

# CO.MEDIA

Nummer 113 |||| Februari 2006 ||||



Mediawoordvoerder Bert Bakker van D66:

## Koester de profielen

---

Liberalisering reclameregime |||| Doeltreffendheid toezicht

## Colofon

Nummer 113  
Februari 2006

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

Redactie:  
Wanda Bade  
Bart Bijvank

Met bijdragen van:  
Marcel Betzel  
Jan van Cuilenburg  
Fred van der Gon Netscher

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:  
Roto Smeets Grafiservices

## Inhoud

**3. Column**

Volgens Jan van Cuilenburg vergt de legitimatie van publieke omroep andere argumenten dan die van het marktfalen.

**4. Veelkleurigheid publieke omroep**

De veelkleurigheid op onze Nederlandse televisie is uniek in de wereld en moet behouden blijven, vindt Bert Bakker.

**7. Sluikreclame**

De commerciële zender TV Limburg maakte zich schuldig aan het uitzenden van sluikreclame.

**8. Wijzigingsvoorstel Europese Televisierichtlijn**

Het voorstel van de Europese Commissie kenmerkt zich door een duidelijke liberalisering van het reclame- en sponsorregime.

**11. Vlaams Commissariaat beboet parlementariër**

Politicus Jurgen Verstrepen van Vlaams Belang is het niet eens met de boete die hij kreeg opgelegd voor zijn via de ether en internet uitgezonden programma's.

**12. Doeltreffendheid en doelmatigheid toezicht**

Het Commissariaat doet verslag van de eigen werkzaamheden en de taakuitoefening in de jaren 2001 – 2004.

**17. Collegebesluiten**

Een overzicht van de besluiten die in de periode van 29 november 2005 tot en met 31 januari 2006 zijn genomen.

## Wat is de publieke omroep ons eigenlijk waard?

Jan van Cuilenburg

Een oud politiek adagium luidt 'markt waar markt kan, overheid waar overheid moet'. Overheidsinterventie is alleen nodig waar de markt het niet zelf af kan, waar de markt faalt. Dat geldt ook voor mediabeleid: de overheid moet alleen in de markt interveniëren wanneer de markt onvoldoende die mediaproducten levert die de samenleving nodig heeft. Marktfalen wordt tegenwoordig steeds vaker als argument gebruikt voor mediabeleid. Golden in ons land vroeger vooral paternalistische, verzuilingsargumenten voor publieke omroep, na de ontzuiling van de afgelopen decennia wordt de legitimatie voor publieke omroep in het mediadebat vooral gezocht in marktfalen: de mediemarkt brengt onvoldoende verscheidenheid en kwaliteit in programmering. Zonder publieke omroep zouden burger en mediaconsument slecht af zijn, zo is de gedachtegang.

Hoe valide is deze redenering eigenlijk? Eerlijk gezegd is zij empirisch zwak. Wie bijvoorbeeld de van oudsher ongereguleerde dagbladmarkt en tijdschriftenmarkt beziet, kan niet anders dan constateren dat er een kwalitatief hoog en pluriform aanbod met heel veel keuzemogelijkheden is, waar de consument zich naar hartelust tegoed aan kan doen. Natuurlijk, er is ook pulp, maar op de hele markt neemt pulpaanbod slechts een bescheiden plaats in. De Nederlandse mediemarkt faalt niet, ook de omroepmarkt niet. Zie nog eens de meest recente Mediamonitor die het Commissariaat over de Nederlandse mediemarkt 2004 heeft uitgebracht. Daaruit blijkt ondermeer dat de Nederlandse televisiemarkt een hoge graad van pluriformiteit en profusie, dat wil zeggen keuzemogelijkheden voor de kijker, heeft. De kijker kan, zo leren berekeningen van het Commissariaat, 's avonds voor elk uur kijken uit 25 uur zeer gevarieerd programma-aanbod kiezen. Nu zou men kunnen stellen dat deze goede performance vooral te danken is aan de Publieke Omroep, en dus aan overheidsinterventie. Dat is gedeeltelijk inderdaad het geval, maar niet helemaal. De analyse van het Commissariaat laat ook zien dat de Publieke Omroep met drie netten weliswaar bovengemiddeld, ruim 38%, bijdraagt aan de

pluriformiteit en profusie van de televisiemarkt, maar ook de commerciële omroepen staan hun mannetje en dragen sterk bij aan de performance van de markt.

Geen marktfalen, dus weg met de publieke omroep? Zeker niet, maar de legitimatie van publieke omroep vergt wel andere argumenten dan marktfalen, zeker nu er nog lang geen eind is gekomen aan de komst van nieuwe private aanbieders op de omroepmarkt. Los van marktfalen is publieke omroep maatschappelijk misschien toch wel een uitstekende investering met een hoge return on investment. Dat bleek bijvoorbeeld in Engeland. Om het debat over haar positie te stimuleren heeft de BBC recentelijk onderzoek laten doen naar haar *public value*. In dat onderzoek werd nagegaan wat de (meer)waarde van de BBC als publieke omroep is. Het onderzoek toonde aan dat de totale waarde van de BBC twee keer zo groot is dan wat zij de samenleving kost. Volgens de onderzoekers is de *total value* van de BBC 6085 miljoen pond en kost zij 2798 miljoen pond. Aldus genereert de BBC een *citizen surplus* van 3287 miljoen pond. Maatschappelijk gezien dus een investering met een buitengewoon hoog rendement.

Raad van Bestuur, waarom zo'n onderzoek ook niet eens gedaan voor onze Publieke Omroep? Een ambitieuze Publieke Omroep hoeft de uitkomst van een dergelijk onderzoek niet te vrezen. ■



Mediawoordvoerder Bert Bakker van D66:

# ‘Veelkleurigheid publieke omroep moet behouden blijven’

**Bert Bakker verwacht dat de algemene televisie-netten aan betekenis zullen inboeten, doordat het publiek steeds massaler on demand gaat kijken: “De politiek moet daarop inspelen. Het gaat er om mensen te blijven bereiken met publieke content”.**

Bakker noemt zichzelf een alleseter als het op televisiekijken aankomt. “Ik kijk niet alleen naar de publieke omroep, maar ook naar RTL, SBS enzovoort. Het gaat mij niet om wie er uitzendt, maar om wat wordt uitgezonden. Maar alles wat met de media te maken heeft is mijn hobby, het hele omroepbeleid vind ik machtig interessant.” Helaas wordt volgens Bakker de discussie over de publieke omroep vaak op de verkeerde manier gevoerd. “Dat geldt niet alleen voor de Haagse politiek, maar ook voor Hilversum. Op zichzelf is de discussie over de verhouding tussen de raad van bestuur en de omroepen interessant, vooral in historisch en politiek opzicht, maar dergelijke bespiegelingen raken niet de kern van de problemen.”

*Wat is volgens u het grootste probleem?*

“De kern is: wat is de rol van de publieke omroep nu en voor de komende tien jaar. Hoe zorgen we ervoor dat zijn missie behouden blijft en dat er voldoende mensen naar de publieke omroep blijven kijken? Dat wordt een hele opgave, want deze tijd kenmerkt zich door digitalisering en convergentie van apparatuur via interactieve televisie, tv op pc en mobiele telefoon. Dat zie je ook bij radio via je iPod en dergelijke. Het gevolg daarvan is dat men steeds meer ‘on demand’ gaat kijken, op grond van de eigen interessesfeer. De verwachting is dat de algemene netten aan betekenis inboeten, dus moet de politiek daarop inspelen. Met andere woorden: als wij willen dat de publieke omroep de mensen blijft bereiken, moeten we niet blijven hangen in de vraag of er twee of drie netten moeten komen, en of de leiding bij de raad van bestuur moet liggen of anderszins. Hoe bereik je de mensen, dáár gaat het om.”



