

# CO.MEDIA

Nummer 118 ||||| Maart 2007 |||||



Arjo Kramer van SBS:

## De strijd voor een gelijk speelveld

---

Consumentenautoriteit ||||| Aanpassing Europese televisierichtlijn  
||| Kosten externe adviseurs publieke omroepen

## Colofon

Nummer 118  
Maart 2007

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

Redactie:  
Wanda Bade  
Vincent Weggemans

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

Fotografie:  
Wim Kluyvers

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

Mediabedrijven maken steeds meer gebruik van *user generated content*. Kunnen we deze nieuwsvoorziening reguleren, vraagt Inge Brakman zich af.

## 4. Publieke omroepen geven meer uit aan adviseurs

De uitgaven van de publieke omroepen aan externe adviseurs zijn in 2005 met bijna dertig procent gestegen.

## 6. Commissariaat pleit voor governance bij omroepen

In een brief aan de minister doet het Commissariaat enkele aanbevelingen.

## 7. Internet Protocol TV en webcasting: wel of geen tv?

De regulering van nieuwe televisieplatforms heeft in Europa alle aandacht, maar de onderlinge verschillen zijn groot.

## 8. Europese televisierichtlijn wordt vernieuwd

Op weg naar een 'Richtlijn voor Audiovisuele mediadiensten'

## 10. De afwijkende uitleg van SBS

Arjo Kramer van SBS: "In sommige dossiers interpreteert het Commissariaat wel erg streng."

## 14. Consumentenautoriteit van start

Het Commissariaat krijgt een rol bij de bescherming van collectieve en grensoverschrijdende consumentenbelangen.

## 16. Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten die zijn genomen in de periode van 21 november 2006 tot en met 23 januari 2007.

## De digitale dorpspomp

Inge Brakman

Een van de zegeningen van deze tijd is dat je via Google Earth als het ware je eigen dak kunt controleren op stormschade. De combinatie Google Earth en plaatselijke informatie is dan ook snel gemaakt: stormervaringen kun je toevoegen aan je eigen adres, waardoor het lokale nieuws fijnmaziger dan ooit bij elkaar kan worden gebracht. Een soort ontmoetingsplaats bij de dorpspomp, maar dan digitaal. Het laatste nieuws van om de hoek, nog dezelfde dag beschikbaar, liefst met bewegend beeld. Het is vanzelfsprekend dat gevestigde media aan de slag gaan met deze burgerjournalistiek: de journalist als moderator van het nieuws krijgt er met deze *user generated content* een schat aan mondige bronnen bij.

Tot op heden gelden voor de inhoud van informatie op internet slechts de regels van het strafrecht. Er is veel te zeggen voor grote terughoudendheid van de overheid, zeker op het vlak van burgerjournalistiek. Tegelijkertijd zijn er zorgen over de oncontroleerbaarheid ervan, over de verloederende die door de laagdrempeligheid kan optreden. Dat verklaart waarschijnlijk de 1500 amendementen die in Brussel zijn ingediend voor de nieuwe Richtlijn televisie zonder grenzen. De Europese Commissie maakt in de voorgestelde nieuwe richtlijn om redenen van impact van het medium een onderscheid tussen televisieomroep en on demand diensten. Voor de televisieomroepdiensten geldt straks een zwaar regime van regulering, vergelijkbaar met het huidige regime, en de on demand diensten krijgen een 'light' versie. Dat is een discutabel uitgangspunt. Voor de leerzame bom-instructievideo's op extremistische websites, vrijelijk te zien op internet, geldt dus om redenen van impact een lichter regime dan voor de nieuwe aflevering van *Dancing on ice*. Het is bovendien de vraag of mediavormen in de toekomst kunnen worden onderscheiden in omroep enerzijds en on demand diensten anderzijds. Tegen de tijd dat de inkt van de richtlijn droog is, zal het on demand volgen van informatie een grote vlucht hebben genomen: de mediavormen zullen steeds meer door elkaar lopen. Het ligt dan meer voor de hand om voor de professionele informatieaanbieders met vormen van (co)regulering te werken.

Want wat vinden we ook alweer belangrijk? Dat de informatie die onze opinie vormt betrouwbaar en onafhankelijk is. Dat er een herkenbaar onderscheid bestaat tussen redactie en commercie. Dat minderjarigen en met name kinderen worden beschermd tegen geweld, seks en commercie. Dat we gevrijwaard blijven van een samenleving waarin oproepen tot haat normaal worden gevonden. Mediabedrijven die werken met *user generated content* krijgen daarmee een extra verantwoordelijkheid om deze uitgangspunten overeind te houden. Zelfregulering, waarvan de Raad voor de Journalistiek en de Reclame Code Commissie voorbeelden zijn, zal vanwege het diverse gezelschap op internet te vrijblijvend zijn. Er valt meer te verwachten van co-regulering, een combinatie van zelfregulering en overheidsregulering. Naast regulering dus meer ruimte voor zelfregulering, maar daarbij gelden wel verplichtingen omtrent aansluiting en naleving, waarbij een onafhankelijke toezichthouder als het Commissariaat moet kunnen ingrijpen als het misgaat. Het wordt tijd dat Nederland het initiatief van regulering naar zich toetrekt. De discussie in Brussel biedt nu nog te weinig zicht op praktijkgerichte regels. ■



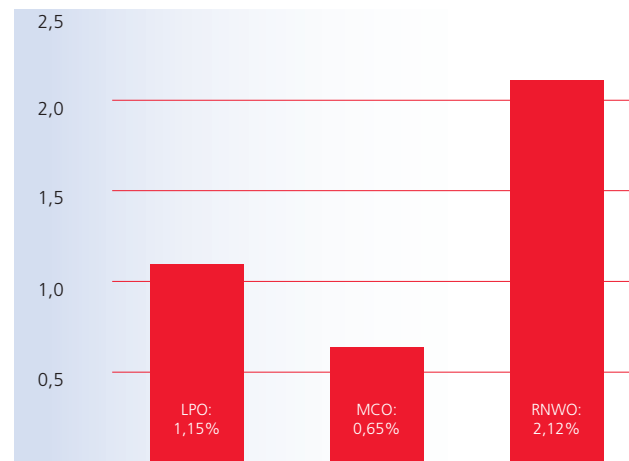
# Kosten externe adviseurs bij publieke omroepen sterk toegenomen

Het Commissariaat voor de Media deed in 2004 voor het eerst onderzoek naar de kosten van externe adviseurs voor de landelijke publieke omroepen (LPO). Eenzelfde rapport over 2005 is nu verschenen, waarin ook Radio Nederland Wereldomroep (RNWO) en de Stichting Muziekcentrum van de Omroep (MCO) zijn betrokken.

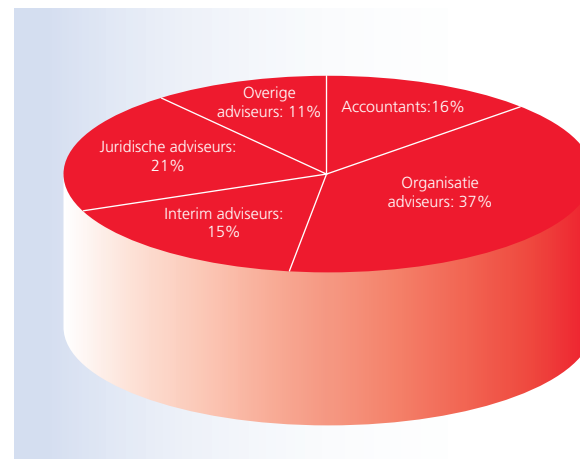
Het doel van dit onderzoek is simpelweg: te weten komen wat de absolute en relatieve kosten zijn van de inhuur van externe adviseurs. Het rapport is inmiddels aangeboden aan de minister en vervolgens op verzoek ook aan de vaste Kamercommissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

In deze rapportage levert het Commissariaat geen aanbevelingen of conclusies, al is het maar omdat de uitkomsten niet eenduidig te interpreteren zijn. Zo kan de ene omroep ervoor kiezen juridische expertise in eigen huis te halen, terwijl een andere omroep er de voorkeur aan geeft gebruik te maken van externe juristen. Een heldere vergelijking tussen de juridische kosten van beide omroepen valt dan niet te trekken. Een deel van de kosten voor externe adviseurs kunnen de omroepen overigens niet vermijden. Een voorbeeld daarvan zijn de externe accountants die noodzakelijkerwijs moeten worden ingehuurd voor de controle van de jaarrekening en het afgeven van een rechtmatigheidsverklaring.

