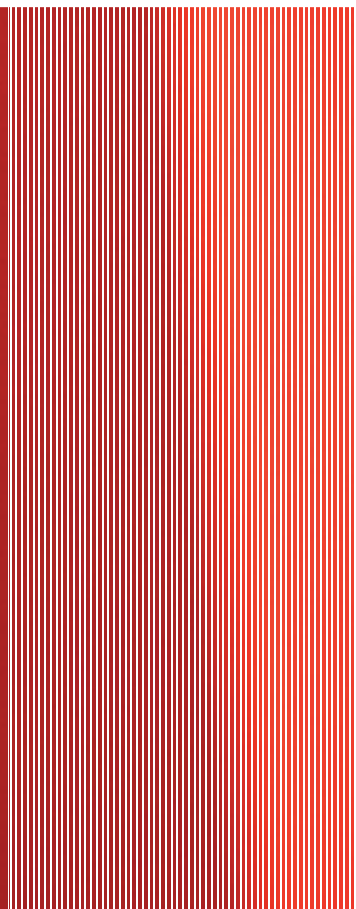


CO.MEDIA

Nummer 115 |||| Juli 2006 ||||



Femke Halsema:

Hoog tijd voor reclamevrije netten

Commerciële televisiemarkt |||| NICAM ||||
Political advertising |||| Crossownership

Colofon

Nummer 115
Juli 2006

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

Redactie:
Wanda Bade
Bart Bijvank

Met bijdragen van:
Inge Brakman
Fred van der Gon Netscher
Lonneke van der Zee

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](#)

De discussie zal gaan over het verder integreren van commercials in programma's.

4. [Regulering commerciële televisiemarkt](#)

Voorstellen om de concurrentieverhoudingen tussen SBS, Talpa en RTL gelijkwaardig te maken.

6. [NICAM functioneert betrouwbaar](#)

Het metatoezicht op de classificaties leidt tot een positief oordeel.

8. [Reclamevrije netten](#)

Als er reclamevrije netten komen, moet de overheid ruimhartig compenseren, vindt Femke Halsema.

10. [Political advertising](#)

Binnen Europa bestaan grote verschillen in reclamemogelijkheden voor politieke partijen.

13. [Financiële verantwoording](#)

Handboeken voor omroepen en toezichthouder reguleren de financiële verslaglegging.

15. [NMa en Commissariaat](#)

Bij de beoordeling van mediaconcentratie bundelen de mededingingsautoriteit en het Commissariaat hun krachten.

16. [Publiek-private samenwerking](#)

Het Molengraaff Instituut bracht een rapport uit over de juridische belemmeringen.

17. [Collegebesluiten](#)

Een overzicht van de besluiten die zijn genomen in de periode van 11 april tot en met 6 juni 2006.

Liberalisering

Inge Brakman

De strijd om de euro's tussen de omroepen in Nederland is bikkelhard. In ons kleine land zijn relatief veel aanbieders op de markt. De beste advocatenkantoren worden in stelling gebracht voor de meest uiteenlopende omroepbelegingen. Een faire concurrentiepositie moet uitgangspunt zijn. Het Commissariaat controleert daarom periodiek de reclamezendtijd en kijkt of omroepen zich houden aan de spelregels voor sponsoring en reclame in programma's. De afgelopen jaren is een uitgebreide jurisprudentie opgebouwd over deze onderwerpen. Het aantal boetes voor de landelijke omroep loopt jaarlijks gestaag terug. Omroepen weten zo langzamerhand behoorlijk goed waar ze zich aan moeten houden. Zaken die zich voordoen gaan meestal over slordigheden en vaker nog over nieuwe vormen van reclame die worden uitgeprobeerd.

Tegelijkertijd is er op Europees niveau een debat over de nieuwe televisierichtlijn die voortborduurde op de eerder uitgesproken visie van de Europese commissie: *in dubio pro libertate*, ofwel ingeval van twijfel geldt een liberale uitleg. De algemene opvatting gaat steeds meer richting deregulering en liberalisering van regels. Goed nieuws dus voor de commerciële omroepen. Er komen meer mogelijkheden voor onderbrekingen en een flexibele inzet van commercials. De discussie die overblijft de komende jaren zal gaan over het verder integreren van commercials in de programma's. Vast staat al wel dat nieuws en actualiteitenprogramma's vrij moeten blijven van sponsors. Dus draait de werkelijke vraag om de invloed van adverteerders op de overige programmacategorieën. Wie bepaalt straks het programmaconcept, wie beoordeelt de cameravoering? Unilever, Heineken, de KNVB? Hoe sterk staat de commerciële omroep nog als Unilever liever zijn eigen advertorial programma's maakt op internet vanwege bezwaren van creatieve programmamakers?

Omroepen zullen met de toenemende concurrentie op internet hun publiek moeten laten zien dat ze een meerwaarde kunnen bieden. In creativiteit, in objectiviteit,

in onafhankelijkheid. Dat zijn niet alleen normen voor publieke omroepen. Ook commerciële omroepen bewijzen dagelijks dat ze hun vak serieus nemen. Het zijn invloedrijke instituten waar het publiek ook wat van mag verwachten. Voor de regelgeving betekent dat voor commerciële omroepen meer flexibiliteit in de plaats en omvang van commercials buiten de programma's. En een werkbaar, maar integer kader voor commerciële *exposure* binnen programma's. Het Commissariaat heeft zijn eigen beleidsregels vorig jaar reeds aangepast en loopt deze nogmaals door op dit onderwerp. Aan de wetgever is geadviseerd regels aan te passen voor verruiming en flexibiliteit. Deze liberalisering wordt mede ingegeven door het besef dat door de Luxemburgse positie van RTL er geen gelijk speelveld is voor de commerciële omroepen in Nederland. Aanpassing van regelgeving verbetert in ieder geval het *level playing field* in ons land. Verder verdient het pleidooi voor wijziging van de jurisdictiecriteria in de Europese regelgeving de volle aandacht. Gelijkwaardige concurrentieverhoudingen zijn pas volledig als de op het Nederlandse publiek gerichte zenders onder dezelfde toezichthouder vallen. ■



Op weg naar een gelijk speelveld

Om te komen tot een gelijk speelveld voor commerciële omroepen, doet het Commissariaat twee belangrijke aanbevelingen: het op onderdelen liberaliseren van de Nederlandse mediawetgeving en het wijzigen van de jurisdictiecriteria bij de komende herziening van de Europese televisierichtlijn.

Het Commissariaat doet de aanbevelingen in het rapport 'Regulering Nederlandse commerciële televisiemarkt', dat de concurrentieverhoudingen binnen de Nederlandse commerciële omroep analyseert. Zowel SBS Broadcasting en Talpa, met een Nederlandse toestemming, als RTL Nederland, met een Luxemburgse licentie, richten zich exclusief op het Nederlandse kijkerspubliek. Op het gebied van nieuws en actualiteiten, serieuze informatie en Nederlandse series levert RTL een belangrijke bijdrage aan het Nederlandse televisieaanbod. RTL heeft zich aangesloten bij de Reclame Code Commissie, de Raad voor de Journalistiek en het NICAM. Ook de Nederlandse overheid erkent RTL als een belangrijke omroep. Dit blijkt uit de bedragen die diverse departementen hebben bijgedragen aan RTL-programma's.

Aan de hand van een steekproef constateert het Commissariaat dat bij RTL meer reclame en andere commercie mogelijk is dan onder Nederlandse jurisdictie zou zijn

toegestaan. Zo zijn er vaker reclameonderbrekingen in films, is er sprake van wervende sponsorvermeldingen en wordt ruimte geboden voor split screen reclame en losse reclame-spots binnen de programma's. RTL maakt hiermee gebruik van de extra ruimte die de Luxemburgse mediawetgeving biedt ten opzichte van de Nederlandse Mediawet. Het is dan ook aannemelijk dat RTL een betere onderhandelingspositie heeft bij de adverteerders dan SBS en Talpa en daarmee een economisch voordeel geniet.