Fotografie: Gerrit de Heus

*Wat is daar voor nodig?*

“De publieke omroep moet zich focussen op eigen producties, kwaliteit boven massaliteit stellen, zich onderscheiden van commerciële en politieke invloeden. Diversiteit en pluriformiteit, kortom veelkleurigheid moet de richtlijn zijn. Uiteraard hoort daar óók amusement bij. Een programma als Kopspijkers was typisch een publiek programma. Onzin dus dat amusement niet zou kunnen, sterker nog, het moet, maar het is niet de kern van de missie van de publieke omroep.”

*Nadruk op programma's dus. Hoe zit het dan met de organisatiestructuur van de publieke omroep?*

“Geen misverstand: ik ben sterk voor eenduidige aansturing van de publieke omroep. Maar dan wel door een raad van bestuur die niet toestaat dat netcoördinatoren zich vooral focussen op een hoog marktaandeel tussen half negen en negen uur. Ik begrijp dat wel, het heeft met de druk van de commerciële te maken, maar het heeft iets oneigenlijks. Het onderscheidende van de publieke omroep dreigt zo uit het oog te worden verloren. Er is uitgegaan van de verkeerde premisse dat de politiek zou willen dat het marktaandeel 40% zou zijn, maar dat klopt niet. De kern is: herformulering van de publieke missie. Hoe hou je voldoende publieke content als mensen straks massaal on demand programma's gaan kijken, of de commerciële omroepen uitkiezen?”

*Wat is daarop uw antwoord?*

“Dat is uiteraard afhankelijk van de kwaliteit van de programma's, maar ook van hoe je het organiseert. Ik ben al jarenlang de mening toegedaan dat omroepverenigingen de beste garantie zijn voor pluriformiteit. Bij alle buitenlandse staatsomroepen - of het nu Engeland is met zijn BBC of Frankrijk of België - zie je dat de politieke elite, met wisselend succes, invloed op de programma's probeert uit te oefenen. Die vinger in de pap moet de politiek niet willen hebben. Goed, we weten allemaal dat de VARA traditioneel affiniteit heeft met de PvdA, en de NCRV met het CDA, maar politiek en omroep blijven wel gescheiden.

Daarom was ik er geen voorstander van dat in Netwerk moest worden samengewerkt, die verschillende levensopvattingen in één programma, dat wringt. Ik zou zeggen: koester de profielen. Een goed voorbeeld vind ik Radio 1. De nieuwsuitzendingen zijn goed, terzake maar wel wat kleurloos en saai, maar de echte kleur en visie worden in de tussenuren geleverd met programma's van de omroepverenigingen. Dat radiomodel zou ook op tv toegepast kunnen worden. De NOS blijft dan verantwoordelijk voor de interne pluriformiteit, het nieuws en de actualiteiten, terwijl de omroepen voor de verschillende invalshoeken zorgen, in combinatie met onafhankelijke journalisten. Geen verdere verschraving door één omroep een programma in de ochtend te laten uitzenden, maar horizontaal programmeren en kleuring zoals bij Radio 1.”

*Wat betekent dat voor de omroepverenigingen?*

“Omroepverenigingen moeten geen productiehuis worden, geen bedrijven die programma's aanleveren. Nee, omroepen en datgene waar ze voor staan moeten wat mij betreft blijven bestaan, in al hun diversiteit. Minder identiteitsgebonden maar wel 'waardenvol', in de zin van: programma's maken vanuit de waarden waar de omroepen voor staan. En of het nu Nederlands drama is of een documentaire over de Shell, het is allemaal publieke content. Veelkleurigheid is grotendeels aanwezig op onze Nederlandse tv, die is uniek in de wereld. Die veelkleurigheid moet behouden blijven en daartoe moeten omroepen veel ruimte hebben.”

*Financieel zit de wind niet erg mee*

“Je ziet een ontwikkeling waarbij de reclame-inkomsten teruglopen door Talpa, het verlies van de voetbalrechten en de economische recessie. Daarbij komt nog dat de Stertarieven steeds onder de prijzen van IP lagen, nergens ter wereld is televisiereclame per minuut zo goedkoop. Daarmee snijdt de Ster zich, als publieke instantie, nu in de eigen vingers. Om dit probleem op te lossen kunnen we niet wachten tot 2008. D66 wil een reclamevrije omroep, en dat wil het CDA nu ook. De meerderheid van

de Kamer, CDA, D66, PvdA, GroenLinks en SP, zegt nu: we moeten compenseren. Alleen de VVD wil dat niet, die is wel voor een reclamevrije omroep, maar ook voor een kleinere publieke omroep en geen cent erbij. Ik vind dat we het huidige volume moeten handhaven. Wij hebben de staatssecretaris in december gevraagd in hoeverre de mate waarin de reclame-inkomsten achteruit zijn gegaan, bovenop de 64 miljoen bezuinigingen door het kabinet, ten koste gaat van de programmering want dat willen we niet. Het wachten is op de informatie van haar kant. We kunnen de publieke omroep en zeker de programmamakers niet te lang in onzekerheid laten. Bovendien: je kunt de publieke omroep maar één keer afbreken."

#### *Hoe ziet u uw rol van mediawoordvoerder in relatie tot het Commissariaat voor de Media?*

"Ik vind dat ik mij als politicus niet met het werk van het Commissariaat moet bemoeien. Het is een zelfstandig bestuursorgaan dat zich, voor zover ik dat kan overzien, goed kwijt van de bij de Mediawet opgedragen taken. Kenmerkend bijvoorbeeld vind ik die hele 39f-discussie, waarbij principieel geen invloed van de Kamer is geweest. In de toekomst zie ik een rol weggelegd voor het Commissariaat bij het verdelen van financiële middelen voor de lokale omroepen. Zoals bekend, is het geld dat vrijkwam na afschaffing van de omroepbijdrage en dat deels bedoeld was voor de lokale omroep, nooit als zodanig geoormerkt. Het geld wordt in het gemeentefonds gestopt, maar het hangt helemaal van gemeenten af of ze het voor lokale omroep bestemmen of aan iets anders uitgeven. De vraag is nu: hoe komen deze middelen terecht bij de lokale omroep? Ik zal daarover binnenkort een initiatiefwetsvoorstel indienen."

"Ik vind het Commissariaat goed te volgen met zijn uitspraken en optreden naar buiten toe. Ik houd altijd voor ogen dat het destijds in het leven is geroepen om de politiek meer op afstand van de omroep te brengen. Dat moet vooral zo blijven." ■

## Samenwerking Radar en Independer

De TROS is uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met een mogelijke overtreding van het dienstbaarheidverbod, het artikel in de Mediawet dat bepaalt dat een publieke omroep niet dienstbaar is aan het maken van winst door derden. De vermoedelijke overtreding betreft het consumentenprogramma Radar.