Het budget van de landelijke publieke omroepen (LPO) is in 2005 als gevolg van bezuinigingsmaatregelen ten opzichte van 2004 afgenomen van € 718 naar € 677 miljoen; een afname van 5,8%. De kosten van externe adviseurs zijn daarentegen toegenomen met 29,3% naar € 7.749.374. Deze stijging komt voor rekening van de NOS, de Publieke Omroep en de landelijke A-omroepen. Bij de overige landelijke omroepen zijn de kosten juist gedaald met 6,3% tot € 1.017.364.



Figuur 1: Totale kosten in % van het eigen jaarbudget 2005



Figuur 2: Kostenspreiding naar categorieën adviseurs voor LPO 2005

Bij de grote landelijke publieke omroepen werden in 2005, evenals in 2004, de meeste kosten gemaakt voor organisatieadviezen, op afstand gevolgd door de kosten voor accountants (figuur 2). De kosten voor de reguliere accountantscontrole zijn overigens gemiddeld met 10% gestegen. Om precies te zijn: bij de NOS en de Publieke Omroep met 27,7% en bij de landelijke A-omroepen met 10,2%. Bij de overige landelijke omroepen zijn de accountantskosten met 2,5% gedaald.

Bij enkele A-omroepen hebben zich in de afgelopen jaren interne problemen voorgedaan, waarbij in een enkel geval directieleden moesten worden vervangen. Het is niet verwonderlijk dat bij deze omroepen een stijging te zien is in de kosten van interim adviseurs. Bovendien zijn de omroepen geconfronteerd met forse bezuinigingsopdrachten, die reorganisaties met bijhorende personeelsreducties tot gevolg hadden. Het is dan ook niet verwonderlijk dat omroepen organisatieadviseurs aantrekken om dergelijke gevoelige processen te begeleiden. Bij de AVRO deden deze situaties zich tegelijkertijd voor en daarom kreeg deze omroep op alle posten extra kosten voor de kiezen. ■

KOSTEN EXTERNE ADVISEURS				
Omroep	Aantal fte's	Jaarbudget	Totaal 2005	Totaal 2004
NOS	637	146.568.362	941.117	715.144
PO	294	84.663.000	1.256.076	1.403.534
<b>Totaal Groep I</b>	<b>931</b>	<b>231.231.362</b>	<b>2.197.193</b>	<b>2.118.678</b>
AVRO	227	43.962.300	1.550.572	1.092.924
BNN	76	22.110.600	160.337	155.000
EO	324	46.500.800	322.224	215.140
KRO	387	44.092.900	337.414	155.088
LLINK	35	2.268.700	68.500	-
MAX	14	2.835.682	70.911	-
NCRV	273	43.847.600	159.000	129.000
NPS	264	44.805.100	159.741	314.731
TROS	177	49.413.000	1.184.060	354.501
VARA	245	48.661.200	367.136	207.074
VPRO	321	39.897.200	154.922	167.423
<b>Totaal Groep II</b>	<b>2343</b>	<b>388.395.082</b>	<b>4.534.817</b>	<b>2.790.881</b>
EDUCOM	178	28.528.300	392.159	392.246
BOS	2	1.206.700	71.295	38.639
HUMAN	16	3.354.600	66.887	114.937
JOODSE OMROEP	16	833.300	17.187	10.279
NMO	21	4.002.200	190.661	233.425
OHM	1	1.838.300	59.055	78.363
RKK	41	6.684.800	12.335	9.000
VKZ/IKON	67	9.631.500	198.137	208.688
NIO	16	846.000	9.648	-
<b>Totaal Groep III</b>	<b>180</b>	<b>56.925.700</b>	<b>1.017.364</b>	<b>1.085.577</b>
<b>Eindtotaal I, II en III</b>	<b>3632</b>	<b>676.552.144</b>	<b>7.749.374</b>	<b>5.995.136</b>
MCO, Groep IV	333	29.786.000	193.487	-
RNWO, Groep V	289	43.796.000	928.840	-
<b>Eindtotaal I t/m V</b>	<b>4254</b>	<b>750.134.144</b>	<b>8.871.701</b>	<b>5.995.136</b>

# Aanbevelingen voor goed bestuur

**Voor publieke omroepen is het een zware kluit om alle bezuinigingen en de daarmee samenhangende reorganisaties in goede banen te leiden. Het is dan ook van groot belang dat de organisatiestructuur van de omroep de zorgvuldigheid van de genomen besluiten waarborgt. Helaas is dat nog te vaak niet het geval. In een brief aan de minister van OCW doet het Commissariaat enkele aanbevelingen voor goed bestuur bij publieke omroepverenigingen.**

6 Voor het bedrijfsleven gelden al sinds 1971 voorschriften voor goed bestuur, die in 2004 wettelijk werden aangevuld en verankerd in de 'Code Tabaksblad'. Ook de zorgsector, het hoger beroepsonderwijs en woningcorporaties kennen dergelijke gedragscodes, maar de Publieke Omroep volstaat met een interne richtlijn voor goed bestuur en integriteit. Aangezien deze richtlijn slechts het karakter heeft van een aanbeveling, staat het de omroepverenigingen vrij om hun eigen bestuursstructuur te kiezen. Dat is vragen om problemen, constateerde het Commissariaat al meermaals. Ongewenste functievermenging, ondoorzichtige belangenverstrengeling en ongecontroleerde directeuren; een keur aan misstanden werd geconstateerd bij verschillende publieke omroepen. Hoe ontstaat dat? Publieke omroepinstellingen hebben een mediawettelijk verplichte verenigings- of stichtingsvorm. Ze zijn derhalve gebonden aan het verenigingsrecht, dat weinig dwingende regels kent met betrekking tot de inrichting en werkwijze van het bestuur en toezicht. Omroepen moeten bijvoorbeeld voldoende leden hebben en aantonen dat die voldoende invloed kunnen uitoefenen op het beleid. Maar moet die invloed zich ook uitstrekken tot voorbij de vraag of de identiteit van de vereniging voldoende tot uitdrukking komt in de programma's? Verenigingen zijn immers ook professionele omroepbedrijven waar veel publiek geld in omgaat. Dat vraagt om een professionele, transparante bestuursstructuur met een duidelijke scheiding van functies, zeker omdat in deze hybride organisaties regelmatig afwegingen worden gemaakt tussen publieke en private belangen. Het verenigingsrecht biedt hier onvoldoende soulaas, want vaak ontbreken aparte toezichthoudende instanties.

## Toezichthouder

Het structuurregime, dat de basis vormt voor corporate governance binnen het bedrijfsleven, gaat sinds 1971 op voor vennootschappen met een geplaatst kapitaal plus reserves van ten minste € 16 miljoen, die meer dan 100 werknemers hebben en verplicht zijn een ondernemingsraad in te stellen. Het belangrijkste kenmerk van deze regeling is de verplichting een raad van commissarissen te installeren, die toezicht houdt op het beleid van het bestuur en de algemene gang van zaken binnen de vennootschap. De Code Tabaksblad gaat voorts uit van een verantwoorde verdeling van invloed tussen het bestuur, de raad van commissarissen en de aandeelhouders. De Code Publieke Omroep, die de Publieke Omroep in 2005 zelf introduceerde, kiest op dit terrein bewust voor een vrijblijvender richtlijn, juist omdat die anders zo diep ingrijpt in de verenigingsstructuur. Er zijn weliswaar allerlei doelstellingen geformuleerd, maar de omroepen mogen zelf bepalen hoe ze daaraan willen voldoen. Mede daarom pleit het Commissariaat voor aanvullende regels, die als minimumeisen aan de statuten van omroepen zouden moeten worden gesteld. Het is wenselijk te komen tot een verplichting tot het instellen van een onafhankelijke, professionele toezichthouder bij deze omroepverenigingen, zoals het structuurregime zou verplichten. Pas dan is er daadwerkelijk sprake van toezicht.