Luxemburg liberaal

Luxemburg heeft de Europese regels, zoals die zijn vastgelegd in de Televisierichtlijn, vrijwel onverkort en ongewijzigd omgezet in het nationale recht. Waar interpretatieverschillen mogelijk zijn, wordt doorgaans gekozen voor de meest liberale opvatting. Zo mogen volgens het Luxemburgse regime films vaker worden onderbroken door reclameblokken omdat voor de vaststelling van de duur van de film ook de zendtijd van de reclameblokken als basis mag worden meegeteld. Overigens is ook de Nederlandse wetgever, mede na een positief advies van het Commissariaat, inmiddels overtuigd van de wenselijkheid van een versoepeling in dit opzicht. In het wetsvoorstel nieuwe Mediawet wordt uitgegaan van het 'bruto beginsel', waardoor in de toekomst meer reclameonderbrekingen bij films mogelijk zijn.

In Luxemburg is het Ministère d'Etat, Service des Médias et des Communications (SMC) belast met het toezicht op reclame en sponsoring. Voor elke omroep is daartoe een regeringscommissaris benoemd. De sanctie waarover het ministerie beschikt is het intrekken van de vergunning bij herhaalde overtreding van hetzelfde voorschrift. Er wordt gecontroleerd naar aanleiding van klachten en op eigen initiatief, het ministerie heeft een monitorsectie. Voor zover bekend heeft SMC eenmaal onderzoek verricht naar aanleiding van een klacht van een Nederlandse kijker.

SMC ziet ook toe op de naleving van de Europese quotabepalingen en rapporteert daarover aan de Europese Commissie. In de eindbeoordeling van de Commissie komen echter alleen de omroepen terug die een zeker marktaandeel bezitten in de lidstaat die de jurisdictie heeft over de betreffende omroepen. Omdat de Nederlandstalige RTL-zenders in Luxemburg een te gering marktaandeel hebben, worden de door hen behaalde percentages door de Commissie buiten beschouwing gelaten. Dus hoewel de zenders belangrijke spelers zijn op de Nederlandse markt, worden de door hen behaalde percentages in het geheel niet betrokken in het eindoordeel over de naleving van de Europese quotabepalingen.

Concurrentieverhoudingen

Om de concurrentieverhoudingen op de televisiemarkt gelijkwaardig te maken, stelt het Commissariaat voor dat Nederland zijn mediawetgeving op onderdelen aanpast aan het minimumniveau van de Richtlijn en daarmee aan het Luxemburgse regime. Dit betekent dat sommige toegespitste en gedetailleerde regels in de Mediawet en het Mediabeluut worden vereenvoudigd of zelfs geschrapt. Gedacht kan worden aan het mogelijk maken van slogans in sponsorvermeldingen, ruimere mogelijkheden voor individuele reclame-spots en het toestaan van split screen reclame. Het Commissariaat is geen voorstander van het verruimen van mogelijkheden om reclame te vermengen met redactionele inhoud.

Ook bij gelijklopende voorschriften kunnen verschillen blijven bestaan tussen Luxemburg en Nederland, bij-

voorbeeld door interpretatieverschillen of doordat het toezicht anders is georganiseerd. Het Commissariaat blijft daarom aandringen op een wijziging van de jurisdictiecriteria in de Televisierichtlijn. Niet alleen Nederland maar ook andere landen in Europa hebben te maken met de situatie dat een station zich exclusief zonder dat het station onder de mediaregels van die lidstaat valt. De betreffende landen stellen dat hun televisiemarkt wordt verstoord door omroepen die zich vanuit het buitenland speciaal op hen richten. Zij dringen er bij de Europese Commissie op aan het een lidstaat mogelijk te maken regels te stellen en controle uit te oefenen zodra een programma primair op die lidstaat gericht is. Mogelijk zien het Europees Parlement en de Raad van Ministers, die samen het laatste woord hebben bij de komende herziening van de Richt-

lijn, de noodzaak van aanpassing van de jurisdictiecriteria in, nu steeds duidelijker wordt dat het geen geïsoleerd probleem betreft in Europa.

In de recente reactie van het kabinet op het WRR-rapport zijn de aanbevelingen van het Commissariaat opgenomen. Het kabinet geeft daarbij aan op korte termijn te zullen bekijken welke dereguleringsmaatregelen genomen kunnen worden om een meer gelijk speelveld te creëren. Het Commissariaat zal de gedane voorstellen de komende tijd concreet uitwerken.

Het rapport Regulering Nederlandse commerciële televisiemarkt is te vinden op www.cvdvm.nl onder Actueel > Advies en Beleid. ■



NICAM functioneert betrouwbaar en valide

Het Commissariaat geeft in een brief aan de staatssecretaris een positief oordeel over het functioneren van het NICAM op het punt van de betrouwbaarheid en de validiteit.

Sinds 2005 is het Commissariaat belast met het metatoezicht op de kwaliteit van de NICAM-classificaties ten behoeve van de Kijkwijzer. Het metatoezicht ziet toe op de kwaliteitscontrole door het NICAM en op de criteria aan de hand waarvan het NICAM bepaalt of de feitelijke classificatie betrouwbaar, valide, stabiel, consistent en nauwkeurig is.

Kwaliteit

In zijn in juni uitgebrachte rapport in het kader van het metatoezicht is het Commissariaat positief over de betrouwbaarheid van de classificaties van televisieprogramma's, films, promo's en trailers en over de betrouwbaarheid van de feitelijke uitvoering. De classificaties zoals die door omroepen en distributeurs zijn gemaakt, zijn in 2005 steekproefsgewijs gecontroleerd door het NICAM. Van de bioscoopfilms en videoclips bleek meer dan 90% juist geclassificeerd. Bij de televisieprogramma's lag dit percentage iets lager, maar ook daar was de betrouwbaarheid nog steeds voldoende. Het NICAM heeft aangegeven voortdurend bezig te zijn met het verder verbeteren van de kwaliteit van het classificatieproces. Dit heeft geleid tot acties als een verplichte jaarlijkse test voor codeurs, gerichte bijscholing van codeurs en verbetering van

de software. Het NICAM gaat er vanuit dat de betrouwbaarheid van de classificaties hiermee nog zal stijgen.

Pictogrammen

Ten aanzien van de uitvoering kan worden geconcludeerd dat 90% van de audiovisuele producties op het juiste moment wordt uitgezonden. Programma's kregen het correcte uitzendtijdstip en trailers werden bij de juiste bioscoopfilm uitgezonden, dat wil zeggen dat de leeftijdsclassificatie van de trailer niet hoger was dan die van de hoofd-film. Wel zijn nog verbeteringen nodig bij het weergeven van de Kijkwijzer pictogrammen in filmladders en in televisiegidsen. Op teletekst worden ze wel juist gebruikt. Er zijn grote verschillen geconstateerd tussen de verschillende programmagidsen. Een aantal toont geen inhoudspictogrammen maar wel leeftijdspictogrammen, terwijl andere gidsen in zijn geheel geen pictogrammen opnemen. Het NICAM heeft meegedeeld dat actie is ondernomen om hier verbetering in aan te brengen. Zo is het televisiereglement van het NICAM aangepast, waarbij voor omroeporganisaties met een programmagids de verplichting is opgenomen dat de pictogrammen in de gidsen moeten worden getoond. Ook is aangedrongen op het verplicht opnemen van pictogrammen in de dag- en weekbladen. Het Commissariaat zal er op toezien dat daadwerkelijk verbeteringen optreden.

