

CO.MEDIA

Nummer 120 |||| Juli 2007 ||||



René Jansen van de Nederlandse Mededingingsautoriteit:

Positie omroepen wordt steeds krachtiger

Jaarverslag 2006 |||| Beleidsregels nevenactiviteiten ||||
Nieuw toetsingskader neventaken

Colofon

Nummer 120
Juli 2007

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

Redactie:
Evita Westfa
Wanda Bade

Met bijdragen van:
Tineke Bahlmann
Fred van der Gon Netscher
Marcel Betzel

Fotografie:
Josje Deekens

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

Slepende juridische procedures zijn eerder regel dan uitzondering. Tineke Bahlmann vraagt zich af waarom niemand zich daar druk over maakt.

4. Jaarverslag 2006

Het Commissariaat kreeg er het afgelopen jaar taken bij. Door het investeren in kennis van de mediasector kunnen toezichttaken die breder zijn dan de omroep in het takenpakket van de organisatie ingepast worden.

5. Lokale omroep is en blijft eindverantwoordelijk

Bij het uitbesteden van taken blijven lokale omroepen verantwoordelijk. Het Commissariaat zet op een rij waar de omroepen op moeten letten.

6. Regels voor toetsing nevenactiviteiten geactualiseerd

Het oude toetsingskader voor nevenactiviteiten bij de publieke omroep was niet meer toegesneden op de huidige praktijk. Vandaar dat de beleidsregels zijn geactualiseerd.

10. Het Commissariaat en de NMa versterken elkaars toezicht

Lid Raad van Bestuur René Jansen (NMa): "Contentaanbieders hoeven niet meer te bedelen om boodschap bij consument te krijgen."

13. Nieuw toetsingskader neventaken

Commissariaat beschrijft criteria voor de toetsing van neventaken.

14. Europa worstelt met regulering belpellen

Deelnemers EPRA krijgen kijkje in de keuken van de burens.

16. Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten die zijn genomen in de periode van 24 april tot en met 5 juni 2007.

Mag het ietsje korter?

Tineke Bahlmann

De rechtbank Haarlem is de minst productieve rechtbank van Nederland. Met deze zin begon een bericht dat ik pas geleden las in de krant. Verderop in het bericht werden meer cijfers genoemd. De Rechtbank Amsterdam was in 2006 het meest productief met meer dan 280 afgehandelde zaken per medewerker. Haarlem bungelde helemaal onderaan op de lijst met 190 zaken. De cijfers waren afkomstig van de Raad voor de Rechtspraak.

Ik was niet zozeer verbaasd over de cijfers als wel over het feit dat de productiviteit van de rechtbanken in deze krant aan de orde werd gesteld. Ik vind me namelijk al tijden op over het verschijnsel van jarenlange slepende juridische procedures en het feit dat niemand zich daar druk over lijkt te maken.

Voor mensen die partij zijn in een rechterlijke procedure hangt daar vaak enorm veel van af. Zolang er geen uitspraak is, verkeren zij in onzekerheid over hun toekomst. Deze mensen zijn dus gebaat bij een snelle afhandeling van hun zaak. Maar tegenwoordig zijn slepende juridische procedures eerder regel dan uitzondering. Slachtoffers van een misdrijf, verdachten, werknemers, werkgevers en bedrijven moeten vaak jarenlang wachten op hun recht, straf, geld, ontslag of faillissement. Het wachten en de voortdurende onzekerheid maken juridische procedures dan ook tot een zware, vaak ook emotionele, belasting.

Als deze kwestie echt een probleem in onze samenleving is, waarom hoor je er dan zo weinig over, vraag ik mij af? Terwijl

ministers om de haverklap op het matje worden geroepen vanwege wachtlijsten in de gezondheidszorg, jeugdzorg en voor inburgeringscursussen, blijft het akelig stil als het om de wachttijden in onze rechtspraak gaat. In een hoogontwikkeld land als Nederland dat de kwaliteit van leven van haar burgers zo hoog in het vaandel heeft, zou je anders verwachten.