## Aanbevelingen

Allereerst moeten de verantwoordelijkheden en bevoegdheden van het dagelijks bestuur met betrekking tot de dagelijkse bedrijfsvoering worden vastgelegd. Daarnaast zou een in te stellen onafhankelijk toezichthoudend orgaan goedkeuring moeten verlenen aan, onder meer, de begroting, publiek-private samenwerkingsverbanden, reorganisaties, jaarverslagen en -rekeningen, benoemingen en beloningen, maar ook schorsing of ontslag van het bestuur. Aangezien de onafhankelijkheid en professionaliteit van de raad van toezicht van eminent belang zijn, kan het Commissariaat zich voorstellen dat bij de omroepen een derde partij erop toeziet dat de samenstelling van de raad met de uiterste zorgvuldigheid geschiedt. ■

# Gezocht: eenheid in regulering nieuwe diensten

**De regulering van televisie via nieuwe platforms als internet staat in het middelpunt van de Europese belangstelling. Op vele internationale conferenties is het een prominent onderwerp en het is zelfs een van de belangrijkste discussiepunten bij de herziening van de Televisierichtlijn. Een recente bijeenkomst in Brussel maakte duidelijk dat Europa nog een zeer grote verscheidenheid kent op het vlak van regulering van nieuwe technieken.**

Een complicatie bij de discussie over regulering van nieuwe diensten is de spraakverwarring over de betekenis van technische termen als IPTV, Internet Protocol TV, en webcasting. Dat maakt internationale vergelijkingen ook erg moeilijk. De meeste deskundigen verstaan onder IPTV het doorgeven van digitale televisiesignalen via een ADSL- of een digitaal kabelnetwerk. De consument moet daarvoor doorgaans beschikken over een set-top box, een modem en een bij een aanbieder afgesloten abonnement. Hoewel gebruik wordt gemaakt van het internetprotocol als transmissietechniek, hoeft de gebruiker niet eerst een site van een aanbieder, bijvoorbeeld een omroep, te bezoeken om toegang te krijgen tot de uitzendingen. Net als bij traditionele televisie kan de kijker bij IPTV kanalen oproepen met behulp van zijn afstandsbediening, zoals het geval is bij een Nederlands voorbeeld hiervan, de dienst KPN Mine. Bij IPTV

kan het gaan om lineaire oftewel rechtstreekse uitzendingen, zoals live-uitzendingen van evenementen, maar ook 'video on demand' is een veel gebruikte toepassing. Webcasting daarentegen wordt als term gebruikt voor uitzendingen op internetsites van, bijvoorbeeld, omroepen of portals. Voor de toegang tot deze uitzendingen volstaat een computer met internet. Met webcasting wordt in de regel bedoeld op lineaire uitzendingen op internet, zoals in Nederland de digitale themakanalen via de portal van Publieke Omroep. Om de tegenstelling tussen IPTV en webcasting te benadrukken wordt IPTV ook wel een 'gesloten systeem' en webcasting een 'open systeem' genoemd.

## Noodzaak harmonisatie

Als één ding duidelijk werd op het seminar in Brussel, dan is het wel dat er nog enorme verschillen bestaan tussen Europese landen als het gaat om regulering van nieuwe diensten en technieken. Een nieuwe richtlijn die leidt tot meer eenheid in de Europese regelgeving en daarmee voor de industrie meer rechtszekerheid creëert, komt dan ook geen moment te vroeg. Zo wordt in het Verenigd Koninkrijk en Italië IPTV als volwaardige omroep beschouwd en dienovereenkomstig gereguleerd. Er is een vergunning nodig en voor de inhoud van de diensten gelden dezelfde bepalingen, zoals programmavoorschriften en regels voor reclame en bescherming van minderjarigen. Spanje daarentegen

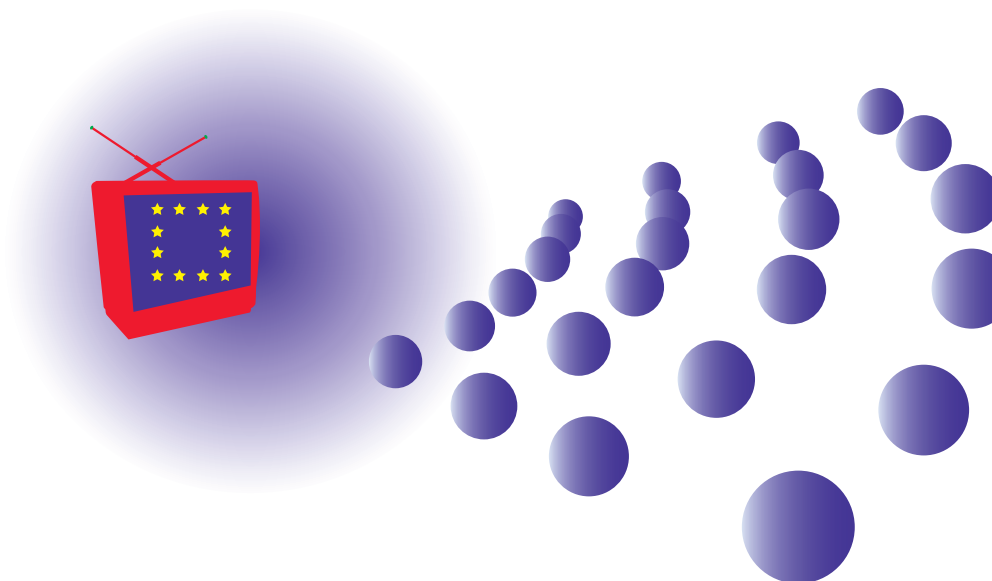
ziet IPTV als een vorm van telecommunicatie en stelt dan ook geen voorschriften op het vlak van de inhoud. Webcasting valt in Italië, het Verenigd Koninkrijk noch in Spanje onder de mediawetgeving. Toch zijn er Europese landen, waaronder Zweden, België en Frankrijk, die naast IPTV ook webcasting reguleren. Veel Europese landen hebben voor zowel IPTV als webcasting geen vergunningplicht of inhoudelijke voorschriften. Een land als Finland, waar televisie via mobiele telefonie een sterke ontwikkeling heeft doorgemaakt, kent wel regels voor deze vorm van televisie, maar weer niet voor IPTV en webcasting.

## Regulering

De ervaringen van marktpartijen als Vodafone, France Telecom en LibertyGlobal, de eigenaar van UPC, bij de uitrol van nieuwe diensten maakte duidelijk dat harmonisatie niet snel genoeg een feit kan zijn. Deze internationaal opererende media- en telecommunicatiebedrijven hebben daar groot belang bij, opdat hun diensten niet per land aan andere regels gebonden zijn. Bij veel marktpartijen bestaat wel de vrees dat een nieuwe richtlijn te veel nieuwe diensten wil reguleren. In Nederland bereidt het Commissariaat een consultatiedocument voor over de regulering van audiovisuele diensten via internet en andere nieuwe technieken. De lopende aanpassing van de richtlijn en de te verwachten uitkomst van het herzieningsproces worden daarbij nauw betrokken. ■



# Europa wijzigt reclameregels



8

**De Europese Unie heeft eind 2006 een aantal stappen gezet op weg naar herziening van de Richtlijn Televisie Zonder Grenzen. Na een jaar onderhandelen heeft de Raad van Ministers onder Fins voorzitterschap een informeel akkoord bereikt over de tekst die als 'Richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten' belangrijke wijzigingen bevat voor de reclameregels, de regulering van productplaatsing en de reikwijdte van de richtlijn zelf. Na dit akkoord heeft het Europees Parlement voor de eerste keer gestemd over de tekst.**