In samenwerking met financiële dienstverlener Independer heeft Radar rekenprogramma's ontwikkeld en op de website van het programma geplaatst waarmee gebruikers verzekeringen en hypotheek met elkaar kunnen vergelijken en via Independer online kunnen afsluiten. Dit betekent dat Independer, een commerciële onderneming met een eigen commercieel belang, door de TROS in de positie is gebracht om op een efficiënte manier zijn diensten aan het kijkerspubliek te kunnen verkopen. Het Commissariaat is daarom voorlopig van oordeel dat de samenwerking met Independer in strijd is met het beginsel van non-commercialiteit, dat als uitgangspunt dient te gelden bij al het handelen van een publieke omroep.

Of daadwerkelijk sprake is van een overtreding van het dienstbaarheidverbod en wat de ernst daarvan is, zal worden bepaald nadat de TROS over deze zaak is gehoord. ■

## Sluikreclame geconstateerd bij TV Limburg

De commerciële zender TV Limburg hangt een boete boven het hoofd van € 9.900,-. In een aantal programmaonderdelen zijn diensten en producten van bedrijven getoond en vermeld met het oogmerk reclame te maken. Ook zijn sponsors op een onjuiste wijze vermeld. Eind december 2004 legde het Commissariaat TV Limburg voor vergelijkbare overtredingen een boete op. De helft van deze boete was voorwaardelijk en zou worden geïnd als de omroep binnen een jaar opnieuw de betreffende artikelen uit de Mediawet zou overtreden. Nu dit het geval is, zal het voorwaardelijke boetebedrag van € 6.050,- worden ingevorderd. TV Limburg krijgt nog de gelegenheid zich in een hoorzitting tegen het sanctievoornemen te verweren. De publieke regionale omroep L1 wordt hierbij als belanghebbende uitgenodigd.

In het programma van een commerciële omroepinstelling is het toegestaan om in programmaonderdelen buiten de reclameblokken reclameuitingen te tonen en te vermelden, maar niet als daarmee wordt beoogd reclame te maken: dan is sprake van sluikreclame.

De programmaonderdelen waarin overtredingen zijn geconstateerd, zijn De Radio Limburg Prijzenshow, Fer Forel, Ondernemend Limburg, Varia en Jo Rosenboom in de regio. Met het opnemen van de naam Radio Limburg (een commerciële

organisatie die losstaat van TV Limburg) in de titel van De Radio Limburg Prijzenshow en met het tonen en vermelden van namen, merken, producten en diensten van andere bedrijven in de Prijzenshow en in de andere programmaonderdelen, heeft TV Limburg naar het oordeel van het Commissariaat het oogmerk gehad het publiek te bewegen tot het gebruik maken van de diensten van Radio Limburg en de andere bedrijven. De producten en diensten van negen bedrijven werden op overdreven en overdadige wijze getoond, vermeld en aangeprezen. Ook gaven de presentatoren op louter positieve wijze sturing aan de gesprekken met directeurs, medewerkers en klanten van deze bedrijven. Het Commissariaat concludeert verder dat TV Limburg kennelijk onvolgende voorzorgsmaatregelen heeft getroffen om de betreffende overtredingen te voorkomen.

Het Commissariaat onderzocht de programmering van TV Limburg vanwege de eerder in 2004 geconstateerde overtredingen van de Mediawet en naar aanleiding van een handhavingsverzoek van omroeporganisatie L1. ■

## Lezersonderzoek

Bij een blad hoort eens in de zoveel tijd een lezersonderzoek. Om te achterhalen of de bedoelingen van de makers aansluiten bij de behoeften van de lezers. Na ruim vier jaar te zijn verschenen in de huidige vorm en opzet, wil Co.Media graag wat feedback van de ontvangers. Bij dit nummer is daarom een enquête gevoegd waarmee lezers worden uitgenodigd hun mening te geven en suggesties te doen. De vragenlijst is in een paar minuten in te vullen en kan in de bijgevoegde envelop worden teruggestuurd (geen postzegel nodig). Faxen of mailen kan natuurlijk ook. ■

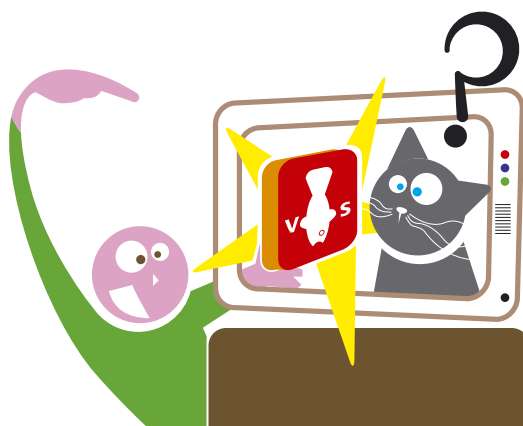


# Uitbreiding naar nieuwe diensten en liberalisering reclameregime

**De Europese Commissie heeft op 15 december 2005 een wijzigingsvoorstel voor de Televisierichtlijn ingediend. Daarmee heeft de Commissie op de valreep van 2005 een eindsprint getrokken na ruim twee jaar van studies en consultatierondes.**

Zoals verwacht kenmerkt het voorstel zich door een duidelijke liberalisering van het reclame- en sponsorregime. Volgens de Commissie zijn veel van de huidige voorschriften voor de duur van en onderbreking door reclame in de Richtlijn niet meer proportioneel. Ook toont de Commissie zich voorstander van het toestaan van product placement en nieuwe reclametechnieken.

8



## Zelf bepalen

De dagelijkse limiet voor reclame die in de huidige richtlijn is gesteld op vijftien procent per dag is geschrapt. De Commissie wijst erop dat dit maximum in de praktijk nauwelijks betekenis toekomt. Het is vooral van belang hoeveel reclame er op prime time wordt uitgezonden. Daarom wordt het uurmaximum van twintig procent wel gehandhaafd. Dat geldt dan voor zowel reclame- als telewinkelspots. De voorschriften voor onderbreking van

programma's door reclame zijn sterk vereenvoudigd in het richtlijnvoorstel. Volgens de huidige richtlijn moet er minimaal twintig minuten zitten tussen twee opeenvolgende reclameblokken. Deze twintigminutenregel geldt alleen niet als het gaat om uitzendingen van sportwedstrijden of vergelijkbaar gestructureerde evenementen omdat dan de reclame in de pauzes of tussen de onderdelen kan worden geplaatst. De Commissie vindt het echter niet meer proportioneel om een interval van twintig minuten voor te schrijven. Omroepen moeten zelf kunnen bepalen wanneer een geschikt moment is om commercials uit te zenden. Voor een aantal categorieën van programma's wordt nog wel een uitzondering gemaakt: films, kinderprogramma's en nieuwsprogramma's mogen volgens het voorstel slechts één maal in de 35 minuten worden onderbroken door reclame. Volgens de huidige richtlijn mogen films maar één keer in de 45 minuten worden onderbroken en moet er twintig minuten zitten tussen twee blokken. Dus ook wat betreft reclame tijdens films voorziet het voorstel in een liberalisering.