Zinvol

Naast de betrouwbaarheid geeft het

Commissariaat ook een oordeel over de validiteit van de classificaties. Nagegaan wordt of de classificaties in de ogen van de gebruikers kloppen: vinden ouders en opvoeders dat de pictogrammen een goede indicatie geven van de mogelijk schadelijke elementen in mediaproducties. Het Commissariaat leidt de validiteit af uit klachten, publieksonderzoek en een internationale vergelijking.

Uit het aantal klachten en het publieksonderzoek is gebleken dat de gebruiker het systeem als betrouwbaar ziet. Het aantal klachten is ten opzichte van vorige jaren duidelijk afgenomen en minder dan 10% van het aantal klachten blijkt gegrond. Begin 2006 is er (wederom) discussie geweest over videoclips. Met ingang van de rapportage over 2006 zal apart worden ingegaan op de bescherming van minderjarigen met betrekking tot videoclips. Intussen heeft het NICAM al actie op dit punt ondernomen: er zijn nieuwe afspraken gemaakt over classificaties en bekeken wordt of een aanpassing van de vragenlijst die leidt tot een uiteindelijke classificatie mogelijk is. Ook uit publieksonderzoeken is gebleken dat Nederlanders de Kijkwijzer zinvol en redelijk betrouwbaar vinden. Het meest recente onderzoek laat zien dat inmiddels 93% van de Nederlanders de classificaties betrouwbaar vindt. En ook bij een vergelijking met het buitenland is het resultaat goed: de classificaties komen in 90% van de gevallen overeen met die in de ons omringende landen. ■

Sponsoren informatief programma levert boete op

De publieke lokale omroepinstellingen in de gemeenten Nijmegen en Lingewaard hebben de wetgeving op het gebied van sponsoring en reclame overtreden door het programma Zakencircuit uit te zenden. Beide omroepen hangt een boete van 6600 euro boven het hoofd.

Zakencircuit is een informatief programma "voor en door ondernemers" en bestaat uit informatie over bedrijven en studio-gesprekken met ondernemers over hun bedrijf. Informatieve programma's mogen, zowel bij publieke als bij commerciële omroepen, volgens de Mediawet niet gesponsord worden. Producent De Media Managers biedt het programma gratis aan de lokale omroepinstellingen aan en levert daarmee feitelijk een sponsorbijdrage. De bedrijven die een bijdrage leveren aan het programma doen dat tegen betaling van een bedrag aan de producent. Ook dat is niet toegestaan.

Het Commissariaat beschouwt de overtredingen als ernstig omdat het programma volledig is bekostigd door commerciële derden en deze bijdragen door de producent zijn bedongen en aanvaard. De omroep heeft hiermee de verantwoordelijkheid voor de financiering geheel uit handen gegeven en heeft onvoldoende voorzorgsmaatregelen genomen om de sponsorovertredingen te voorkomen.

Doordat in het programma de namen, producten en diensten van diverse deelnemende bedrijven nadrukkelijk worden getoond en vermeld is het kennelijk de bedoeling om reclame te maken voor deze sponsors. Zo komen in een bepaalde uitzending de eigenaren van het bedrijf Koks-bemiddeling meerdere malen aan het woord, waarbij ook hun website wordt genoemd en het restaurant van een van de eigenaren. De presentator geeft daarbij op louter positieve wijze sturing aan de verschillende gesprekken. Op een dergelijke manier biedt het programma bedrijven de gelegenheid exposure te verkrijgen en doet het dienst als marketinginstrument. Omdat reclameboodschappen alleen zijn toegestaan in de reclameblokken wordt zo, door sluikreclame te maken, eveneens de Mediawet overtreden.

Voordat het Commissariaat een definitief besluit neemt kunnen de omroepen zich nog in een hoorzitting verweren. ■



Femke Halsema:

'Hoog tijd voor reclamevrije netten'

Femke Halsema, mediawoordvoerder in de Tweede Kamer voor GroenLinks, is voorstander van reclamevrije netten. En wat haar betreft mag daar gerust een financiële compensatie van de overheid tegenover staan: "Maar dan wel met de garantie dat het geld ten goede komt aan de programma's".

Hoogleraar Mediarecht Madeleine de Cock Buning pleitte recentelijk voor het schrappen van de Mediawet: het omroepbestel zou in deze digitale samenleving meer gebaat zijn bij zelfregulering. Wat vindt u?

"Een interessante stelling, voor zover het niet betekent dat met het schrappen van de Mediawet ook het publieke bestel wordt afgeschaft. Dat is namelijk verankerd in de Mediawet. Je kunt erover discussiëren of het bestel op dezelfde manier moet worden ingericht als nu, bijvoorbeeld of er twee of drie netten moeten zijn. Maar juist in die digitale samenleving waar informatie-uitwisseling steeds belangrijker wordt en commercie steeds verder oprukt, is een sterke publieke omroep die staat voor kwaliteitsprogramma's en onafhankelijke nieuwsgaring van eminent belang".

Wat is uw opvatting over het wetsvoorstel van Medy van der Laan?

"Het goede nieuws is dat het wetsvoorstel het niet gaat halen, daar ben ik zo goed als zeker van. Het slechte nieuws is dat de plannen al een desastreuze uitwerking hebben gehad op met name de samenwerking tussen omroepen. Zo is Netwerk uit elkaar gevallen, wil de VPRO niet meer meewerken in NOVA en zie je dat de verschillende omroepen allerlei nevenactiviteiten ontplooiën op het gebied van ledenbinding en het werven van nieuwe leden. Dit allemaal met het doel de eigen vereniging te versterken".

Wat baart u in het wetsvoorstel de meeste zorg?

"In de eerste plaats het feit dat met het voorstel de Raad van Bestuur méér programmatische macht krijgt. Wij zijn daar tegen: de programmatische macht moet daar liggen

waar die thuishoort, namelijk bij de programmamakers. Verder zijn wij er niet gelukkig mee dat de NPS verdwijnt, want juist voor een kwalitatief goede, onafhankelijke publieke omroep heb je een NPS nodig. Met het verdwijnen van de NPS is de toekomst van bijvoorbeeld NOVA en kinder- en cultuurprogramma's ongewis".

Hoe ziet het ideale omroepbestel er volgens u uit?

"In grote lijnen staan de voorstellen zoals in 2000 door GroenLinks gelanceerd en neergelegd in het plan 'Geen Concessies', nog volledig overeind. Wij vinden onder meer dat er twee of drie reclamevrije netten moeten komen die door netredacties worden geleid, onafhankelijk van de Raad van Bestuur, met afzonderlijke statuten. Tegelijkertijd moet de positie en de zeggenschap van de netredacties worden versterkt. Vergelijk het maar met de positie van uitgevers van dagbladen en tijdschriften en de redacties daarvan. Wij opteren dus voor een omroepbestel naar analogie van 'het dagbladmodel'. En net zoals er speciale kranten zijn, zou er per net een specialisatie moeten zijn naar doelgroepen; de netprofilering moet van onderaf door programmamakers en journalisten worden gedragen".

Blijven omroepverenigingen in die optiek bestaan?

Niet als kern van het publieke bestel. De concurrentie tussen de verenigingen om zo veel mogelijk leden binnen te halen is slecht voor de herkenbaarheid van de netten. Omroepverenigingen moeten zichzelf omvormen tot productiehuizen, die leveren aan de netten".

Hoe kijkt u aan tegen de financiële problemen bij de publieke omroep?