Hoewel in de Europese beslisprocedures nog een aantal stappen moet worden gezet, staat nu al vast dat de reikwijdte van de richtlijn zal worden uitgebreid naar audiovisuele mediadiensten, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen lineaire en non-lineaire av-mediadiensten. Een lineaire audiovisuele mediadienst is ook wel aan te duiden als 'televisieomroep', waarbij er sprake is van een aanbod van programma's in chronologische volgorde op basis van een vaststaand schema, samengesteld door een aanbieder van een mediadienst, en die worden verzonden naar een onbepaald aantal personen. Ook webcasting, tv via Internet Protocol (IPTV) en 'live streaming' via internet worden als zodanig beschouwd. Non-lineair is het aanbod van programma's waarvan de gebruiker zelf bepaalt wanneer het hem wordt toegezonden, de zogenaamde 'on demand'-diensten. Zowel lineaire mediadiensten als on demand diensten worden in hoge mate vergelijkbaar geacht met 'gewone' televisie. Het richtlijnvoorstel benadrukt dat het moet gaan om massamedia die informatie, vermaak en educatie van het

algemene publiek tot doel hebben en waarbij een zekere redactionele verantwoordelijkheid wordt uitgeoefend. De richtlijn is derhalve niet van toepassing op av-informatie met een privaat karakter. Ook moet er sprake zijn van een economische component. Diensten waar geen vergoeding tegenover staat, zoals weblogs en andere 'user generated content', vallen buiten het bereik van de richtlijn. Elektronische versies van dagbladen en tijdschriften zijn expliciet uitgezonderd van de richtlijn. Overigens blijven basisregels zoals de bescherming van minderjarigen tegen geweld en pornografie en het oproepen tot haat gelden voor zowel lineaire als non-lineaire audiovisuele mediadiensten.

## Productplaatsing

De nieuwe Richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten, zoals die de Commissie voor ogen staat, is een Europees minimum, wat betekent dat alle lidstaten minimaal aan deze richtlijn moeten voldoen. Het staat elke lidstaat echter vrij om strengere regels te hanteren waar zij die gewent achten. Zo bestaat er tussen de Nederlandse en de Europese regelgeving een duidelijk verschil in definitie: de Europese Commissie legt bij productplaatsing geen relatie met sponsoring, terwijl dat in de Nederlandse interpretatie wel wordt gedaan.

In Nederland heeft het Commissariaat voor de Media al beleidsregels opgesteld voor productplaatsing en de door de Europese Commissie voorgestelde richtlijnwijziging, die het Europees Parlement in eerste lezing grotendeels intact heeft gelaten, komt goed overeen met de Nederlandse praktijk. Productplaatsing blijft verboden, maar bij een aantal

programma's – bioscoopfilms, televisiefilms en -series en sportuitzendingen – wordt het wel toegestaan. In tegenstelling tot het Parlement acht de Commissie productplaatsing ook geoorloofd bij lichte amusementprogramma's. Productplaatsing mag alleen onder strikte voorwaarden: de redactionele verantwoordelijkheid moet intact blijven, overmatige aandacht voor het product is verboden en er mag niet direct worden aangespoord tot aankoop van het product. Ook moet de omroep de kijker aan het begin en het eind van het programma, en als het aan de Raad ligt ook na iedere 20 minuten, expliciet informeren dat productplaatsing in het programma voorkomt. Nederland heeft nog gepleit voor het opnemen van een neutraal logo, dat tijdens de gehele uitzending in beeld zou moeten zijn, maar daarvoor bleek onvoldoende steun. Wel is nu ook in het richtlijnvoorstel vastgelegd dat in programma's voor kinderen productplaatsingen niet zijn toegestaan.

## Reclame

Omroepen mogen voortaan zelf bepalen wanneer zij reclame uitzenden, zo staat in de nieuwe richtlijn. Het huidige voorschrift, dat bepaalt dat er minstens 20 minuten tussen opeenvolgende reclameonderbrekingen moet zitten, zal daarom worden geschrapt. De hoeveelheid reclame die publieke en commerciële omroepen per uur mogen uitzenden blijft maximaal 20 procent, maar de daglimiet van 15 procent komt te vervallen. De reclameregels binnen de speciale categorie films, nieuws en kinderprogramma's zullen verder worden verruimd: de minimale tijdsduur van 45 minuten tussen twee reclameblokken wil de Commissie

verkorten tot 35 minuten, de Europese Raad en het Europees Parlement willen zelfs naar 30 minuten. Op basis van de Nederlandse Mediawet mogen kinderprogramma's van de publieke omroep momenteel niet worden onderbroken. Bij commerciële kinderprogramma's mag dat alleen als het programma minstens 30 minuten duurt en dat blijft zo.

## Tour de France

Volgens het huidige voorstel van de Commissie moeten afzonderlijke reclame- en telewinkelspots een uitzondering blijven, maar zij worden wel expliciet toegestaan tijdens uitzendingen van sportevenementen. Voorheen mochten sportwedstrijden alleen tijdens 'natuurlijke pauzes' worden onderbroken voor afzonderlijke spotjes, maar verslagen van, bijvoorbeeld, de Tour de France of de Formule 1 kenden die niet. Daarom wordt het bij dergelijke sportevenementen nu wel toegestaan, mits de integriteit van het programma wordt gewaarborgd. Nieuw in vergelijking met het voorstel van de Commissie is het amendement van het Parlement dat het reclamevolume het geluidsniveau van omliggende programmering niet mag overstijgen. Ook roept het Parlement in een amendement de lidstaten op om te komen tot gedragscodes voor op kinderen gerichte junkfoodreclame.

Voor al deze maatregelen geldt dat er nog heel wat water door de Rijn zal stromen voor duidelijk is hoe de besluiten officieel zullen worden vastgesteld. Het ligt echter voor de hand dat, gezien het verschillende karakter van commerciële en publieke omroep, Nederland voorstander blijft van een beperkter reclameregime voor de publieke omroepen. ■

9

Arjo Kramer, Director Legal & Business Affairs van SBS:

# ‘Wij wachten met smart op versoepeling van de Mediawet’

**In een medialandschap dat naast de publieke omroepen slechts twee commerciële zenders uit Luxemburg kende, verscheen op 28 augustus 1995 opeens het nieuwe commerciële station SBS6 op de Nederlandse televisie. Met een Nederlandse licentie, dus gehouden aan de Nederlandse Mediawet. En dat hebben we geweten: menig robbertje hebben SBS en het Commissariaat voor de Media voor de rechtbank uitgevochten. Tijd voor een tussenbalans én een blik in de toekomst. Arjo Kramer, Director Legal & Business Affairs van SBS: “Onze uitleg van de Mediawet wijkt nogal eens af van die van het Commissariaat.”**

*Allereerst: hoe staat het met de zaken?*  
“Uitstekend, we hebben een zeer goed jaar achter de rug. Onze zenders – SBS6, NET5 en Veronica – en onze programma’s lopen goed, de advertentieverkoop gaat als een trein, onze concurrentiepositie is sterk en de organisatie staat als een huis. Ik ben een tevreden man.”

*En jullie hebben de ijsdansoorlog in jullie voordeel beslist.*  
“Inderdaad, dat is natuurlijk zeer

prettig. Voor kijkers was het een merkwaardige situatie: op hetzelfde tijdstip een soortgelijke show, al waren er duidelijke verschillen. De RTL-show was misschien iets volwassener, maar die van ons stond dicht bij het volk, mede dankzij de unieke inbreng van presentator Gerard Joling. Het ging hard tegen hard: geen van beide partijen wilde als eerste een reclameblok uitzenden, uit angst dat kijkers zouden overstappen zonder terug te keren. Een vreemd bijeffect van toenemende concurrentie: we zonden bij dit succesnummer juist minder reclame uit! Uiteindelijk bleek uit de kijkcijfers dat wij het bijna twee keer zo goed deden als RTL, daarmee verdween onze angst voor het reclameblok. Maar dat wij de titanenstrijd wonnen, zegt niet alles: in hetzelfde timeslot op de vrijdagavond was het TROS-programma Vermist steeds het best bekeken programma. Zo zie je maar.”

