroep Delft
- Stichting Omroep Eindhoven

Landelijke omroep

- Het Nederlands Israëlitisch Kerkgenootschap (NIK) krijgt 90 minuten extra televisiezendtijd voor 2003 en 30 minuten extra televisiezendtijd voor 2004.

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

- KKN Media v.o.f.
- Talentradio v.o.f.
- Jorg Ebbers Beheer
- Regio@Nieuws Advies
- WorldMadeChannel

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 beperkt bereik aan

- Show Equipment Hilversum B.V. voor het Van Lanschot Masters 2004 golftoernooi in Kaatsheuvel.
- Hardenberg FM voor het festival Back Home en de Ondernemers Relatiedagen
- Nova Media Producties voor de herdenking Tiel
- Stichting De Balie ter gelegenheid van het Interzone festival (project Radioscape)
- Stichting Omroep Twickelstad voor de Hobbybeurs 2004

Overig

24 augustus

- De adviezen aan de staatssecretaris inzake de erkenningen van de AVRO, EO, NCRV, TROS, VPRO en De Nieuwe Omroep worden vastgesteld.
- De bezwaren van de Stichting L.O.E.S. (Lokale omroep Echteren/Sust) - tegen aanleveren signaal bij twee inkoppelpunten - worden ongegrond verklaard.
- De bezwaren van de RKK, de VKZ en OHM tegen de Beleidslijn zendtijdaanvragen 39f-instellingen worden niet-ontvankelijk verklaard.

31 augustus

- De adviezen aan de staatssecretaris inzake de erkenningen van BNN, KRO, STEMA, VARA, Educom en MAX worden vastgesteld.

14 september

- Het bezwaar van de Bredase Omroep Stichting wordt ongegrond verklaard en de besluiten van 1 juni 2004 blijven gehandhaafd.

12 oktober

- Het bezwaar van de Programmaraad Gelderland Oost tegen het feit dat UPC geen uitvoering geeft aan de implementatie van het radio-advies voor de periode 2004-2005 wordt ongegrond verklaard, omdat dit slechts tijdelijk is. Het besluit van 18 mei 2004 blijft gehandhaafd.

- Het bezwaar van de Lokale Omroep Spijkenisse wordt ongegrond verklaard en het besluit tot zendtijdtoewijzing aan de Stichting Omroep Metropool (Smart TV) blijft gehandhaafd.

Juridische zaken – Programmatoezicht

Sancties

31 augustus

- Private Blue and Gold Broadcasting B.V. krijgt een boete van € 1400,- wegens het niet verstrekken van informatie over in 2003 uitgezonden programmapercentages.

12 oktober

- TV 10 B.V. (Fox Kids) krijgt een boete van € 13.500,- wegens het uitzenden van een niet als zodanig herkenbare reclameboodschap voor Het Nederlands Elftal Spel in het programma Fox Kids.

Overig

31 augustus

- Aan SBS - Carthage II B.V. wordt voor het programma 'Irisz' ontheffing verleend van de bepaling een percentage oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen uit te zenden. Het percentage wordt vastgesteld op nul.

- Voor het televisieprogramma Exotica wordt aan IBS/ Broadcastmarketing ontheffing verleend van het percentage Europese producties. Dit percentage wordt vastgesteld op 0% voor 2004, 10% voor 2005, 15% voor 2006 en 25% voor 2007.

7 september

- Aan United Football Broadcasting B.V. wordt voor het programma 'Voetbalkanaal' ontheffing verleend van de bepaling een percentage oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen uit te zenden. Dit percentage wordt met ingang van 1 september 2004 vastgesteld op 10%, voor 2005 op 15% en voor 2006 op 25%.

- Het besluit van 23 december 2003, waarbij aan UPC ontheffing wordt verleend van de verplichting minstens 40% Fries- of Nederlandstalige programma's uit te zenden in het programma

Voetbalkanaal wordt per 1 september ingetrokken.

14 september

- De Raad van Bestuur van de NOS wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voorstellen een bestuurlijke boete van € 81.000,- op te leggen wegens overschrijding door de Ster van de op jaarbasis maximaal toegestane hoeveelheid reclamezendtijd.

21 september

- Aan Satellite Data Broadcasting B.V. wordt voor het televisieprogramma Temporary Fun ontheffing verleend van de bepaling een percentage oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen uit te zenden. Dit percentage wordt vastgesteld op 0% voor 2004 en voor de periode van 1 januari 2005 tot en met 15 juni 2005. Voor de periode van 16 juni 2005 tot en met 31 december 2005 wordt het percentage vastgesteld op 10%, voor 2006 op 15% en voor 2007 op 25%. Voorwaarde is dat het programmaformat niet wordt gewijzigd.

Financieel Toezicht

Regionaal

31 augustus

- De bijdragen 2002 aan de Provincie Utrecht voor de radio- en televisie-uitzendingen van de Stichting Samenwerkende Publieke Omroepen Midden Nederland (SSPOMN), worden definitief vastgesteld op € 461.502,- voor radio en op € 2.023.460,- voor televisie. De vergoeding voor de bestuurs-

COLLEGEBSLUITEN

kosten wordt definitief vastgesteld op € 15.768,-.

Neventaken en nevenactiviteiten

De volgende internetsites zijn toegestaan:

- www.lokaleomroeplandsmeer.nl van Stichting Lokale Omroep Landsmeer;
- www.stadsradiohelmond.nl van Stichting Lokale Omroep en Televisie Helmond;
- www.peelstar.nl als neventaak van Lokale Omroep Stichting St. Anthonis;
- www.omroepodrie.nl van Stichting Omroep Organisatie Ooststellingwerf Odrie;
- www.radioemmen.nl van Stichting Voor Lokale Omroep Emmen.

Overig

31 augustus

- Ten aanzien van Colorful Radio beslist het Commissariaat op het bezwaar van de Publieke Omroep van 25 mei 2004, nader gemotiveerd bij brief van 9 juni 2004, en op het bezwaar van de VCR van 1 juli 2004 tegen het besluit van 18 mei 2004.

De bezwaren van de VCR tegen het Commissariaatsbesluit van 18 mei worden ongegrond verklaard.

Het Commissariaat handhaaft laatstgenoemd besluit, met dien verstande dat de motivering daarvan wordt aangepast. Het verzoek van de VCR c.s. om vergoeding van de kosten in de bezwaarfase, zoals bedoeld in artikel 7:15 Awb, wordt afgewezen.

www.cvdn.nl