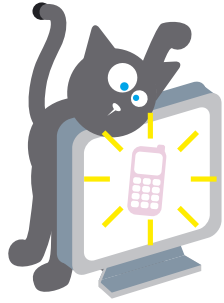
## Harmonisatie

Volgens de Commissie is 'product placement' niet meer weg te denken als financiering van televisieprogramma's in Europa en is om eerlijke concurrentieverhoudingen te garanderen harmonisatie op Europees niveau noodzakelijk. Tussen de lidstaten bestaan grote verschillen op het vlak van product placement: in het Verenigd Koninkrijk bijvoorbeeld is product placement verboden. In de Nederlandse Mediawet komt het begrip product placement niet voor en wordt de vertoning van producten van de sponsor beoordeeld aan de hand van de (reguliere) bepalingen voor sponsoring en sluikreclame. Het richtlijnvoorstel bepaalt expliciet dat product placement is toegestaan. Het moet wel op een transparante manier gebeuren. Met andere woorden: het mag nooit leiden tot sluikreclame en de kijker moet aan het begin van het programma worden geïnformeerd over de aanwezigheid van product placement. Op welke wijze het publiek geïnformeerd moet worden, vermeldt het richtlijnvoorstel niet. Het principe van een duidelijk onderscheid

Verschillen huidige Richtlijn en Richtlijnvoorstel

| Onderwerp/Bepaling  | Huidige Richtlijn   | Richtlijnvoorstel  |
|---|---|--|
| Werkingsfeer Richtlijn  | Beperkt tot televisieomroep   | Uitgebreid naar audiovisuele mediadiensten   |
| Promotie Europese producties  | Beperkt tot televisieomroep   | Uitgebreid naar audiovisuele mediadiensten, zonder dat percentage wordt genoemd  |
| Product placement   | Wordt niet genoemd  | Toegestaan onder voorwaarde van het aan begin van programma informeren van publiek over product placement, niet toegestaan bij nieuws, actualiteiten, documentaires en kinderprogramma's |
| Technische criteria vaststellen jurisdictie                             | Uplink komt als criterium na frequentie en satellietcapaciteit  | Uplink komt vóór satellietcapaciteit en frequentie is verdwenen als criterium  |
| Toepassing Richtlijn  | Programma's die binnen EU direct of indirect met slechts afwijkende apparatuur zijn te ontvangen vallen wel onder Richtlijn | Programma's die binnen EU direct of indirect met slechts afwijkende apparatuur zijn te ontvangen vallen niet onder Richtlijn   |
| Verbod u-bocht  | Staat alleen in considerans (overweging 14) van Richtlijn   | Staat nu in Richtlijn zelf; lidstaat mag maatregelen nemen met instemming van Europese Commissie   |
| Co-regulering   | Wordt niet genoemd  | Wordt genoemd als manier van implementatie mits groot draagvlak in sector en effectief   |
| Recht voor omroepen op korte samenvattingen van belangrijke evenementen | Wordt niet genoemd  | Wordt genoemd, blijkens considerans wordt gedacht aan maximum van 90 seconden  |
| Individuele reclamespots  | Moeten uitzondering blijven   | Moeten uitzondering blijven, behalve bij sportprogramma's  |
| Minimumduur van periode tussen twee reclameonderbrekingen               | 20 minuten  | Minimumduur geschrapt  |
| Onderbreking van films  | 1 keer in de 45 minuten   | 1 keer in de 35 minuten  |
| Onderbreking van kinderprogramma's, nieuws, actualiteiten               | Niet onderbreken als duur van programma minder dan 30 minuten is  | 1 keer in de 35 minuten  |
| Daglimiet van reclame   | 15% voor reclamespots, 20% voor reclamespots en telewinkelspots tezamen   | Daglimiet vervallen  |
| Toezichthouders   | Niet genoemd  | Belang van onafhankelijke toezichthouders die onpartijdig en transparant te werk gaan wordt genoemd  |

9



tussen redactionele en commerciële informatie blijft over-eind. De Commissie benadrukt dat dit uitgangspunt nieuwe reclametechnieken (bijvoorbeeld split screen reclame) niet in de weg mag staan en dat de Interpretatieve Mededeling Reclame blijft gelden.

#### **Techniekonafhankelijk**

Verder zal het toepassingsbereik van de richtlijn worden verruimd. Ook andere audiovisuele mediadiensten dan de 'klassieke' televisie-uitzendingen zullen daarmee onder de werkingssfeer van de richtlijn vallen. De Commissie streeft naar techniekonafhankelijke regelgeving. Niet de gebruikte techniek of infrastructuur maar de aard van de dienst en de mate van keuzevrijheid en controlemogelijkheden van de gebruiker bepalen in hoeverre een dienst is gehouden aan bepaalde regels. Hieruit vloeit voort dat niet alle bepalingen in dezelfde mate zullen gelden voor alle audiovisuele mediadiensten. De Commissie gaat uit van een zogenoemde 'graduele' benadering. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen lineaire en non-lineaire mediadiensten. Bepaalde basisregels zoals een duidelijke herkenbaarheid van commerciële uitingen, de bescherming van minderjarigen en het verbod op het aanzetten tot haat (hate speech) moeten gelden voor alle audiovisuele mediadiensten, ongeacht of zij lineair of non-lineair worden aangeboden. In aanvulling daarop gelden voor lineaire audiovisuele mediadiensten nog andere voorschriften. Dit zijn hoofdzakelijk voorschriften voor onderbreking, duur en volume van reclame, die zich naar hun aard ook beter lenen voor toepassing op televisie en andere lineaire audiovisuele mediadiensten.

#### **Bescherming**

Het elementaire onderscheid tussen lineaire en non-lineaire audiovisuele mediadiensten is dat bij het laatste type diensten de consument zelf het moment bepaalt waarop de informatie naar hem toe wordt gezonden, op basis van een aanbod dat is geselecteerd door de verzorger van de dienst. Bij lineaire audiovisuele mediadiensten is het juist de verzorger van de mediadienst die beslist over dat moment van verzending op basis van een door hem opgesteld program-

maschema. Lineaire audiovisuele mediadiensten worden in het wijzigingsvoorstel omschreven als 'televisieomroep'. Daarbij moet uiteraard in de eerste plaats gedacht worden aan reguliere televisie-uitzendingen. Maar ook webcasting, IPTV (Internet Protocol TV) en ander vormen van streaming informatie, aangeboden via internet, worden onder dat begrip geschaard. Onder non-lineaire audiovisuele mediadiensten vallen in ieder geval de on demand diensten, aangeboden via televisie of internet. De Commissie wijst erop dat de consument bij deze diensten een grote keuzevrijheid en veel controlemogelijkheden heeft. Daarom is bij dat soort diensten de noodzaak dat de overheid hem in bescherming neemt tegen overvloedige commercie en dergelijke veel minder aanwezig. Bovendien acht de Commissie de impact van lineaire audiovisuele mediadiensten en daarmee de wenselijkheid van regulering groter. Uitgezonderd van de werkingssfeer van de Richtlijn zijn allerlei vormen van privé-communicatie zoals e-mail. Radio valt uitdrukkelijk niet onder de nieuwe Richtlijn: het moet altijd gaan om bewegende beelden met of zonder geluid.