*Toch moet het prettig zijn de Luxemburgse concurrent de loef af te steken. Het is een strijd die jullie al meer dan tien jaar voeren.*

“Wij voeren geen strijd tegen de RTL-zenders, dat zijn gewoon concurrenten. De onderlinge verhoudingen

zijn prima. Onze strijd is er één tegen het ongelijke speelveld voor de commerciële televisie in Nederland. Aan de ene kant heb je RTL, die zich dankzij de Luxemburgse licentie niet aan de Nederlandse Mediawet hoeft te houden, en aan de andere kant staan wij, met nu ook Talpa, met wel die strenge Mediawet aan onze broek. Dat is duidelijk in ons nadeel, wij mogen dingen niet die RTL wel mag. Voor hen een direct concurrentievoordeel. Nu heeft het Commissariaat dat als handhaver ook wel door, maar zij hebben er jarenlang op gegokt dat het wel zou lukken om RTL onder Nederlandse vlag te brengen. Nu ze eindelijk hebben ingezien dat dat niet zal gebeuren, nemen ze de andere route naar het gelijke speelveld: de Nederlandse regels versoepelen. Wij wachten daar met smart op.”

*De Europese Commissie heeft een nieuwe televisierichtlijn voorgesteld, die voor Nederland een liberalisering zou kunnen inhouden. Welk effect verwacht u daarvan?*

“Het is een hoopgevende ontwikkeling. Wij voeren daarom een stevige lobby in Brussel, want als de richtlijn versoepelt, dan willen wij dat ook terugzien

in een aanpassing van de Nederlandse Mediawet. Het ministerie van OCW heeft aangegeven in kwantiteit mee te gaan met de Europese richtlijn, maar houdt met betrekking tot kwalitatieve vragen graag vast aan Nederlands beleid. In beginsel mag elk land zelf bepalen of het strenger wil zijn dan de richtlijn voorschrijft, maar dat is wel de reden dat ik vaak gesprekken voer in Den Haag. Om de vinger aan de pols te houden. Het gaat er bij beleid vaak om de bedoeling van de wetgever te interpreteren: onze uitleg wijkt nogal eens af van die van het Commissariaat.”

*Noem eens een voorbeeld.*

“Het bruto/netto-principe bij reclame in films is een aardig geschilpunt. Het aantal toegestane programmaonderbrekingen wordt bepaald door de duur van de film. Maar tellen de reclameblokken zelf wel of niet mee voor het bepalen van de totale duur van de film? De Europese richtlijn heeft het over de ‘geprogrammeerde duur van de film’ en het Europese hof heeft bepaald dat daarmee het brutoprincipe wordt bedoeld. Met andere woorden, de reclameblokken mogen worden meegeteld voor de totale duur en dus het aantal breaks van de film. De Mediawet heeft het over de ‘duur van de film’. De interpretatie van het Commissariaat is dat door weglaten van het woord ‘geprogrammeerde’ de Nederlandse wetgever heeft bedoeld om het netto-principe te hanteren. In de toelichting op de Mediawet wordt hierover niets gezegd, zodat wij ervan uitgaan dat Nederland op dit gebied niet strenger heeft willen zijn dan de richtlijn. Wij vinden dat we reclameblokken dus mogen meetellen, het Commissariaat juist niet. Een echte interpretatiekwes-tie, soms zitten we op woordniveau te discussiëren. Omdat deze discussie bleef bestaan, hebben we er uiteindelijk een procedure van gemaakt: dat schept duidelijkheid. Daarom schuwen

wij de gang naar de rechter ook niet, hetgeen ons overigens niet door alle collega-omroepen in dank wordt afgenomen. In onduidelijke situaties bestaat meer ruimte voor manoeuvres, die ruimte behouden ze liever. Maar ik kan daar geen businessmodel op bouwen, ik wil weten waar ik aan toe ben. Als wij volgens de regels een fout hebben gemaakt, dan geef ik dat graag toe. Maar dan wil ik eerst weten wat de wetgever met die regels precies heeft bedoeld. Of Nederland inderdaad strenger heeft willen zijn dan de Europese richtlijn, bijvoorbeeld. Het Commissariaat en SBS hebben elkaar vaak voor de rechter gezien.”

*Hoe zou u de relatie tussen SBS en het Commissariaat omschrijven?*

“Prettig, open. We gaan goed met elkaar om, maar we spelen elk onze eigen rol in het medialandschap. Hoewel het Commissariaat altijd bereid is met ons mee te denken, vind ik dat men in sommige dossiers wel erg streng interpreteert. Met enige creativiteit zou je dat ook anders kunnen doen. Dan is het aan ons om die alternatieve zienswijze met succes te verdedigen. Dat is een, soms juridisch, steekspel, dat overigens niet per se vervelend is om te spelen. Zo hebben wij wel eens een verschuiving in onze programmering, niet verwonderlijk met liveprogramma’s als



Arjo Kramer: “Wij vinden dat de afstandsbediening de markt mag bepalen.”

Fotografie: Wim Kluvers

Shownieuws en Hart van Nederland. Stel dat een item twee minuten langer duurt dan voorzien en daarmee een programmaverschuiving veroorzaakt, dan kan het gebeuren dat we op die avond in het ene uur veertien minuten en in het andere uur tien minuten reclame hebben uitgezonden, in plaats van de geplande en wettelijke toege-

op clementie, sancties accepteren we dan maar. Maar het blijft frustrerend te weten dat RTL van dit soort kwesties geen last heeft.”

*Door technologische innovaties zijn er nieuwe media bijgekomen, van video-on-demand en livestreams tot televisie op de mobiele telefoon. Ziet u die*



“Als kijkers straks massaal onze reclameblokken overslaan, dan moeten wij ons aanpassen.”

*ontwikkelingen als kansen of bedreigingen?*

“Verbreiding van aanbod houdt automatisch toename van concurrentie in. Misschien is straks Google wel onze grootste concurrent, wie weet. Het valt nu op dat de Mediawet traditioneel is ingesteld, het gaat voornamelijk over de ether en de kabel. Maar is televisie via internet ook broadcasting? Wat is een omroep eigenlijk? Moet de consument beschermd worden tegen reclame of kan hij zelf bepalen wat hij wil zien? Wij vinden dat de afstandsbediening de markt mag bepalen, waarbij de bescherming van minderjarigen natuurlijk onverminderd gehandhaafd moet worden. Nu moeten wij nog aan allerlei regels voldoen, die niet gelden voor on-demand-diensten. Waarom eigenlijk niet? Dergelijke technieken vragen om een nieuwe benadering. Voor ons businessmodel vormen opnamesystemen die automatisch reclames overslaan een grote bedreiging. In dergelijke technieken zie ik reden voor het minis-

terie om ruimhartiger om te gaan met productplacement. Splitscreen advertising is voor ons ook een goede manier om producten aan de man te brengen zonder het programma te onderbreken. Slogans op billboards helpen eveneens een beetje, net als zogenaamde powerbreaks: korte reclameonderbrekingen van maximaal twee minuten. Daar hebben we goede ervaringen mee, het wegzap-gehalte daalt aanzienlijk als men weet dat de reclame maar even duurt. Maar voor je het weet is voor zulke zaken een wetswijziging nodig en de val van het kabinet heeft dergelijke maatregelen niet versneld. Wij kunnen niet wachten totdat we dergelijke vrijheden krijgen. Je ziet dat alles in beweging is, de nieuwe technieken maken meer mogelijk dan we nu kunnen overzien. Een huidig contract met de KNVB over voetbalrechten is niet te vergelijken met dat van vijf jaar geleden. Daar stonden alleen de tv-rechten in, tegenwoordig is werkelijk alles geregeld, van internet tot mobiele telefonie. Voor ons blijft echter staan: als kijkers straks massaal onze reclameblokken zouden overslaan, dan moeten wij ons aanpassen. Misschien moeten we dan naar een betaalmiddel, op welke wijze dan ook. Er zal dan iets moeten gebeuren.”