"Ik denk dat die financiële problemen deels door henzelf zijn veroorzaakt. Zo is er veel overhead als een gevolg van concurrentie tussen de omroepverenigingen en slecht financieel beheer. Het is ook een kwestie van mentaliteit, zo zijn er bestuurders die zich per dienstauto laten vervoeren. Verder erger ik mij al jaren wild aan het bedrag dat door de publieke omroep aan sportrechten is betaald, ik



Fotografie: Gerrit de Heus

vind dat echt buitenproportioneel. Tegelijkertijd is er al jaren sprake van onderfinanciering van het publieke bestel door de Rijksoverheid".

U wilt reclamevrije netten. Is dat financieel haalbaar?

"Het is hoog tijd voor reclamevrije netten, omdat je merkt dat de commercie invloed heeft op de programmering. Men zal niet zo snel een kunstprogramma prime time uitzenden, omdat een fabrikant er geen reclame voor maandverband of iets dergelijks omheen kan programmeren. En als er reclamevrije netten komen, moet de overheid ruimhartig compenseren, maar het kan ook zijn dat we teruggaan van drie naar twee netten. Vergeet niet: we hebben nu al een van de goedkoopste publieke omroepen van Europa. Er mag wat mij betreft gerust gedacht worden aan extra investeringen voor de publieke omroep, met de garantie dat het geld ten goede komt aan de programma's. Daarbij ook graag duidelijke kwaliteitseisen stellen aan het soort televisie. Op die manier zal door programmamakers minder druk worden ervaren van de concurrentie door commerciële media, kijkcijferterreur en dergelijke. Zo kunnen zij zich richten op het maken van mooie, kwalitatief hoogstaande, met liefde en toewijding vervaardigde

programma's, denk aan kunstprogramma's, documentaires, enzovoorts".

Hoe ziet u in dat verband de rol van commerciële omroep?

"De politiek heeft van meet af aan verzuimd duidelijke kwaliteitseisen te stellen aan commerciële televisie. Daarom ben ik heel benieuwd naar het initiatief van Harry de Winter om een commercieel kwaliteitsnet op te richten. Commercieel is in mijn optiek niet per definitie een vies woord, waar het om gaat is kwaliteit, of producties met liefde voor het televisiemaken zijn vervaardigd. En het kàn! Zo is er in het Verenigd Koninkrijk een commercieel kwaliteitsstation als Channel 4. Commerciële televisie in Nederland is echter sterk geneigd tot een 'Race to the Bottom', platvoers te zijn en dat wordt steeds sterker. Een kwaliteitsinjectie kan dus geen kwaad. Wat dat betreft vind ik de politiek wat afhoudend: het Stimuleringsfonds bijvoorbeeld is er alleen voor de publieke televisie, maar zou ook moeten openstaan voor commerciële omroepen. Wel zou je de garantie moeten hebben dat bij het uitzenden rekening wordt gehouden met uitzendtijdstippen, zodat er niet midden in de nacht een prachtdocumentaire wordt uitgezonden." ■

Europa op zoek naar balans in political advertising

Nederland kent op het gebied van reclame voor politieke partijen een bijzonder soepel regime. Dit blijkt als de Nederlandse regels worden vergeleken met die in andere Europese lidstaten.

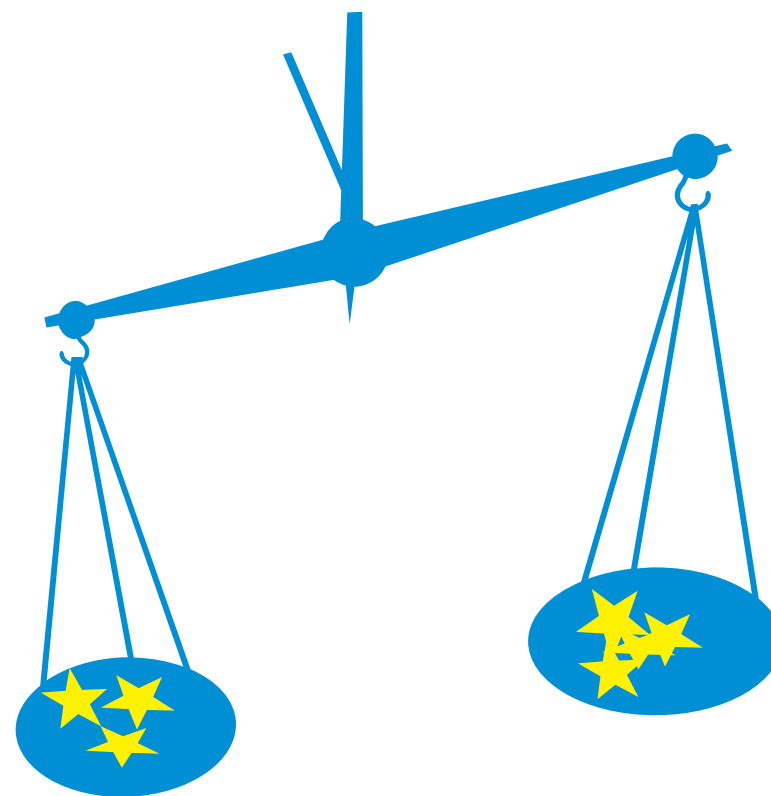
Tijdens een bijeenkomst van de EPRA (European Platform for Regulatory Authorities) in mei presenteerden verschillende landen hun beleid ten aanzien van 'political advertising'. In de meeste West-Europese landen is betaalde reclame voor politieke partijen verboden, onder meer om te voorkomen dat rijke partijen meer zendtijd verwerven dan minder rijke partijen. Ook het optreden van politici in televisieprogramma's is in een aantal landen verboden of alleen toegestaan als politici van andere partijen evenveel zendtijd krijgen. In de meeste landen is het niet toegestaan dat politici optreden in amusementsprogramma's.

Nederland neemt een bijzondere positie in omdat het een zeer soepel regime kent: politieke partijen mogen reclamezendtijd kopen, ze krijgen zendtijd in het kader van de zendtijd voor politieke partijen, in televisieprogramma's wordt zonder nadere voorwaarden aandacht besteed aan partijen en hun standpunten en politici mogen deelnemen aan amusementsprogramma's. Een van de weinige andere landen waar betaalde politieke reclame is

toegestaan is Letland, daar is deze reclame een belangrijke bron van inkomsten voor de omroepen. Er is een vastgesteld budget dat partijen voor reclame mogen gebruiken. Politici mogen niet optreden in amusementsprogramma's en na de verkiezingen wordt onderzoek gedaan naar eventuele overtredingen. In 2002 waren dat er vele, waarbij dus pas achteraf kon worden gereageerd en bovendien tegen alle beslissingen van de toezichthouder beroep werd ingesteld.

In landen als het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Frankrijk is elke vorm van reclame voor politieke partijen of voor onderwerpen die een relatie hebben met politiek, verboden. Zo verbood de Britse toezichthouder OFCOM de reclamespot voor 'Make Poverty History'. Omdat die campagne politieke partijen (indirect) oproept het armoedebeleid te veranderen, werd geoordeeld dat er sprake was van een politieke boodschap. Ook in Zwitserland en de Scandinavische landen geldt een verbod op reclame voor politieke partijen, maar het verbod strekt zich niet uit tot andere organisaties. In Noorwegen was dit in eerste instantie wel het geval maar met een beroep op artikel 10 van het Europees Verdrag tot bescherming van de Rechten van de Mens (vrijheid van meningsuiting), heeft de toezichthouder besloten een onderscheid te maken tussen reclame voor politieke

partijen en reclame voor belangengroepen zoals goede doelen, vakbonden en dergelijke. In Italië gelden met name specifieke regels voor verkiezingscampagnes. Zo moeten alle partijen dezelfde zendtijd krijgen en dient er sprake te zijn van een evenwichtige toegang tot informatieve programma's. Tijdens de laatste verkiezingen werden de meeste regels met voeten getreden: partijen beschikten niet



over dezelfde zendtijd, in programma's werd de aandacht niet gelijk verdeeld over de regeringspartij en de oppositiepartij en politici traden op in amusementsprogramma's.