Het is moeilijk in te schatten hoe lang het zal duren voordat een nieuwe richtlijn is aangenomen. Als het Europese Parlement aanpassingen wil, zal het voorstel terugkomen bij de Commissie. Daarna zal het Europese Parlement zich er een tweede keer over buigen. In totaal kan deze procedure zeker anderhalf jaar in beslag nemen. Nadat uiteindelijk de Raad van Ministers de richtlijn heeft aangenomen, hebben de lidstaten nog anderhalf jaar om hun nationale wetgeving aan te passen. Het richtlijnvoorstel is in het Engels te vinden op de website van de Europese Commissie, DG Informatiemaatschappij en Media (<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/>). ■

## Vlaams Commissariaat beboet parlementariër wegens 'politieke' radio

**Het Vlaams Commissariaat voor de Media heeft de politicus Jurgen Verstrepen een boete opgelegd van 12.500 euro. Volgens de toezichthouder overtrad de Vlaamse parlementariër met zijn via de ether en internet uitgezonden programma's de Vlaamse Omroepdecreten die voorschrijven dat omroepen volledig onafhankelijk moeten zijn van politieke partijen.**

Volgens Verstrepen is het verband tussen de bewuste uitzendingen en zijn partij Vlaams Belang - opvolger van de door de rechter verboden partij Vlaams Blok - slechts een "perceptiegegeven". Het Vlaams CvdM bestrijdt dat en wijst erop dat het initiatief was aangekondigd door de partij op een persconferentie in het Vlaamse parlement en ook als "een eigen radiozender" werd betiteld. Bovendien kwamen in de uitzendingen standpunten van Vlaams Belang aan de orde en verwees de naam van de uitzendingen 'VB6015' naar de initialen van de partij. Ook heeft Vlaams Belang vanaf het begin op zijn site naar de uitzendingen verwezen.

Meer nog dan de kwestie of er sprake is van een verband tussen de politieke partij Vlaams Belang en de uitzendingen van Verstrepen spitst de zaak zich toe op de definitie van 'omroep' en 'radiodiensten' in de Vlaamse Decreten betreffende de

radio-omroep en televisie. Verstrepen had de radioprogramma's uitgezonden via de korte golf en deze later in de vorm van podcasts aangeboden op zijn website. Bij een podcast moet de gebruiker een geluidsfragment als mp3-bestand downloaden alvorens hij het kan beluisteren. Volgens het Vlaams CvdM hadden de etheruitzendingen op grond van de decreten een erkenning als omroep van de Vlaamse regering nodig. De podcasts beschouwt het Vlaams CvdM op grond van dezelfde decreten als radiodiensten die bij de toezichthouder aangemeld hadden moeten worden.

Onduidelijk is nog of dit betekent dat alle podcasts en vergelijkbare diensten van in Vlaanderen gevestigde personen of ondernemingen moeten worden aangemeld bij de toezichthouder. Volgens artikel 31 van de decreten worden als radiodiensten beschouwd: "particuliere radio-omroepen die zich met andere soorten van diensten richten tot het algemene publiek of een deel ervan, of die hun programma's uitsluitend doorgeven via het internet". Bij de aanmelding moeten nogal wat gegevens worden overgelegd zoals informatie over de plaats van vestiging, de aanwezige infrastructuur, het financiële plan en het programmaschema. Op diverse internetfora is een discussie losgebarsten of dergelijke verplichtingen

voor particuliere initiatieven op internet niet te ver gaan. De vertegenwoordiger van Vlaams Belang is niet voornemens de boete te betalen en heeft bezwaar aangetekend tegen de beslissing van de toezichthouder. Het Vlaams CvdM zal waarschijnlijk in maart een nieuw besluit nemen. Dan wordt mogelijk ook meer duidelijk over de consequenties van de uitspraak voor podcasts en vergelijkbare diensten op internet in het algemeen.

In Nederland worden podcasts en andere (audiovisuele) informatie die via internet op verzoek wordt aangeboden niet als omroepprogramma beschouwd. De Mediawet eist voor dergelijke diensten noch een toestemming van, noch een aanmelding bij het CvdM. Ook mogen in Nederland politici of politieke partijen een (commercieel) omroepprogramma verzorgen. In de praktijk wordt echter niet van die mogelijkheid gebruik gemaakt omdat daar dankzij de toewijzing van zendtijd aan politieke partijen als onderdeel van het publieke bestel, geen behoefte aan bestaat. ■

# Doeltreffend en doelmatig toezicht

**In de vorm van een zelfstudie heeft het Commissariaat verslag uitgebracht over de eigen werkzaamheden en de taakuitoefening in de jaren 2001 – 2004.**

De rapportage is geschreven in het kader van de in de zogenoemde Concessiewet opgenomen bepaling dat de Minister telkens na vier jaar aan de Staten-Generaal verslag uitbrengt over de doeltreffendheid en de doelmatigheid van het functioneren van het Commissariaat voor de Media. Omdat het de eerste keer is dat het Commissariaat verslag doet over een periode van vier jaar, worden er voor het algemene beeld ook eerdere jaren bij betrokken. Vastgesteld kan worden dat de werkzaamheden een forse groei hebben doorgemaakt. Sommige taken zijn geheel nieuw, zoals het monitoren van mediaconcentraties, en andere zijn complexer geworden, zoals het beoordelen van nevenactiviteiten. Het aantal radio- en televisiezenders is gestaag toegenomen, terwijl ook nieuwe media om aandacht vragen. Tussen 1990 en 2004 is

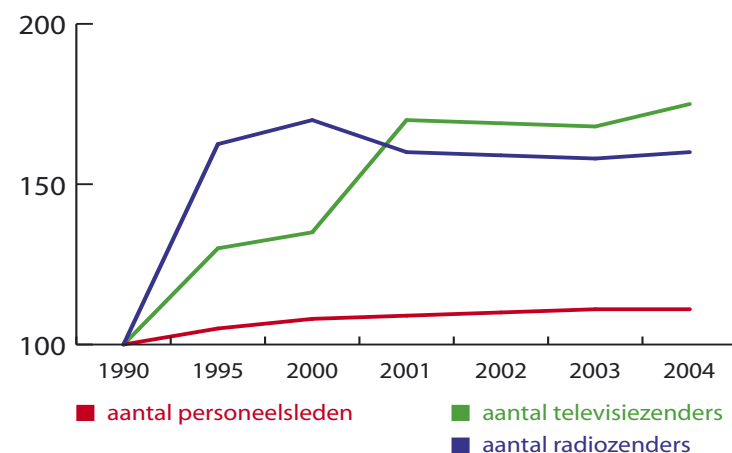
het aantal televisiezenders waarop toezicht wordt uitgeoefend gestegen van 92 naar 161 en het aantal radiozenders van 235 naar 374. De toename van het werk leidde niet tot noemenswaardig meer formatie (van 46 medewerkers in 1988 tot 53 in 2004).

## Concurrentie

Het Commissariaat zag het Nederlandse medialandschap in vijftien jaar tijd uitgroeien van een over-

zichtelijk geheel tot een uiterst competitieve markt met scherpe concurrentieverhoudingen. De laatste jaren is de tendens zichtbaar dat de buitenwereld door het indienen van handhavingsverzoeken steeds meer de inzet van mensen en middelen is gaan bepalen. Minder dan voorheen kan het werk autonoom worden ingericht. Veel handhavingsverzoeken hebben betrekking op vermeende concurrentievervalsing. Het toetsen van de activiteiten die

**Meer zenders, meer toezicht voor het Commissariaat (index 1990=100)**



Fotografie: Wim Kluyers

de publieke omroep er buiten zijn hoofdtaak op nahoudt, heeft de laatste jaren fors beslag gelegd op de capaciteit van het Commissariaat. Daarbij komt dat voor praktisch iedere nieuwe activiteit nieuw beleid moet worden ontwikkeld. In 2003 heeft het Commissariaat laten onderzoeken wat uit economisch perspectief onder concurrentievervalsing moet worden verstaan en welke operationalisering daarbij past. De aanbevelingen uit het onderzoek worden betrokken bij de verdere ontwikkeling van het toezicht op nevenactiviteiten en neventaken. Daarnaast is het Commissariaat in overleg getreden met het ministerie van OCW om tot een duidelijke afbakening te komen van het begrip neventaak. De huidige Mediawet geeft onvoldoende houvast en een algemene maatregel van bestuur zou verduidelijking kunnen brengen.