Waarom accepteren wij het één wel en het ander niet? Vinden we het één soms erger dan het ander: bestaat er een hiërarchie tussen iemand die wacht op een nieuwe knie en een werknemer met een beroepsziekte die voor schadevergoeding procedeert tegen zijn baas? Ik weet het niet. Wat ik wel weet is dat wij kritisch moeten blijven kijken naar het systeem en ons moeten blijven afvragen hoe het anders kan. ■



Jaarverslag 2006



4

De snelle ontwikkelingen in de mediasector vragen meer dan ooit regelgeving die nauw aansluit bij de praktijk, flexibel is en met kennis van de sector wordt toegepast. Dit staat te lezen in het voorwoord bij het jaarverslag van het Commissariaat voor de Media.

Voorzitter Inge Brakman: "Wij hebben de afgelopen jaren geïnvesteerd in kennis van de gehele mediasector. Toezichttaken die breder zijn dan alleen de omroep kunnen daardoor goed ingepast worden in onze organisatie. Mediabedrijven groeien bovendien naar elkaar toe. Uitgevers zullen omroeptaken gaan uitvoeren en omroepen en telecombedrijven ontwikkelen zich eveneens multimediaal. Het spreekt vanzelf dat het toezicht op de sector daarbij aansluit. Het Commissariaat was in het verleden vooral voor de omroep, maar wordt steeds meer -voor de Media-."

Het Commissariaat kreeg er het afgelopen jaar opnieuw taken bij. Het monitoren van mediaconcentraties kreeg een wettelijke basis en het Commissariaat gaat de NMa adviseren bij fusies tussen mediabedrijven. Verder is het Commissariaat ten behoeve van de Consumentenautoriteit aangewezen als sectorspecifieke toezichthouder.

Het toezicht in 2006 strekte zich uit over circa 550 omroepen en alle uitgevers/importeurs en verkopers van boeken en bladmuziekuitgaven. Het Commissariaat nam 448 besluiten onder andere in het kader van zendtijd-toewijzingen, toestemmingen voor commerciële omroe-

pen, programmavoorschriften, financiële verantwoording en controle op nevenactiviteiten en neventaken. Voor overtredingen uiteenlopend van sluikreclame en niet-toegestane sponsoring tot overtredingen van de Wet op de vaste boekenprijs werden 51 boetes opgelegd met een totaalbedrag van 244.000 euro. Naar verwachting zullen in de toekomst hogere boetes worden uitgedeeld omdat die gebaseerd zullen zijn op de nieuwe sanctiesystematiek: de Beleidsregels Sanctiemaatregelen 2007.

Het Commissariaat constateerde bij diverse publieke omroepen dat de governance-verhoudingen niet goed geregeld waren waardoor de noodzakelijke checks en balances en een goede scheiding tussen operationeel bestuur en toezicht ontbraken. Het Commissariaat heeft hierover advies uitgebracht aan de Minister van OCW.

Liberalisering van reclame- en sponsorregels, publiek-private samenwerking en het toezicht op nieuwe media waren in 2006 belangrijke thema's. Ook was er in het afgelopen jaar veel belangstelling voor mogelijke samenwerkingsprojecten tussen krantenbedrijven en omroep. In dit verband is nieuw beleid ontwikkeld voor redactionele samenwerking tussen de verschillende mediatypen. De snelle ontwikkelingen rond nieuwe media ten slotte, hebben gevolgen voor de wijze van regulering en toezicht. Het Commissariaat heeft de afgelopen periode hierover zijn gedachten gevormd en zal zijn visie de komende tijd toetsen aan die van andere betrokkenen. ■

Lokale omroep is en blijft eindverantwoordelijk

Om ervoor te zorgen dat lokale omroepinstellingen bij het uitbesteden van taken en activiteiten hun verantwoordelijkheid kunnen blijven uitoefenen, moeten zij met een aantal zaken rekening houden. In de Beleidsbrief uitbesteding lokale omroep zet het Commissariaat deze zaken op een rij.