*Uw commerciële zender in Nederland wacht een sombere toekomst?*

“Allerminst, begrijp me niet verkeerd. De ontwikkelingen gaan snel, maar niet zó snel. Het zal wel even duren voor iedereen televisie kijkt zonder reclames te zien. We moeten weliswaar rekening houden met dergelijke ontwikkelingen en alternatieven verzinnen, maar intussen staan mooie dingen te gebeuren. Ik hoop dat we in 2008 een nieuwe, vrijere Europese richtlijn in werking hebben en dat misschien al eerder de concurrentievoordelen voor RTL op de Nederlandse markt zijn weggenomen. Dat gaat ons enorm helpen. Wij kunnen alleen maar groeien.” ■

# Nieuw wetsvoorstel crossownership

**Het Commissariaat voor de Media brengt sinds 2001 jaarlijks de ontwikkelingen op het gebied van mediaconcentratie en -pluriformiteit nauwgezet in kaart. De laatste jaren willen omroepen en uitgevers zich meer en meer omvormen tot contentmakers en op meerdere distributieplatforms aanwezig zijn, waarbij voor met name dagbladbedrijven de economische noodzaak is ontstaan om zich crossmediaal te kunnen verbreden. Met het oog op deze marktontwikkelingen is een nieuw wetsvoorstel voor een Tijdelijke wet mediaconcentraties ingediend, met daarin een versoepeling van de beperkingen in crossownership.**

Al jaren bestaat binnen de politiek zorg over de toenemende concentraties van mediabedrijven. Het gaat daarbij vooral om concentraties binnen een medium, zoals de dagbladsector, maar ook over concentraties tussen verschillende mediumtypen, het zogenoemde crossownership. De vraag die zich opdrong, luidde: wanneer verwerft een concern door fusies en overnames te veel mediamacht? En hoe stel je dat vast? Edmund Lauf, specialist mediaconcentraties en namens het Commissariaat betrokken bij de voorbereiding van het wetsontwerp: “In Nederland hebben we ervoor gekozen te kijken naar opiniemacht, maar hoe meet je die? Indicatoren zijn het bereik van televisie, radio, internet en dagbladen. Als je het over de functies

nieuws en opinie hebt, dan zijn dagbladen, radio en televisie daarvoor het meest belangrijk. Internet doet het als nieuws- en informatievoorziening met name onder jongeren steeds beter, maar zit nog niet op het niveau van de eerste drie. Mede daarom is ervoor gekozen om internet nu nog buiten beschouwing te laten en de drie overige media – radio, televisie en dagbladen – even zwaar te laten wegen.”

## Toezicht

In het nieuwe wetsvoorstel mag een mediabedrijf, over de drie mediatypen gezamenlijk, van de beschikbare 300% niet meer dan 90% marktaandeel verwerven. Voor de dagbladsector is bovendien een maximaal marktaandeel van 35% vastgesteld, gerekend over de totaal verspreide oplage. De sterk opkomende gratis dagbladen tellen nu dus ook mee. Voor de radio- en televisiemarkt is geen maximaal marktaandeel bepaald, omdat het bestaan van publiek gefinancierde omroepen per definitie zorgt voor voldoende pluriformiteit. Een concern mag in theorie bijvoorbeeld 60% van de televisiemarkt in handen hebben, maar zal vervolgens niet meer dan 30% marktaandeel mogen verwerven binnen de dagbladsector. Mocht autonome groei de oorzaak zijn van een stijging van het marktaandeel tot boven de 35%, dan wordt die groei door de tijdelijke wet niet beperkt. De regering wil geen consequenties verbinden aan het succesvol opereren binnen een van deze genoemde

markten. Het toezicht op mediaconcentraties wordt in de procedures van de NMa ingebouwd, waarbij het Commissariaat in geval van een te nemen beslissing om advies zal worden gevraagd. Gelet op het grotere belang krijgt het onderzoek naar mediaconcentraties binnen het Commissariaat een wettelijke basis. Als de concentratie is toegestaan op grond van de Tijdelijke wet mediaconcentraties, dan zal de NMa nog wel moeten beslissen of de mediaconcentratie ook uit oogpunt van generiek concentratietoezicht toelaatbaar is.

## Tijdelijk

Het tijdelijke karakter van de nieuwe wet mediaconcentraties wordt mede ingegeven door de snelle ontwikkelingen binnen de media. Verder is op Europees niveau de discussie over de herziening van de Richtlijn televisie zonder grenzen nog in volle gang. Bij die herziening zal mogelijk de reikwijdte van de richtlijn worden uitgebreid naar diensten die een sterke gelijkenis vertonen met televisie, maar op dit moment nog niet onder de werking van de richtlijn vallen. De Tijdelijke wet wordt nu ingediend omdat het duidelijk is dat de oude crossownershipregeling in de Mediawet niet meer voldoet en omdat alleen het schrappen daarvan het onmogelijk maakt ongewenste concentratie in opiniemacht te voorkomen. ■



# Commissariaat werkt samen met nieuwe Consumentenautoriteit

14

**Hoewel de Consumentenautoriteit al per 1 december 2005 werd ingesteld, is ze pas op 1 januari jongstleden officieel begonnen met haar toezicht- en handhaving-activiteiten op het gebied van consumentenbescherming. Ook het Commissariaat voor de Media speelt daarbij een rol.**

Met de introductie van de euro, de opkomst van e-commerce en de uitbreiding van de Europese Unie is het voor Europese burgers steeds eenvoudiger geworden grensoverschrijdende aankopen te doen. Om deze consumenten bij wanpraktijken enige bescherming te bieden, is eind 2004 in een Europese verordening vastgesteld dat alle lidstaten hun consumentenbescherming publiekrechtelijk moeten regelen. Deze verordening regelt ook de samenwerking tussen de nationale instanties, waaronder het Commissariaat voor de Media, die zijn belast met de handhaving van wetgeving over consumentenbescherming. Het achterliggende idee van de verordening is dat consumenten door oneerlijke handelspraktijken niet goed worden geïn-

formeerd en daardoor geen eerlijke keuzes kunnen maken. Dit ontregelt de Europese interne markt en belemmert de ontwikkeling daarvan. Door de nationale toezichthouders nauwer te laten samenwerken, kunnen collectieve grensoverschrijdende inbreuken op consumentenregelgeving worden tegengegaan.

## Bevoegde instantie

In Nederland is daartoe de Consumentenautoriteit opgericht, als onderdeel van het ministerie van Economische Zaken. De Consumentenautoriteit moet toezien op de naleving van de vele afzonderlijke regels op het gebied van consumentenbescherming, maar ook laagdrempelige informatie verstrekken aan consumenten over hun rechten en plichten. Op grond van de Europese verordening zal de Consumentenautoriteit zich echter alleen bezighouden met collectieve grensoverschrijdende inbreuken, niet met individuele zaken. Het moeten dus kwesties zijn die een groep consumenten in meerdere lidstaten treffen. Tot de vele bepalingen die de Consumentenautoriteit daarvoor moet

handhaven, behoren artikelen uit de Europese Richtlijn televisie zonder grenzen, waarvan het merendeel is verwerkt in de Nederlandse Mediawet. Hierbij gaat het vooral om regels over reclame, sponsoring en telewinkelen, die het Commissariaat voor de Media in Nederland al handhaaft. Het ligt daarom voor de hand dat het Commissariaat voor de nieuwe Consumentenautoriteit deze toezichthoudende taak gaat verrichten. Nu is er ook nog de Stichting Reclame Code, de SRC, en de daaraan verbonden, maar onafhankelijke Reclame Code Commissie, die veel expertise bezitten op dit gebied. Vanwege het private karakter van de SRC is echter besloten het Commissariaat voor de Media aan te wijzen als formele toezichthouder. De SRC wordt aangewezen als 'instantie met een rechtmatig belang'. Het ligt in de bedoeling dat de SRC als eerste uitspraak zal doen naar aanleiding van inbreuken van collectieve en intracommunautaire aard op het gebied van de Richtlijn televisie zonder grenzen. Voor het Commissariaat is slechts een handhavende rol weggelegd als een uitspraak van de SRC niet wordt opge-

volgd. Naast het Commissariaat werken ook veel andere Nederlandse toezichthouders met de Consumentenautoriteit samen, zoals de Autoriteit Financiële Markten, de Inspectie voor de Gezondheidszorg, de Inspectie Verkeer & Waterstaat, de Voedsel en Waren Autoriteit, de OPTA, de Nederlandse Zorgautoriteit en de NMa.