Programmavoorschriften

Een aparte sessie tijdens de EPRA-vergadering ging over toezicht op de inhoud van het publieke aanbod en vergunningvoorschriften. Naar voren kwam dat weinig toezichthouders

de publieke omroep daadwerkelijk kunnen afrekenen op hun prestaties. Het in Nederland geldende programmavoorschrift waar het Commissariaat op toeziet, lijkt redelijk uniek. In de andere landen is veelal sprake van algemene charters in combinatie met prestatieovereenkomsten, waarbij de toezichthouder geen partij is. Overigens gaat ook Nederland die kant uit: in het voorstel voor een nieuwe Mediawet is sprake van een algemene taakopdracht en prestatiecontracten met de minister. De Belgische CSA gaf aan dat de publieke omroep RTBF al jaren niet doet wat wordt beloofd. De CSA controleert de algemene verplichtingen maar de minister wil een nieuwe toezichthouder die ieder kwartaal verslag uitbrengt. Ook de Franse CSA ziet slechts toe op de algemene taakopdracht van de publieke omroep maar niet op de concrete uitwerking daarvan. In Denemarken worden prestatiecontracten afgesloten met de minister. De toezichthouder heeft niet de mogelijkheid de publieke omroep sancties op te leggen. En ook in Ierland is er slechts een charter waar de minister op toeziet. Een nieuwe wet moet daar de controlerende taak wel bij de toezichthouder gaan neerleggen. ■

Kans op boete Artis-programma

Met het programma 'AVRO Dierenpark Artis', dat in april en mei werd uitgezonden, heeft de AVRO de reclame- en sponsorregels overtreden. De omroep kan hiervoor een boete van € 13.500,- opgelegd krijgen.

AVRO Dierenpark Artis is een informatief programma dat aandacht besteedt aan dieren en hun verzorgers in Artis en waaraan door Artis financieel is bijgedragen. Informatieve programma's mogen niet worden gesponsord. De AVRO stelt zich echter op het standpunt dat Artis een instelling is die geen particuliere onderneming uitoefent. Bijdragen van dergelijke instellingen worden in de Mediawet niet aangemerkt als sponsorbijdragen. Het Commissariaat is van oordeel dat Artis een particuliere organisatie is waarvoor geen uitzondering van het sponsorverbod geldt.

Naast de voorgenomen boete, krijgt de AVRO een waarschuwing voor het opnemen van de naam Artis in de titel van het programma. Dit is in strijd met de reclameregels.

De AVRO kan zich nog in een hoorzitting tegen het voorgenomen besluit verweren. ■

Jaarverslag 2005

Met multimedialiteit zal omroep als duidelijk zichtbaar verschijnsel verdwijnen, zo voorziet het Commissariaat in het voorwoord bij het Jaarverslag 2005: "De omroepmarkt wordt een soort audiovisuele kiosk, waar burger en consument kiezen wat van hun gading is".

Nonlineair mediagebruik, waarbij de consument op afroep programma's bestelt via de distributiekanaalen van zijn voorkeur, ziet het Commissariaat de komende jaren fors toenemen. En dat heeft gevolgen voor de regulering van publieke omroep. Europa verlangt een heldere definiëring van de publieke taak, teneinde oneerlijke concurrentie met private omroepen te voorkomen. Volgens het Protocol van Amsterdam moet de publieke opdracht rechtstreeks verband houden met de democratische, sociale en culturele behoeften van de samenleving en met de noodzaak pluralisme in stand te houden. Zolang er sprake is van een duidelijk vinden en herkenbare publieke omroep, is het niet zo moeilijk om



de publieke missie 'Europa-proof' te omschrijven. Maar als media-aanbod meer en meer nonlineair wordt, wordt het mediawettelijk afgrenzen van wat publiek aanbod is veel lastiger. De grenzen zullen niet meer te trekken zijn langs de lijnen van de distributie, zodat een andere goede afbakening gevonden zal moeten worden. Het digitale tijdperk vraagt om objectieve criteria, waarmee concreter dan nu in het Protocol is verwoord, de grens tussen publiek en privaat getrokken kan worden, aldus het jaarverslag.

Het jaarverslag geeft een overzicht van de activiteiten en besluiten van het Commissariaat met betrekking tot de landelijke, regionale en lokale publieke omroep, de commerciële omroep, het programmapakket op de kabel, de monitor mediaconcentraties en de vaste boekenprijs. Ook bevat het verslag informatie over de eigen missie en organisatie en een financiële verantwoording over de kosten van het apparaat en het beheer. Op de beheerjaarrekening is geen accountantscontrole toegepast. De termijn voor deze controle is in het nieuwe Handboek Financiële Verantwoording bepaald op 1 september 2006 (zie ook artikel op pagina 13).

Het Jaarverslag 2005 is te vinden op www.cvdm.nl onder 'brochures'. ■

EDDS IN EUFERS	
	aantal bedrag
Besluiten Commissariaat voor de Media	409
Hoorzittingen	66
Rapporten en adviezen	7
Klachtenafhandeling	106
Zendingtoezeggingen lokale omroep	64
Lokale omroepen in Nederland	298
Verleende toestemmingen voor commerciële omroep	77
Omroepen met commerciële toestemming	400
Gebruikte commerciële toestemmingen	225
Budget landelijke publieke omroep 2005	€ 675,1 miljoen
Budget Wereldomroep 2005	€ 83,9 miljoen
Gesamenlijke baten regionale omroepen 2004	€ 146,8 miljoen
Gesamenlijke baten lokale publieke omroep 2004	€ 28,0 miljoen
Toelagen revalidatie en revalidatiekosten	86
Ontheffingen verbod reclame-uitingen	28
Ontheffingen Nederlandstalig of Europees product	14
Waarschuwingen	10
Sanciebeschikkingen landelijke publieke omroep	5 € 161.950
Sanciebeschikkingen lokale publieke omroep	23 € 41.935 (waaraan € 1.850 voorwaardelijk)
Sanciebeschikkingen commerciële omroep	5 € 389.450
Beslissingen op bezwaar	42
Rechtelijke uitkomsten	13
Handhavingverzoeken	75
Wib-verzoeken	9
Besluitelijke rechtsoordelen vaste boekenprijs	8
Beslissingen op bezwaar vaste boekenprijs	2
Waarschuwingen vaste boekenprijs	8

Handboek Financiële Verantwoording in gebruik

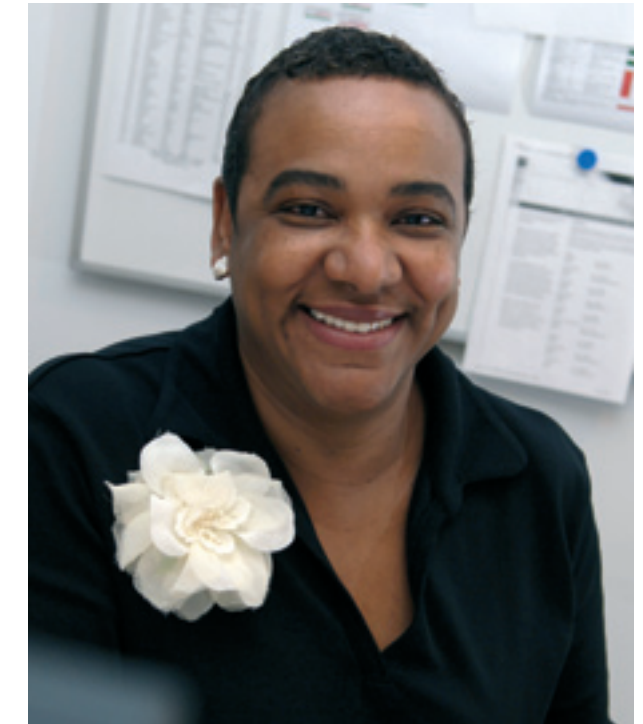
Sinds 1 januari 2005 zijn de handboeken Financiële Verantwoording Media (landelijke publieke omroep) en Financiële Verantwoording Commissariaat voor de Media van kracht. Deze handboeken omschrijven het wettelijke kader voor de verslaggeving van de jaarrekeningen. Bij het Commissariaat gaat het om een beheerjaarrekening en een jaarrekening van de apparaatskosten. De beheerjaarrekening van het Commissariaat en de jaarrekeningen van de omroepen zijn met elkaar verbonden. Voor het Commissariaat is dit het eerste handboek, voor de landelijke publieke omroep het tweede.