Hoofd Zendtijd- en Kabelzaken, Dirk Oudenaarden: "Lokale omroepen hebben ook bij uitbesteding van activiteiten de (zorg)plicht om de Mediawet na te leven. Wij hebben het idee dat omroepen dat wel eens uit het oog verliezen. Zolang zij bij de uitbesteding de regie in handen houden, is er geen probleem. In de praktijk blijkt echter regelmatig dat omroepen geen zicht hebben op de wijze waarop de uitvoering plaatsvindt en de partijen die erbij betrokken zijn. De zeggenschap ligt dan feitelijk in handen van externe producenten. In de Beleidsbrief leggen we uit hoe zij dit kunnen voorkomen. Bovendien benadrukken we nog maar eens dat de eindverantwoordelijkheid bij de lokale omroep ligt."

Lokale omroepen kiezen meestal voor uitbesteding van taken en activiteiten vanwege financiële of organisatorische redenen. Vooral de productie van programmaonderdelen, het verzorgen van reclameboodschappen en de verwerving van reclame-inkomsten zijn onderwerp van uitbesteding. Ook komt het voor dat de verzorging van het gehele programma van de lokale omroepinstelling wordt uitbesteed. Als de partij, aan wie een activiteit is uitbesteed, deze op zijn beurt ook geheel of gedeeltelijk uitbesteedt, is sprake van een 'verticale keten'.

Bij ketenvorming is de kans groter dat een derde in de keten financieel voordeel behaalt ten nadele van de lokale omroep. Het is een taak van de omroep om er op toe te zien dat een derde partij niet meer winst maakt dan gebruikelijk is. Een zorgvuldig opgestelde overeenkomst waarin afspraken over de verdeling van verantwoordelijkheden en de verdeling van de winst zijn opgenomen kan dat voorkomen. Verwevenheid tussen partijen in de keten kan worden beperkt door in de overeenkomst op te nemen dat de derde geen zeggenschap of finan-

cieel belang mag hebben bij derden aan wie een activiteit is uitbesteed.

Om bij uitbesteding van de productie van programmaonderdelen redactionele zeggenschap te houden over de inhoud moet de lokale omroep een programmastatuut hebben vastgesteld. De externe producent moet bovendien op de hoogte zijn van het door het pbo vastgestelde programmabeleid en dit beleid ook daadwerkelijk uitvoeren. Om het lokale karakter van de programma's te bewaken ziet de omroep erop toe dat niet alleen de makers van een programma maar ook de overige medewerkers en vrijwilligers een sterke binding hebben met de lokale gemeenschap.

Oudenaarden: "Tot nu toe moesten lokale omroepen de overeenkomsten die zij met derden sluiten, vooraf ter goedkeuring aan het Commissariaat voorleggen. Dat hoeft nu niet meer. Wij gaan er vanuit dat de lokale omroepen met de uitleg die wij in de Beleidsbrief geven heel goed in staat zijn om zelf te beoordelen of de afspraken die zij maken met een derde in overeenstemming zijn met de Mediawet." ■

Regels voor toetsing nevenactiviteiten geactualiseerd

6

De beleidsregels voor de toetsing van nevenactiviteiten bij de publieke omroep zijn geactualiseerd. Dat was nodig omdat het oude toetsingskader niet meer was toegesneden op de huidige praktijk. De publieke omroep zal steeds meer en andersoortige nevenactiviteiten gaan ontplooiën. Het Commissariaat verwacht met de geactualiseerde regels daar beter op in te kunnen spelen.