## Interpretatie

Niet alleen op het gebied van de concurrentieverhoudingen maar ook op andere terreinen worden

geregeld procedures aangespannen tegen beslissingen van het Commissariaat. De vaak open normen in de mediawetgeving maken veel verschil van inzicht mogelijk. Om duidelijkheid te verschaffen over de wijze waarop het Commissariaat de wet interpreteert en handhaaft, is daarom menig beleidsregel vastgesteld. Zo zijn er na de inwerkingtreding in 2000 van de gewijzigde beleidsregels sponsoring weinig procedures meer gevoerd met betrekking tot de sponsoring van programmaonderdelen bij commerciële omroepen.

## Beleidskader

Eind 2002 werd het initiatief genomen een helder beleidskader te ontwikkelen voor de hernieuwde verdeling van de zenduren die de staatssecretaris beschikbaar stelt voor kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag (39f-omroepen). Een nieuwe beleidslijn kon in 2004 worden vastgesteld en de zendtijd werd binnen de wettelijke termijn toegewezen. De besluitvorming

leidde echter tot acht bezwaarprocedures, twee verzoeken om voorlopige voorziening en zeven bodemprocedures. Gezien de betrekkelijk geringe hoeveelheid zendtijd waar het bij de 39f-omroepen om gaat, heeft dit een onevenredig groot beslag gelegd op de capaciteit van de organisatie.

## Jaarrekeningen

In het toezicht op de landelijke publieke omroep is het accent de laatste jaren sterker komen te liggen op het financiële toezicht. Op initiatief van het Commissariaat is in samenspraak met de Publieke Omroep, het ministerie van OCW en een onafhankelijk accountantskantoor gewerkt aan een geactualiseerd Handboek Financiële Verantwoording. Het Handboek heeft de status van een ministeriële regeling en bevat voorschriften voor de inrichting van de jaarrekeningen. Een belangrijk nieuw element is de expliciete verplichting voor de accountant om niet alleen een getrouwheidsoordeel te geven maar zich ook uit te spreken over de rechtmatigheid

Aantal primaire besluiten Commissariaat voor de Media

|                                      | 2001       | 2002       | 2003       | 2004       |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Zendtijd- en Kabelzaken              | 224        | 203        | 267        | 236        |
| Programmatoezicht / Juridische Zaken | 50         | 20         | 31         | 17         |
| Juridische Zaken overig              | 10         | 8          | 16         | 53         |
| Financieel Toezicht                  | 42         | 46         | 43         | 33         |
| Neventaken, nevenactiviteiten        | 25         | 31         | 32         | 34         |
| <b>Totaal</b>                        | <b>351</b> | <b>308</b> | <b>389</b> | <b>373</b> |

en over de naleving van mediawettelijke verplichtingen. Vanaf 2005 wordt met het vernieuwde Handboek gewerkt.

**Reclame**

Vanaf 2002 is het Commissariaat zich nadrukkelijker gaan richten op de naleving van de reclamemaxima en het regime voor reclameonderbrekingen door de landelijke publieke omroep en de landelijke commerciële omroepen. De scherpe concurrentiestrijd op de reclamemarkt zou omroepen er immers toe kunnen brengen de reclameregels te overtreden. De controle leidde in een aantal gevallen tot forse boetes. In 2004 werd het Commissariaat geconfronteerd met een onderzoek van de Europese Commissie waaruit bleek dat verschillende Nederlandse omroepen de reclameregels hadden geschonden. Aangetoond is dat tegen een aantal van die overtredingen al was opgetreden en dat over andere overtredingen interpretatieverschil mogelijk was. De Commissie liet zich hierdoor overtuigen en sloot het dossier.

**Efficiënt**

De rapportages door de publieke omroep over het programmavoorschrift en door de publieke omroep en de commerciële omroepen over de Europese quota kregen in 2001 een nieuwe systematiek. Dankzij de in december 2001 vastgestelde Beleidsregels programmaquota kunnen de verrichtingen op het gebied van de quota efficiënter dan voorheen in kaart worden gebracht. Ook het nieuwe systeem voor de rapportage over het programmavoorschrift maakt een efficiënte analyse mogelijk van de prestaties van de publieke omroepen. Wel heeft het Commissariaat, vanwege de complexiteit van de voorschriften, het ministerie in overweging gegeven te bezien of vereenvoudiging mogelijk is.

**Geschillen**

Het Commissariaat heeft zich ervoor ingespannen de gemeenten te laten voldoen aan de verplichting een programmaraad in te stellen. Ook is de kwaliteit van de advisering door

de programmaraden bevorderd. De eisen die het Commissariaat formuleerde, zijn nadien vrijwel letterlijk opgenomen in de Mediawet. Het beslechten van geschillen tussen programmaraden, programma-aanbieders en kabelexploitanten is een kernactiviteit geworden van de afdeling Zendtijd- en Kabelzaken.

**Sancties**

Naast het inzetten van sanctiemiddelen in de vorm van het opleggen van administratieve boetes en het intrekken van zendtijd of een toestemming, voelt het Commissariaat behoefte aan een aanvullende bevoegdheid in de vorm van het opleggen van een last onder dwangsom. Als omroepen moeten worden gedwongen een niet toegestane nevenactiviteit of neventaak te staken of als kabelexploitanten een programma binnen een bepaalde termijn dienen op te nemen in het basispakket, is de last onder dwangsom een meer voor de hand liggende maatregel dan het opleggen van een bestuurlijke boete.

**Advies**

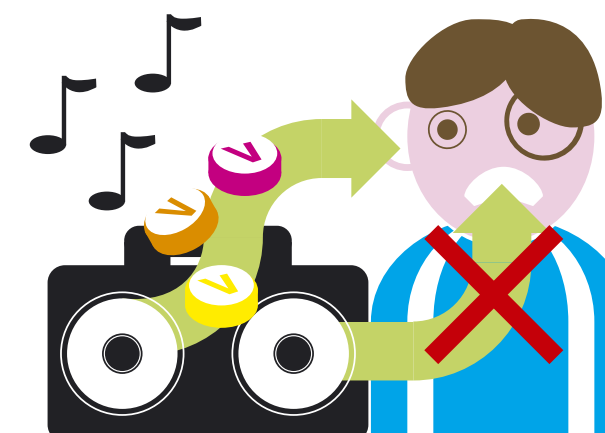
Naast de hoofdtaak op het gebied van toezicht en handhaving heeft het Commissariaat de bevoegdheid advies uit te brengen over onderwerpen die in de wet zijn aangewezen, zoals de meerjarenbegrotingen van de Publieke Omroep en de Wereldomroep. Daarnaast neemt het Commissariaat geregeld de vrijheid zijn visie te geven op ontwikkelingen en rapporten. Een voorbeeld daarvan is de reactie op het rapport van de visitatiecommissie Rinnooy Kan in 2004. Met het ministerie van OCW is afgesproken dat alle voorstellen tot wijziging van de Mediawet aan het Commissariaat worden voorgelegd voor een toets op uitvoeringsaspecten. In de

periode 2001 – 2004 is door de snelle opeenvolging van wijzigingen in de mediawetgeving een groot aantal uitvoeringstoetsen uitgevoerd.