De in het handboek Financiële Verantwoording Media vastgelegde verslaggevingregels dragen bij aan de uniformiteit en eenvoudige vergelijkbaarheid van de jaarrekeningen van de landelijke publieke omroepen. Daarnaast is het handboek het instrument, het toetsingskader, van de accountant waarmee hij de jaarrekening van de omroep controleert. Deze controle sluit hij af met accountantsverklaringen, waarvoor modellen zijn voorgeschreven in het handboek. Nieuw is dat de accountantsverklaring bij de jaarrekening betrekking heeft op zowel de getrouwheid van de jaarrekening als de naleving van relevante wet- en regelgeving, de rechtmatigheid. Omdat de omroepen gefinancierd worden met publieke middelen dienen zij verantwoording af te leggen over de rechtmatige besteding daarvan. De Mediawet stelt dat publieke middelen rechtmatig zijn besteed als ze zijn gebruikt voor het maken van programma's.

Beheer

Het Commissariaat beheert de Algemene Omroepreserve en verzorgt de bevoorschotting van (onder meer) de landelijke publieke omroep. Hierover wordt door het Commissariaat verantwoording afgelegd via de zogenoemde beheerjaarrekening. Ook bij deze jaarrekening is een accountantsverklaring van getrouwheid en rechtmatigheid opgenomen. Laatstgenoemde rechtmatigheidsverklaring steunt op de accountantsverklaringen die verstrekt zijn bij

de jaarrekeningen van landelijke omroepen. De accountant van het Commissariaat stelt daarom steekproefsgewijs vast of inderdaad gesteund kan worden op deze rechtmatigheidsverklaringen: hij stelt door middel van review van dossiers vast of de kwaliteit van de werkzaamheden van de accountant voldoet. De kwaliteit van deze werkzaamheden heeft immers zijn weerslag op de kwaliteit van de jaarrekening. Bij een review worden specifieke aspecten van de accountantscontrole beoordeeld. De accountants van de landelijke publieke omroepen worden in 2006 voor het eerst op deze wijze gereviewd. Deze reviews vinden in principe eenmaal per vier jaar plaats. De dossiers van de Publieke Omroep worden jaar-



Natacha Pietersz, hoofd Financieel Toezicht bij het Commissariaat.

Fotografie: Wim Kluyvers

lijks gereviewd. Naast die van de Publieke Omroep worden dit jaar de accountantsdossiers beoordeeld van TROS, VPRO, NMO en OHM.

De gecontroleerde beheerjaarrekening wordt per 1 september gepubliceerd, terwijl de jaarrekening van de apparaatskosten wordt opgenomen in het jaarverslag van het Commissariaat dat per 1 juni verschijnt. Deze verlate publicatie van de beheerjaarrekening hangt samen met de reviewwerkzaamheden van de accountant van het Commissariaat. De reviews kunnen pas plaatsvinden, nadat per 1 mei de jaarrekeningen van de landelijke publieke omroepen zijn ontvangen. De periode tot 1 juni is vervolgens te kort om alle controles met betrekking tot de beheerjaarrekening af te ronden. In het jaarverslag over 2005 is naast een verantwoording van de apparaatskosten een niet door de accountant gecontroleerde beheerjaarrekening opgenomen.

Regionaal

Ook voor de publieke regionale omroepen is een handboek Financiële Verantwoording tot stand gebracht. Dit handboek is door het IPO, ROOS en het Commissariaat gezamenlijk ontwikkeld. Het handboek van de landelijke publieke omroepen heeft als voorbeeld gediend, met dien verstande dat het regionale handboek is toegespitst op de kenmerken van de regionale publieke omroepen en op de bijzondere toezichtsstructuur, waarbij het Commissariaat verantwoordelijk is voor het mediawettelijke toezicht en het overige toezicht bij de Provincies ligt.

Het is de bedoeling dat ook voor de lokale omroepen, in overleg met de brancheorganisatie OLON, een handboek Financiële Verantwoording wordt ontwikkeld. ■

Elektronisch integraal toezicht

Lokale omroepen konden dit jaar de gegevens die het Commissariaat voor het toezicht nodig heeft, aanleveren via een verbeterd formulier op de website. Omdat dit formulier vanaf half mei beschikbaar was, werd de uiterste inlevertermijn eenmalig verschoven van 1 juni naar 1 juli. Een belangrijke verbetering is dat het formulier elektronisch kan worden opgeslagen bij de lokale omroep en in de database van het Commissariaat. Om het invullen te vergemakkelijken kan bij elke vraag een invulinstructie worden geraadpleegd. Verder is de hoeveelheid aan te leveren gegevens verminderd en worden, met uitzondering van de jaarrekening, gegevens opgevraagd die betrekking hebben op de actuele situatie bij de omroep. Nieuw is ook dat programmaschemaformulieren alleen ingezonden hoeven te worden als de omroepinstelling onderwerp is van nader onderzoek. In dat geval vraagt het Commissariaat ook de integrale opnamen van de uitzendingen op.

Aan de hand van de toegezonden gegevens wordt beoordeeld of de omroepinstellingen voldoen aan de mediawettelijke voorschriften. Een aantal omroepen wordt nader onderzocht en tegen hen wordt zondig is handhavend opgetreden.

Het toezichtformulier is te bereiken via www.cvdm.nl (onder het kopje Integraal toezicht lokale omroep). ■

Samenwerking NMa en Commissariaat

In zijn reactie op het WRR-rapport doet het kabinet een voorstel voor een nieuwe regeling voor mediaconcentratie. Het gaat hierbij om een samenghangende visie ten aanzien van de drie belangrijkste markten voor nieuws en informatie: dagbladen, radio en televisie. De nieuwe regeling sluit nauw aan bij eerdere adviezen van het Commissariaat aangaande cross-ownership.

In plaats van voor een versoepeling van de huidige crossownership-regeling, kiest het kabinet voor een nieuwe regeling, die wordt ondergebracht in de Mediawet en waarop de NMa toezicht houdt. De regeling moet bedrijven de ruimte bieden om zich multimediaal te ontwikkelen en een behoorlijke omvang te realiseren, en tegelijk een ongewenste concentratie van opiniemacht voorkomen. Uitgangspunt is daarbij dat op elk van de drie markten (dagbladen, radio en televisie) ten minste drie afzonderlijke spelers blijven bestaan en dat er geen overheersende gecombineerde opiniemacht kan ontstaan. Concreet kan dit worden bereikt door de groei door fusie (niet autonoom) van het marktaandeel op de dagbladenmarkt te beperken tot 35% en voor het opgetelde marktaandeel op de drie markten een maximum te stellen van 90%. De nieuwe wetgeving maakt het bijvoorbeeld mogelijk voor De

Telegraaf om Sky Radio te bezitten en ook te fuseren met SBS (op basis van cijfers uit 2004, zie tabel). Om te bepalen of de 90% marktaandeel op de gecombineerde markten niet wordt overschreden, zal zo veel mogelijk worden aangesloten bij de definities voor marktaandeel die het Commissariaat hanteert ten behoeve van het jaarlijkse rapport 'Mediaconcentratie in Beeld'. Een apart maximum marktaandeel op de markt voor radio en voor televisie wordt niet nodig geacht, omdat op die markten de publieke omroep actief is.