## Dwangsom

Voor het Commissariaat is dit weliswaar een uitbreiding van de taken, maar in de praktijk zal nog moeten blijken welke belasting deze nieuwe opdracht zal opleveren. De staatssecretaris van EZ gaat ervanuit dat de Consumentenautoriteit over alle deelgebieden jaarlijks zo'n 130 klachten in behandeling zal nemen. Slechts een klein deel daarvan zal betrekking hebben op de televisierichtlijn en in een nog kleiner deel van die gevallen zal het Commissariaat moeten optreden omdat de uitspraak van de SRC niet wordt opgevolgd. Mocht het Commissariaat ingrijpen, dan kan het een bestuurlijke boete opleggen, maar ook een dwangsom. Om de samenwerking met andere toezichthoudende instanties binnen de EU soepel te laten verlopen, is het Commissariaat aangesloten op het Europese informatienetwerk CPCS, het Consumer Protection Cooperation System.

Meer informatie op [www.consumentenautoriteit.nl](http://www.consumentenautoriteit.nl) ■

## Nieuw vervolg voor kwestie 39f-omroepen

De Raad van State deed begin januari uitspraak inzake de zendtijdverdeling tussen kerkgenootschappen of genootschappen op geestelijke grondslag, de zogenaamde 39f-omroepen. De Raad van State nam de beleidslijn voor zendtijdverdeling als uitgangspunt en liet de oordelen over de SIK en de Humanistische Omroep intact. De slepende kwestie tussen de twee moslimomroepen blijft echter bestaan: de Raad van State stelde dat het Commissariaat ten onrechte is afgeweken van de eigen beleidslijn, die voorschrijft dat per geloofsrichting slechts één omroep een vergunning mag krijgen. Het gevonden compromis tussen de sterk verdeelde moslimkoepels werd van tafel geveegd, waardoor de partijen weer met elkaar om de tafel moeten. Tijdens een hoorzitting, eind januari, heeft het Commissariaat het Contactorgaan Moslims en Overheid en de Nederlandse Moslim Raad meegedeeld dat zij vier weken de tijd krijgen om tot onderlinge samenwerking te komen. Eerder in het proces waren de partijen elkaar al zeer dicht genaderd, maar het kwam destijds op het laatste moment niet tot overeenstemming. In een gezamenlijke stichting, zoals ook IKON en ZvK die kennen, zouden de twee moslimomroepen hun licentie gezamenlijk kunnen onderbrengen en uiteindelijk allebei kunnen doorgaan met uitzenden. Lukt dat niet, dan neemt het Commissariaat uiterlijk 20 maart een besluit. ■

## Themakanaal 'Piratenradio' toegestaan

Delta FM, de lokale omroep van de gemeente Twenterand, krijgt van het Commissariaat voor de Media toestemming om, naast de gewone programmering, een themakanaal te verzorgen met de naam 'Piratenradio'. Piratenmuziek wordt in dit verband gedefinieerd als muziek die veelal wordt gemaakt door lokale of regionale artiesten en voornamelijk gaat over lief en leed in de eigen omgeving. De voornamelijk Nederlandstalige muziek wordt vaak gemaakt met eenvoudige middelen, is zeer laagdrempelig en is karakteristiek voor Oost-Nederland. Voor neventaken, zoals themakanalen, geldt sinds een aantal maanden een nieuwe Algemene Maatregel van Bestuur. De kern hiervan is dat neventaken moeten voldoen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de samenleving. Het Commissariaat ontwikkelt momenteel beleidsregels waarin de nieuwe criteria voor lokale en regionale publieke omroepen nader worden uitgewerkt. De aanvraag van Delta FM bleek tijdens dit ontwikkelproces te zullen voldoen aan de nieuwe regels, waarop het Commissariaat de omroep toestemming heeft verleend. Op grond van het oude toetsingskader was in eerste instantie geen toestemming verleend voor het themakanaal. ■

15



### Collegebesluiten die in de periode van 21 november 2006 tot en met 23 januari 2007 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 gemeente Onderbanken voor de gem. Onderbanken, Schinnen en Brunssum
- Stichting Lokale Omroep Hoogezand-Sappemeer
- Stichting Radio Televisie Lingewaal voor de gemeenten Lingewaal, Leerdam en Zederik
- Omroep Stichting Milbergen voor de gem. Millingen a/d Rijn en Ubbergen
- Velsler Omroep Stichting voor de gemeente Velsen
- Omroepvereniging Dinkelland-Tubbergen voor de gemeenten Dinkelland en Tubbergen
- Stichting Eemland RTV voor de gemeente Baarn
- Stichting Smelne FM voor de gemeente Smalingerland
- Stichting Lokale Omroep Krijtland voor de gemeenten Gulpen-Wittem en Vaals
- Stichting Radio Omroep Boskoop
- Stichting Lokale Omroep Putten
- Stichting Lokale Omroep Heemskerk
- Barneveldse Omroep Stichting Aktief
- Stichting Lokale Omroep Steenwijk

- Stichting Lokale Media Beuningen.

De op 23-12-03 toegewezen zendtijd aan de Stichting Radio Televisie Zederik wordt ingetrokken.

De aanvraag van de Stichting Lokale Omroep De Bilt tot toewijzing van zendtijd voor de gemeenten De Bilt en Maarssen wordt afgewezen.

De zendtijdaanvraag van de Stichting Omroep voor radio en televisie Waddinxveen voor de gemeente Boskoop wordt afgewezen.

De op 19-10-04 toegewezen zendtijd aan de Stichting Lokale Omroep Dongen wordt op verzoek ingetrokken.

Het voornemen tot intrekking van zendtijd aan de Stichting Vechtstraat Media Loenen (besluit van 8 november 2005) wordt ingetrokken.

##### Regionale omroep

28 november

- De hoeveelheid zendtijd voor de regionale omroepinstellingen en de aanwijzing van dagen en uren waarop wordt uitgezonden, is voor het jaar 2007 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 dergelijke toestemming verleend aan:

- Orbit Movies.Com B.V. voor het televisieprogramma DIA (kabelkrant)

- De Media Managers voor het televisieprogramma Stadsregio TV
- De heer W. van der Land voor het radioprogramma De Vrije Piraten
- De heer P. Visser voor het radioprogramma De Vrolijke Strijders
- KPN Telecom B.V. voor twee televisieprogramma's, KPN-3 en KPN-4
- Talpa TV B.V. voor het televisieprogramma Talpashop
- Game Network B.V. voor het televisieprogramma Game Network
- Haren FM v.o.f. voor radio Haren FM en televisie (kabelkrant)
- De heer L.J. Boden voor het programma Radio 227
- Finest TV and Multimedia Services B.V. voor Finest TV
- Rejoice FM voor Rejoice FM
- Satellite Data Broadcasting B.V. voor diverse Sexviewkanalen
- MultiCultural Events en New Dutch Media B.V. voor Ujala Radio
- Stichting Radika voor Radio Amor FM
- Stichting Videoteam Wilberthof voor het programma Wilberthof TV Berghem
- De heer S. Haarsma voor het radioprogramma Holland FM
- RTL FM B.V. voor het radioprogramma TMF Radio.

##### 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 dergelijke toestemming verleend aan

- Hardenberg FM voor een radioprogramma ter gelegenheid van het eindejaarsfeest Hoogenweg
- De heer A. Huitema voor het radio-

programma ter gelegenheid van diverse evenementen in dorpshuis Weme te Noordwijk

- Radio Moonlight voor een radioprogramma ter gelegenheid van de tijdelijke ijsbaan in Emmen
- Stichting Radio Oldambt voor een radioprogramma ter gelegenheid van het indoor voetbaltoernooi in Winschoten en een zaalvoetbaltoernooi in Scheemda
- FunX voor een radioprogramma ter gelegenheid van het Noorderslag Festival
- De heer E.B. Verduin voor een radioprogramma in het kader van Leidens ontzet
- Circuit van Drenthe Evenementen B.V. voor een radioprogramma in het kader van diverse auto- en motorcross evenementen op het TT circuit te Assen
- Stichting Cyber Media World voor een radioprogramma over Codemasters Campzone 2007
- Tilburgse Studenten Corps St. Olof voor een radioprogramma over de jaarlijkse introductieweek.