In de evaluatieperiode kreeg het Commissariaat er vier belangrijke nieuwe taken bij: het toezicht op de naleving van programmaformats door landelijke en niet-landelijke commerciële radiozenders, de toets op gelieerdheid tussen dergelijke zenders, de handhaving van de Wet op de vaste boekenprijs en het meta-toezicht op het NICAM.

# Waarschuwing voor Arbeidsvitaminen

Het programma Arbeidsvitamen dat door de AVRO wordt uitgezonden op 3FM moet per direct in overeenstemming worden gebracht met de mediawettelijke bepalingen, zo waarschuwt het Commissariaat voor de Media. Gedoeld wordt op het item Bedrijf van de dag, dat een vast onderdeel vormt van het programma. In dit onderdeel krijgen bedrijven de gelegenheid zichzelf en hun producten of diensten voor het voetlicht te brengen. Naar het oordeel van het Commissariaat gebeurt dit zodanig dat het programmaonderdeel voor deze bedrijven als marketing-instrument kan dienen. In de beluisterde uitzendingen was sprake van niet-toegestane reclame-uitingen door het veelvuldig vermelden van bedrijfsnamen en het aanprijzen van producten. Ook is door het weggeven van prijzen in de vorm van producten van een bedrijf van de dag mogelijk de sponsorregelgeving overtreden, voor zover deze prijzen door het bedrijf om niet ter beschikking zijn gesteld. ■





## Kosten externe adviseurs

Het Commissariaat heeft onderzocht wat in 2004 de kosten waren van externe adviseurs bij de landelijke publieke omroep en concludeert dat deze kosten van een niet uitzonderlijk niveau zijn. De totale kosten van accountants, organisatieadviseurs, interim managers en advocaten en juristen bedroegen in 2004 bijna 6 miljoen: minder dan 1% van het jaarbudget van de totale landelijke publieke omroep.

De accountantskosten van vijf kleine zendgemachtigden (BOS, NIK, OHM, IKON en NMO) waren relatief hoog. Het Commissariaat adviseert de raad van bestuur van de Publieke Omroep om de kosten van deze omroepen te blijven volgen. Ook krijgen de betreffende omroepen en de raad van bestuur het advies te onderzoeken of het centraliseren van de administratieve werkzaamheden, inclusief het opstellen van de jaarrekening, kan bijdragen aan verlaging van de accountantskosten. ■

## Boekhouding lokale omroep

Op grond van artikel 25a, eerste lid, van het Mediabesluit is een lokale omroepinstelling die reclameboodschappen verzorgt, verplicht een behoorlijke boekhouding te voeren en de jaarrekening vergezeld te laten gaan van een verklaring van een accountant-administratieconsulent of een registeraccountant omtrent de getrouwheid ervan.

Met ingang van de jaarrekening over 2005 hoeft een dergelijke verklaring alleen aan het Commissariaat te worden overgelegd als de in de jaarrekening vermelde jaaromzet hoger is dan € 50.000,-. Bij een lagere jaaromzet wordt geen accountantsverklaring verlangd, noch een samenstellings- of beoordelingsverklaring. Als de omroepinstelling echter onderwerp is van nader onderzoek, en de jaaromzet ligt tussen € 25.000,- en € 50.000,-, dan dient een dergelijke verklaring op verzoek van het Commissariaat wel te worden overgelegd. ■

**Collegebesluiten die in de periode van 29 november 2005 tot en met 31 januari 2006 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

- Stichting Lokale Omroep Harlingen
- Stichting Lokale Omroep Capelle aan de IJssel
- Stichting Lokale Omroep Hoorn
- Radio Omroep Stichting Albrandswaard
- Omroeporganisatie NENS voor Noordwijk en Noordwijkerhout
- Leiderdorpe Omroep Stichting
- Radio Omroep Stichting Abcoude-Baambrugge (Saturnus)
- Stichting Radio Weststellingwerf Centraal
- Vereniging Radio Aktief voor Schermer
- Stichting Lokale Omroep Stein
- Stichting Zandvoortse Omroep Organisatie
- Stichting Radio-Televisie Sernet voor Haaksbergen
- Stichting Omroep P&M voor Helden, Kessel, Maasbree en Meijel
- Stichting Voorburgse en Leidschendamse Lokale Omroep Midvliet
- Stichting RTV Apeldoorn

De volgende zendtijdaanvragen zijn afgewezen:

- Stichting Apeldoorn RTV
- Valouwe Media Stichting.

#### Regionale omroep

De hoeveelheid zendtijd voor 2006 voor de regionale omroepinstellingen wordt vastgesteld.

#### 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

- Your Channels TV B.V. voor het programma Goede Doelen TV
- Hawkeye Media House B.V. voor het programma TV 13
- De heer J.V. Millarson voor het televisieprogramma Urban Channel
- CAIW Media B.V. voor het programma Radio Westland
- De heer B. Kloosterhuis voor het programma Lokaal TV Veendam
- Stichting Nederlandse Muziek voor de programma's Radio Rakkers en Radio Rembrandt
- WinterMedia voor het programma TV Oase
- Media Totaal Stad BV voor het programma Nieuws TV in Stadskanaal, Groningen, Winschoten, Delfzijl, Veendam, Hoogezand en Leeuwarden en regio
- Boom courantenuitgeverij BV voor het programma Nieuws TV Noordoost Friesland, Middenoost Friesland, Zuidwest Friesland en

Smallingerland

- Chellomedia Programming B.V. voor het televisieprogramma Film 1.3.
- Donatus B.V. voor het televisieprogramma Weerkanaal
- Gerstel Producties B.V. voor het programma GP-TV
- PC&S/KXMEDIA voor het programma KXRADIO
- Satellite Data Broadcasting B.V. voor de televisieprogramma's Sex View en Sex View Promo.

#### 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

- Stichting Facilitair Centrum De Golfbreker voor een radioverslag van diverse evenementen in Amersfoort, w.o. de manifestatie Veilig op Straat op 10 december en de 60ste Kerst speel- en zangmiddag op 18 december 2005
- Hardenberg-FM voor een radioprogramma ter gelegenheid van het Eindejaarsfeest Buurtschap Hoogenweg en het 2e jaarfeest Hardenberg-FM
- Radio Moonlight voor een radioverslag van drie evenementen in Klazienaveen
- De heer A. Huitema voor een radioverslag ter gelegenheid van diverse evenementen in het dorps huis Weme te Noordwijk
- BNR Nieuwsradio B.V. voor een

## COLLEGE BESLUITEN

radioprogramma ter gelegenheid van het Dutch Open Golf Toernooi 2006

- Vereniging Scouting Nederland voor een radioprogramma ter gelegenheid van het Nationaal Waterkamp 2006
- Wouter Kooiman Audio Solutions voor een radioprogramma ter gelegenheid van het Wieler evenement Tour de Waard
- Stichting Time Traveller voor een radioprogramma ter gelegenheid van een concert op de ijsbaan te Almere
- De heer L. Mulder te Naarden voor een radioprogramma ter gelegenheid van het Noorderslagfestival
- Tilburgs Studenten Corps "St. Olof" voor de Tilburgse introductieweek TIK 2006
- Radio Moonlight voor programma's rond een aantal evenementen in Emmen.

#### Overig

29 november

- Het bezwaar van UPC inzake het handhavingsverzoek van de Programmaraad Gelderland-Oost wordt ongegrond verklaard, het besluit van 14 juni 2005, waarin UPC op de verplichting wordt gewezen het advies van de programmaraad om ARTE door te geven op te volgen, blijft gehandhaafd.