Volgens het voorstel toetst de NMa voorgenomen concentraties op de dagbladmarkt en concentraties tussen de mediatypen dagblad, radio en televisie aan de hand van de Mediawet en de Mededingingswet. Bij de behandeling van een aangeelde mediaconcentratie zal de NMa advies vragen aan het Commissariaat over de gevolgen van de betreffende concentratie voor de pluriformiteit

Dagbladen (volgens Mw.)	Markt-aandeel 2004	Televisie (24u)	Markt-aandeel 2004	Radio (24u)	Markt-aandeel 2004
Telegraaf Media Groep	30,4	Publieke Omroep	36,1	Publieke Omroep	29,4
Koninklijke Wegener	28,6	RTL Nederland	24,1	Sky Radio (groep)	17,4
PCM Uitgevers	27,4	SBS Broadcasting	16,8	Radio 538	11,6

van de informatievoorziening. De bestaande monitoring van mediaconcentraties door het Commissariaat wordt mede in verband hiermee wettelijk verankerd. De NMa en het Commissariaat zullen een samenwerkingsprotocol opstellen.

Met het oog op de snelle ontwikkelingen in het gebruik van media, wil het kabinet de concentratieregeling een tijdelijk karakter geven en een evaluatiemoment inbouwen. Het voorstel is de regeling te laten gelden tot 1 januari 2010 en in 2009 een evaluatie te laten plaatsvinden, zodat direct aanpassingen kunnen worden aangebracht. Het kabinet komt zo spoedig mogelijk met een wetsvoorstel. ■

Instituut pleit voor toestaan titelsponsoring

Het Molengraaff Instituut voor Privaatrecht van de Universiteit van Utrecht heeft op verzoek van de Publieke Omroep, het Nederlands Uitgeversverbond en het ministerie van OCW in mei 2006 een rapport uitgebracht over de juridische belemmeringen voor publiek-private samenwerking. In het rapport worden een aantal (gewenste) initiatieven tot publiek-private samenwerking beschreven, alsmede de juridische beperkingen bij publiek-private samenwerking.

De wensen tot samenwerking gaan van multimediale samenwerking in de sfeer van educatie, wetenschap en technologie, programmabegeleidend materiaal, programma's maken bij bestaande formats en gezamenlijk digitale kanalen ontwikkelen tot het gezamenlijk ontwikkelen van content. De initiatieven zijn dan ook onder te verdelen in inbreng van een derde waarbij de omroep overwegende invloed houdt op het eindresultaat, gelijkwaardige inbreng van een derde en de omroep en het gezamenlijk oprichten van een rechtspersoon.

Publiek-private samenwerking stuit nogal eens op juridische bezwaren in de Mediawet of in de beleidsregels van het Commissariaat. Soms wordt afgezien van samenwerking omdat het voor een omroep onvoldoende duidelijk is of de gewenste samenwerking al dan niet is toegestaan. Het Molengraaff Instituut doet daarom een aantal aanbevelingen.

Om publiek-private-samenwerking meer mogelijk te maken zouden de beslissingen van het Commissariaat transparanter moeten zijn. Voorgesteld wordt om gelijktijdig de zogenaamde eerste en tweede fase toetsing te doorlopen, voorafgaand aan de start van de samenwerking, zodat voordat daadwerkelijk investeringen worden gedaan duidelijk is of de samenwerking is toegestaan. Tijdens de eerste fase wordt getoetst of er een relatie is met de hoofdtaak van de omroep en geen nadelig effect

op de hoofdtaak, tijdens de tweede fase wordt getoetst op concurrentievervalsing en dienstbaarheid aan het maken van winst door derden. Ten slotte wordt gepleit voor een richtlijn publiek-private samenwerking, waarin onder meer een checklist wordt opgenomen waaraan het Commissariaat mogelijke concurrentievervalsing toetst.

Ook pleit het Molengraaff Instituut voor de mogelijkheid van gelijkkluidendheid van de titel van een programma aan een nevenactiviteit, het toestaan van titelsponsoring, dit wil zeggen het opnemen van de naam van de sponsor in de titel van een programma en het in programma-aankondigingen vermelden van de naam van de samenwerkende partner. Deze mogelijkheden vereisen een aanpassing van de Mediawet, dan wel een aanpassing van de beleidsregels van het Commissariaat. Volgens de Europese Richtlijn mogen nieuwsprogramma's, zowel bij de publieke als bij de commerciële omroep, niet worden gesponsord. Een 'Volkskrantjournaal' zal dus niet zijn toegestaan, maar een cultureel programma als 'NRC-boeken' in de toekomst mogelijk wel.

Het Commissariaat heeft in maart 2006 met zijn brief over publiek-private samenwerking al een eerste stap gezet in het geven van duidelijkheid over de mogelijkheden van samenwerking. In deze brief is aangekondigd dat het Commissariaat beleidsregels zal opstellen die meer duidelijkheid moeten bieden. In deze beleidsregels zal, voor zover mogelijk, rekening worden gehouden met de uitkomsten van het rapport. ■

Collegebesluiten die in de periode van 11 april tot en met 6 juni 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 Radio West Goeree-Overflakke
- Diemer Omroep Stichting
- Stichting Omroep Veendam
- Stichting Meeromroep voor Haarlemmermeer
- Stichting Algemene Vughtse Lokale Omroep Avulo
- Stichting Omroep Voorne voor de gemeenten Bernisse, Hellevoetsluis, Rozenburg en Westvoorne
- Stichting Omroep Brielle
- Stichting Lokale Omroep Texel
- Stichting Omroep Aalten.

Afgewezen is de zendtijdaanvraag van

- Stichting Televisie Radio Haarlemmermeer Altijd Anders Lokaal (STRHAAL)
- Stichting Omroep Brielle voor zover het de gemeente Rozenburg betreft
- Stichting Omroep Metropool (Smart FM) voor de gemeenten Bernisse en Rozenburg.

Ingetrokken is de eerder toegewezen zendtijd aan

- Stichting RTV Renkum
- Stichting Alkmaarse Radio en Televisie
- Stichting Lokale Omroep Tilburg Totaal
- Omroepvereniging voor Gorinchem en Giessenlanden.

Landelijke omroep

■ Aan de Boeddhistische Omroep Stichting wordt 101 minuten extra televisiezendtijd toegewezen ten behoeve van het programma 'Sporen uit het Oosten'.

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 om een commercieel omroepprogramma te verzorgen verleend aan:

- Radiocorp Oy voor het radioprogramma 100 % NL
- TV4U B.V. voor het televisieprogramma Action Now
- STV International B.V. voor het programma Private Spice
- De heer C.B. Willems voor het radioprogramma Aghneta
- Lamara voor het programma Radio Cabaret
- De heer W. Stuit voor het programma Radio Mallorca
- Vereniging Senioren Omroep Nederland voor het programma Senioren Omroep Nederland

COLLEGE BESLUITEN

- Hervormde-gereformeerde kerken-gemeenschap Son en Breugel voor het radioprogramma de Eenheid
- Essent Kabelcom B.V. voor het televisieprogramma Troost TV
- De heer M.J.M. Mertens voor het radioprogramma Pulse FM
- Sapphire Media International B.V. voor Hustler TV, Blue Hustler en XXX Xtreme.