Afgewezen zijn de aanvragen van

- de heer C. Rosendal voor Big Blokhut van 24-12-06 tot 1-1-07
- Media Groep Urk voor het radioprogramma Radio Eiland Urk
- Gigant FM voor een programma in het kader van hun éénjarig bestaan.

##### Landelijk

5 december

- Aan de 11 politieke partijen die bij de laatstgehouden verkiezingen van de Tweede en Eerste Kamer een of meer zetels hebben verworven wordt zendtijd voor landelijke omroep toegewezen.

- De besluiten tot toewijzing van zendtijd aan kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag worden met twee jaar verlengd tot 2010.

##### Overig

5 december

- Het bezwaar van de Stichting Rotterdamse TV Producties tegen de hoogte van de toezichtskosten wordt niet-ontvankelijk verklaard.
- Het bezwaar van de Stichting Programma-adviesraad Oost tegen het besluit waarin hun verzoek om bestuurlijke handhaving jegens UPC is afgewezen, wordt ongegrond verklaard. Het besluit van 12 september 2006 blijft gehandhaafd.

9 januari

- Het bezwaar van Radio Salsa Omroep Stichting tegen het besluit waarin een boete van € 1750,- is opgelegd wegens het niet verstrekken van informatie, wordt ongegrond verklaard. Wel wordt het besluit herzien en de boete verlaagd én voorwaardelijk.

23 januari

- Het bezwaar van de Vereniging Lokale Televisie-Omroep Loon op Zand wordt ongegrond verklaard en het bezwaar van de Stichting Beheer Communicatiemiddelen wordt niet-ontvankelijk verklaard.

#### Juridische zaken – Programmatoezicht

21 november

- De Lokale Omroep Spakenburg

krijgt ontheffing van het verbod op het uitzenden van vermijdbare reclame-uitingen in het teken van een inzamelingsactie voor de Stichting Ongerweges.

28 november

- Talpa TV B.V. krijgt een bestuurlijke boete van € 1,- en een waarschuwing voor sluikreclame in en rondom het tv-programma De Wedstrijden.

5 december

- De Publieke Omroep krijgt voor televisie ontheffing van het wettelijke verbod op het uitzenden van vermijdbare reclame-uitingen, dit in het kader van een inzamelingsactie voor slachtoffers van landmijnen.

- Omroepvereniging Mercurius krijgt voor haar radio- en tv-uitzending in het kader van de inzamelingsactie voor de Voedselbank Leeuwarden, ontheffing van het wettelijke verbod op het uitzenden van vermijdbare reclame-uitingen.

19 december

- De Stichting Omroep Drenthe wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 5.400,- op te leggen wegens het mogelijk dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden.

9 januari

- Game Network B.V. krijgt ontheffing van de wettelijke verplichting Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen uit te zenden in het televisieprogramma Game Network.
- Ten aanzien van het bezwaar op het WOB-verzoek van de VCR wordt

een nieuwe beslissing genomen, voor zover het stukken m.b.t. Colorful Radio betreft die geen bedrijfsvertrouwelijke gegevens bevatten.

- Stichting Rotterdamse TV Producties (RNN 7) krijgt een bestuurlijke boete opgelegd van € 8.250,- wegens titelsponsoring en niet toegestane sponsorvermelding in het programma Correct Sport Studio.

23 januari

- SBS Radio B.V. wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 5.000,- op te leggen wegens overtreding van artikel 71m, eerste lid, van de Mediawet in het programma Caz – Wacht u voor de hond.

- De Stichting Radika krijgt geen bestuurlijke boete in verband met diverse overtredingen van de Mediawet in het radioprogramma Amor FM. Volstaan wordt met een waarschuwing.

## Financieel toezicht

### Regionaal

19 december

- De brief waarin de vergoedingen 2005 aan de Provincie Drenthe voor radio- en televisie van de Stichting Omroep Drenthe (RTV Drenthe) zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.
- De brief waarin de vergoedingen 2005 aan de Provincie Friesland voor radio en tv van Omroep Fryslân zijn afgewikkeld, wordt vastgesteld.

16 januari

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van RTV Oost is beoordeeld, wordt vastgesteld.

23 januari

- De brieven waarin de vergoedingen 2005 aan de Provincie Groningen voor radio en televisie van de Stichting Regionale Televisie Noord (RTV Noord) zijn afgewikkeld, worden vastgesteld

### Landelijk

28 november

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de AVRO is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brieven aan het bestuur van de AVRO, KRO en NCRV inzake de waardering van het AKN-gebouw, worden vastgesteld.

5 december

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de KRO is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de NIO is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de VPRO is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de EO is beoordeeld, wordt vastgesteld.

12 december

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van het RKK is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de OHM is beoordeeld, wordt vastgesteld.

19 december

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van BNN is beoordeeld, wordt vastgesteld.

9 januari

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de BOS is beoordeeld, wordt vastgesteld.

16 januari

- De bijdrage in de reorganisatiekosten 2004 van Radio Nederland Wereldomroep wordt vastgesteld.

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de Joodse Omroep (voorheen NIK) is beoordeeld, wordt vastgesteld.

23 januari

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van de NMO is beoordeeld, wordt vastgesteld

### Overig

9 januari

- De brief aan de Minister van OCW inzake governance bij de publieke omroepen wordt vastgesteld.

## Neventaken en nevenactiviteiten

21 november

- De Stichting Verzorging Kerkelijke Zending wordt uitgenodigd voor een hoorzitting over de vraag of een drietal nevenactiviteiten van de

IKON (verkoop preken IKON, cd's en dvd's IKON en videocatalogus IKON) gestaakt dient te worden of onder voorwaarden kan worden toegestaan.

9 januari

- De verhuur van kantoorruimte door de VPRO wordt als een niet verboden nevenactiviteit aangemerkt.

- De bezwaren van BNN tegen het besluit van 11 juli 2006 inzake het organiseren van reizen, worden gegrond verklaard. Het besluit wordt ingetrokken.

23 januari

- Het verzorgen van een extra radioprogramma met 'piratenmuziek' (Piratenradio) door de Stichting Lokale Omroep Gemeente Twenterand wordt aangemerkt als een toegestane neventaak.

## Correctie

- In Co.Media nummer 117 (dec. 2006) stond in het overzicht van de collegebesluiten abusievelijk vermeld dat er zendtijd voor lokale omroep is toegewezen aan Stichting Radio RIK Uithoorn voor de gemeente Hoorn. Dat moest de gemeente Uithoorn zijn.

- Hoogvliet Supermarkt BV wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 2.000,- op te leggen. Dit omdat via een spaaractie punten konden worden verdiend om boeken met korting te kopen.

9 januari

- AKO B.V. krijgt een bestuurlijke boete van € 4.500,- naar aanleiding van een kortingsactie voor Harry Potter-boeken.

## Besluiten Vaste Boekenprijs over de periode vanaf 10 oktober tot en met 9 januari 2007.

### Vaste Boekenprijs

10 oktober

- DA Retailgroep BV krijgt een waarschuwing omdat in een DA-folder de indruk werd gewekt dat boeken tegen een lagere prijs dan de vaste boekenprijs werden aangeboden.

24 oktober

- DA Retailgroep BV krijgt een boete van € 4.500,- in verband met een DA-spaaractie met Blokboekjes. Deze worden aangemerkt als boek in de zin van de Wet op de Vaste Boekenprijs.

21 november

- Deen Supermarkten krijgt een boete van € 3.500,- wegens het via spaarzegels korting geven op boeken in een bepaalde periode.

- Kraft Foods Nederland wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een dwangsom op te leggen. Dit naar aanleiding van een spaaractie waarbij het boek Chocolade volgens Cote d'Or tegen korting kon worden aangeschaft.

19 december

- Kraft Foods Nederland wordt opgedragen de spaaractie met het boek Chocolade volgens Côte d'Or voor 25-12-06, 09.00 uur aan te passen, anders zal het Commissariaat een procedure starten tot het opleggen van een bestuurlijke boete.

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