## Juridische zaken – Programmatoezicht

### Sancties

29 november

- De AVRO krijgt een bestuurlijke boete van € 2.700,- wegens niet-toegestane reclame-uitingen in het programma Antenne 2.

20 december

- De AVRO, KRO en NCRV krijgen gezamenlijk een bestuurlijke boete van € 13.500,- omdat zij met de website [www.tvgids.nl](http://www.tvgids.nl) dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden (bedrijven).

18

- De Stichting Lokale Omroep Nuenen krijgt een bestuurlijke boete van € 1.375,- omdat nage-laten is informatie te verstrekken, en omdat de omroep dienstbaar is (geweest) aan het maken van winst door derden door lease auto's aan medewerkers ter beschikking te stellen.

- Stichting Lokale Omroep Helmond (Radio Decibel Helmond) krijgt een bestuurlijke boete van € 2.700,- wegens diverse overtredingen van de Mediawet, met name het overschrijden van de reclamezendtijd per klokuur en het dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden.

- Stichting Lokale Omroep Waalre X-tra (Radio Decibel Waalre) krijgt een bestuurlijke boete van € 2.700,- wegens diverse overtredingen van de Mediawet, met name het overschrijden van de reclamezendtijd

per klokuur en het dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden.

### Sanctievoornemens

10 januari

- Regionaal Televisie Netwerk Limburg B.V. wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 9.900,- op te leggen wegens het uitzenden van sluikreclame.

31 januari

- RTV Renkum wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 875,- op te leggen wegens overtreding van de wettelijke verplichting om 50% ICE uit te zenden. Dit naar aanleiding van een handhavingsverzoek van de commerciële omroep Het Gelders Geluid.

- De TROS wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete op te leggen. Mogelijk is de TROS in het programma Radar dienstbaar geweest aan het maken van winst door derden.

### Overig

29 november

In het kader van het integrale toezicht heeft een aantal lokale omroepen een bestuurlijke boete opgelegd gekregen in verband met het niet of niet voldoende verstrekken van gegevens aan het Commissariaat. Onderstaande omroepen hebben hier tegen bezwaar gemaakt.

- Het bezwaar van de Stichting Lokale Omroep Boarnsterhim wordt ongegrond verklaard. Omdat de omroep alsnog een deel van de gevraagde informatie heeft overgelegd, wordt de boete verlaagd tot € 1.400,- en wordt voorwaardelijk opgelegd. De boete zal worden geëffectueerd als de omroep volgend jaar weer in gebreke blijft om gevraagde gegevens aan te leveren.

- De bezwaren van de Stichting Lokale Omroep Groenlo, de Lokale Omroep Stichting Lichtenvoorde en Stichting Lokale Omroep Steenwijk worden ongegrond verklaard. Ook bij deze omroepen is een deel van de gevraagde informatie alsnog overgelegd, wat een verlaging van de boete tot € 1.400,- tot gevolg heeft.

- De bezwaren van Stichting Lokale Omroep Coevorden en Stichting Lokale Omroep Gemeente Rucphen worden ongegrond verklaard. Bij deze omroepen is de gevraagde informatie alsnog – volledig – overgelegd. Dit rechtvaardigt een boete van € 875,- voor elk van de omroepen.

- De beslissing op bezwaar van WorldMadeChannel zoals verwoord in de brief van 8 maart 2005, wordt gewijzigd met dien verstande dat de ontheffing van de wettelijke verplichting om ten minste 50% Europese producties en ten minste 40% oorspronkelijk Nederlands- en Friestalige producties uit te zenden ook voor 2006 geldt. De periode waarover nog een ontheffingsbesluit moet worden genomen wordt verschoven naar de vervolgjaren 2007 en 2008. De rapportage over publieksbereik e.d. wordt daartoe

uiterlijk 1 oktober 2006 aan het Commissariaat toegestuurd. Voor het overige blijft de beslissing op het bezwaar van 8 maart 2005 in stand.

13 december

- Voor het televisieprogramma op Nederland 2 in het kader van een inzamelingsactie voor het Nederlandse Rode Kruis in Congo wordt ontheffing verleend van de reclamebepalingen.

20 december

- RTV Rijswijk FM krijgt in het kader van een inzamelingsactie voor KiKa 'Kinderen Kankervrij' onder de gebruikelijke voorwaarden ontheffing van de reclamebepalingen.

- Wilmar Press and Productions vof wordt als niet belanghebbend aangemerkt; dit in reactie op het handhavingsverzoek inzake het verzamelen, redigeren en exploiteren van de binnenlandse commerciële, regionale en lokale programmagegevens door de NOS. Voorts wordt deze nevenactiviteit niet in strijd geacht met de mediawettelijke bepalingen terzake.

- Radio 8FM wordt inzake het handhavingsverzoek ten aanzien van Radio Decibel (oneerlijke concurrentie) als belanghebbende aangemerkt in de zin van artikel 1:2 van de Awb. Het handhavingsverzoek wordt deels toe-, deels afgewezen.

10 januari

- De bezwaren van de Bergense en Arcen en Veldense Lokale Omroep Stichting (BAVLOS) tegen de besluiten van 4 juni 2004 en 21 juli 2004 worden gegrond verklaard,

met dien verstande dat de motivering wordt aangepast.

31 januari

- Het bezwaar van de NOS tegen het besluit van 14 juni 2005, waarbij het Commissariaat het verzoek om sanctiemaatregelen tegen Talpa te treffen heeft afgewezen, wordt ongegrond verklaard. De bezwaren van Talpa tegen het besluit van 14 juni 2005 worden gegrond verklaard voor wat betreft een deel van het dictum aangaande de actualiteitenexceptie en de vrijheid van nieuwsgaring. Voor het overige worden de bezwaren ongegrond verklaard. Het betreffende dictum wordt herroepen, het betreffende besluit blijft gehandhaafd, zij het dat de motivering wordt aangepast.

- De AVRO krijgt een waarschuwing wegens niet-toegestane reclame-uitingen in het programma Arbeidsvitaminen.

## Neventaken en nevenactiviteiten

31 januari

- Het door de TROS verhuren van een televisiestudio wordt als een toegestane nevenactiviteit aangemerkt.

## Financieel toezicht

### Landelijk

29 november

- De brief waarin de jaarrekening

## COLLEGE BESLUITEN

2004 van de NPS is beoordeeld, wordt vastgesteld.

6 december

- De brief inzake de aanvraag voor een bijdrage in de reorganisatiekosten Publieke Omroep wordt vastgesteld.

13 december

- Het Ministerie van OCW krijgt advies over de aanvraag bijdrage reorganisatiekosten van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.

20 december

- De brieven waarin de jaarrekeningen 2004 van de KRO en de RKK zijn beoordeeld, worden vastgesteld.

10 januari

- De brief waarin de jaarrekening 2004 van de VARA is beoordeeld, wordt vastgesteld.

### Regionaal

20 december

- De brief waarin de jaarrekening 2004 van de Stichting RTV Oost is beoordeeld, wordt vastgesteld.

17 januari

- De brief waarin de jaarrekening 2004 van de Stichting RTV Drenthe is beoordeeld, wordt vastgesteld.

### Lokaal

24 januari

- De brief aan de Stichting Lokale Omroep Rotterdam inzake het integrale toezicht 2004 wordt vastgesteld.

19

[www.cvdn.nl](http://www.cvdn.nl)