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 tijdelijke gebruik van een zender met beperkt bereik aan

- Mvr Radioproducties en Faciliteiten voor de Beachdagen 2006 van Mosaqua te Gulpen
- Q Outdoor Events B.V. voor het dance-evenement Defcon.
- Stichting Cyber Media World voor het computer/kampeer evenement Codemasters Campzone 2006
- Stichting Gigant FM voor het feestweekend Erica inclusief Kommerpop
- Backx Geluid Oosterhout voor een radioprogramma in het kader van het Nederlands Kampioenschap wielrennen
- Ordina B.V. voor het Ordina Open Tennistournooi
- Stichting Zandvoortse Omroep Organisatie voor diverse evenementen in Zandvoort
- Radio Limburg 97 FM B.V. voor Radio Limburg (editie Midden en Zuid, 'Slam FM').

Overig

30 mei

- Het verzoek van de lokale omroep Deventer om toestemming voor een extra radioprogramma als themakanaal is niet toegestaan omdat dit niet verband houdt met of ten dienste staat van de hoofdtaak van de omroep.

Juridische zaken – Programmatoezicht

11 april

- Aan Stichting Lokale Omroep Rotterdam wordt een bestuurlijke boete van € 1.050,- opgelegd omdat niet voldaan is aan het programmavoorschrift.

- Aan Stichting Stadsomroep Den Haag wordt een bestuurlijke boete van € 1.050,- opgelegd omdat niet voldaan is aan het programmavoorschrift.

25 april

- De TROS krijgt een waarschuwing wegens het dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden inzake het televisieprogramma Radar (samenwerking Independer). Het sanctievoornemen van 2 februari 2006 wordt ingetrokken.

- De VARA krijgt een waarschuwing wegens het dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden inzake het televisieprogramma Kassa (samenwerking Verzekeringssite). Het sanctievoornemen van 2 maart 2006 wordt ingetrokken.

2 mei

- Het bezwaar van de heer Matthijsse betreffende belanghebbendheid bij besluitvorming jegens RTV West, wordt ongegrond verklaard.

9 mei

- Aan SBS Broadcasting B.V. wordt een bestuurlijke boete van € 33.750,- opgelegd wegens sluikreclame voor verschillende producten (prijzen) in het programma 'Domino Day 2005.'

Overig

11 april

- Het handhavingsverzoek van Audiovisuele Media Exploitatie BV (Hofstad Radio) wordt toegewezen, aangezien verzoeker belanghebbende is in de zin van de Algemene wet bestuursrecht.

30 mei

- De bezwaren van SLON (Nuenen), Slow X-tra (Waalre) en SLOT (Helmond) tegen de besluiten van 20 december 2005 (reclamezendtijdoverschrijding en overtreding dienstbaarheidsverbod) worden ongegrond verklaard. De besluiten blijven gehandhaafd.

- Het bezwaar van Beheer- en Beleggingsmaatschappij Betaco B.V. (Radio 8FM) tegen het besluit van 20 december 2005, waarbij aan de SLON bestuurlijke boetes zijn opgelegd wegens overtreding het dienstbaarheidsverbod en/of de bewaarplicht en de reclame-maxima, wordt niet-ontvankelijk verklaard.

6 juni

- Essent Kabelcom B.V. krijgt ontheffing van het minimumpercentage Europese en Nederlands- en Friestalige producties voor het programma Proost TV. Dit percentage wordt vastgesteld op 0% voor 2006, 10% voor 2007, 15% voor 2008 en 25% voor 2009. Als voorwaarde geldt dat het programmaformat niet wordt gewijzigd.

Financieel toezicht

Landelijk

11 april

- De brief inzake de beoordeling van de jaarrekening 2004 van de VPRO wordt vastgesteld.

25 april

- De brief inzake de beoordeling van de jaarrekening 2004 van de AVRO wordt vastgesteld

16 mei

- De aanvraag van de Publieke Omroep (bijdrage reorganisatiekosten IKON/ZVK, HUMAN en NMO in verband met de vermindering van de zendtijd in 2005) wordt gehonoreerd.

- De brief aan de Publieke Omroep met verduidelijking wetsartikel inzake gebruik verenigingsvermogen wordt vastgesteld.

6 juni

- De brief inzake de beoordeling van de jaarrekening 2004 van BNN wordt vastgesteld.

Regionaal

11 april

- De brief waarin de vergoedingen 2004 aan de Provincie Overijssel voor radio en televisie van Stichting RTV Oost zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

18 april

- De brief waarin de vergoedingen 2004 aan de Provincie Zuid-Holland voor radio en televisie van Stichting RTV West zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

23 mei

- De brief waarin de vergoedingen 2004 aan de Provincie Noord-Holland voor radio en televisie van Stichting RTV Noord-Holland zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

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

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

6 juni

- De brief waarin de jaarrekening 2004 van Stichting Omroep Zeeland is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2004 van de Stichting Omroep Gelderland is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de vergoedingen 2004 aan Provincie Gelderland voor radio en televisie van Stichting Omroep Gelderland zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de vergoedingen 2004 aan Provincie Zeeland voor radio en televisie van Stichting Omroep Zeeland zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

Neventaken en nevenactiviteiten

11 april

- Het verhuren van faciliteiten als nevenactiviteit van de Stichting RTV Oost wordt niet in strijd geacht met de wettelijke bepalingen ter zake.

Internetsites

De volgende internetsites zijn toegestaan, aangezien zij als neventaak van de omroep geacht worden voldoende relatie te hebben met de hoofdtaak.

- www.optimaalfm.nl van Stichting Optimaal FM (Lokale Omroep Montferland)
- www.plusfm.nl van Stichting Lokale Omroep Geldrop-Mierlo
- www.rtvitel.nl van Stichting Stadsomroep Tiel
- www.rtv6.nl van Stichting Radio en Televisie Maas en Waal (Lokale omroep Druten)
- www.rtvhalderberge.nl van Halderbergse Omroep Stichting
- www.radioexcellent.nl van Stichting Omroep Pijnacker-Nootdorp
- www.lokaleomroepkrimpen.nl van Stichting Lokale Omroep Krimpen
- www.radio-aalsmeer.nl van Stichting Lokale Omroep Aalsmeer
- www.lokaleomroepgoirle.nl van Lokale Omroep Goirle

COLLEGE BESLUITEN

- www.omroepbest.nl van Stichting Lokale Omroep Best
- www.vechtdalfm.nl van Stichting Lokale Omroep Dalfsen, Ommen, Nieuwleusen
- www.rtvlove.nl van Stichting Lokale Omroep Volendam-Edam
- www.studio15.nl van Stichting Lokale Omroep Bodegraven
- www.radiobarneveld.nl van Barneveldse Omroep Stichting Aktief
- www.omroeptholen.nl van Stichting Lokale Omroep Tholen
- www.brandingrtv.nl van Lokale- en Huisomroep 'De Branding' (Lokale Omroep Heemstede)
- www.omroepaalten.nl van Stichting Omroep Aalten Lokaal
- www.lovoorst.nl van Stichting Lokale Omroep Voorst
- www.radiophohi.nl van Stichting Lokale Omroep Huizen PHOHI

16 mei

- Het organiseren van een detective-marathon door de KRO in het film-theater Tuschinski te Amsterdam wordt aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit

Correctie

In Co.Media 114 staat bij de collegebesluiten vermeld dat aan Sienna B.V. toestemming is verleend voor de programma's Arrow Classic, Arrow Jazz en Sky Radio. Dit moet zijn: Radio Veronica 103FM, Classic FM en Sky Radio.



www.cvdn.nl