Commissaris Jan van Cuilenburg: "Publieke omroepen kunnen naast hun hoofdtaak nevenactiviteiten verrichten. Denk aan het maken van een krant of een blad, het verkopen van video's of dvd's of het verhuren van faciliteiten zoals camera's of studioruimte. Veel meer dan een aantal jaar geleden betreden publieke omroepen daarmee andere marktgebieden. Een logische ontwikkeling die past binnen de voortschrijdende multimedialiteit. De grenzen tussen de verschillende mediamarkten worden vager en de concurrentie tussen partijen neemt toe. Net als commerciële partijen mogen publieke omroepen met hun nevenactiviteiten concurrerend zijn. Het wordt pas een probleem als zij concurrentievervalsing optreden. In de nieuwe regels leggen wij nog eens goed uit wanneer iets nu precies een nevenactiviteit is en onder welke voorwaarden een publieke omroep met een nevenactiviteit de markt mag betreden."

De belangrijkste wijzigingen in de beleidsregels zijn verduidelijking en invulling van de relatietoets en de concurrentievervalsingstoets.

Om als nevenactiviteit aangemerkt te kunnen worden moet een activiteit verband houden met of ten dienste staan van de hoofdtaak: het verzorgen van het programma waarvoor zendtijd is verkregen. In de nieuwe beleidsregels is ondermeer opgenomen dat een activiteit die de betrokkenheid van de kijker of luisteraar bij het programma of een omroep vergroot, beschouwd wordt als een nevenactiviteit. Een toegestane nevenactiviteit is bijvoorbeeld de verkoop van de zogenaamde 'zandkasteelpoppen'. Deze poppen, die figuren in het peuterprogramma Het Zandkasteel, worden door Educom op de markt gebracht. Deze activiteit wordt door het Commissariaat aangemerkt als nevenactiviteit omdat het spelen met deze poppen de betrokkenheid van peuters bij het programma vergroot.

Toetsing op concurrentievervalsing werd onder het oude regime alleen gedaan als er concrete aanwijzingen voor waren of als een derde er om vroeg. In de nieuwe situatie wordt bij alle nevenactiviteiten getoetst of deze tot marktverstoring leiden. Daarbij wordt niet uitsluitend gekeken naar de kostprijs, maar worden ook andere kostenaspecten betrokken. Denk aan de verkoopprijs, de markt en de merkwaarde. Het Commissariaat bekijkt bijvoorbeeld of de verkoopprijs die bij een nevenactiviteit wordt gehanteerd in de betreffende markt wel marktconform is. Omdat het gebruik van de (merk)naam bij een nevenactiviteit een omroep voordeel kan opleveren, wordt ook naar de sterkte van het merk gekeken. Dit houdt wel in dat omroepen bij melding van een nevenactiviteit voortaan meer gegevens moeten aanleveren en meer vragenlijsten moeten invullen.



De beleidsregels nevenactiviteiten gaan samen met nieuwe beleidsregels voor verenigingsactiviteiten, de Richtlijn neven- en verenigingsactiviteiten publieke omroep 1999 vervangen. De regels voor verenigingsactiviteiten liggen momenteel voor aan de sector ter consultatie. De beleidsregels nevenactiviteiten treden op 1 juli 2007 in werking. Alle nevenactiviteiten die vanaf dat moment nog bij het Commissariaat ter toetsing voorliggen zullen aan het nieuwe regime worden getoetst. ■

Commissariaat consulteert sector over nieuwe regels inzake verenigingsactiviteiten

Het Commissariaat voor de Media heeft nieuwe regels voor de toetsing van verenigingsactiviteiten van de omroepverenigingen ter consultatie voorgelegd aan de sector. Ook overige belangstellenden kunnen op de conceptregeling reageren. De nieuwe regels zullen na de consultatieronde definitief worden vastgesteld. Het Commissariaat wil met deze beleidsregels meer duidelijkheid geven over welke activiteiten als verenigingsactiviteiten zijn toegestaan. Deze nieuwe beleidsregel zal samen met de op 1 juli 2007 in werking getreden beleidsregels nevenactiviteiten de Richtlijn neven- en verenigingsactiviteiten publieke omroep 1999 vervangen.

Scheiding redactie en commercie bij product placement

Bij de liberalisering van het reclame- en sponsorregime voor commerciële omroepen heeft het Commissariaat voor de Media zich terughoudend opgesteld ten aanzien van product placement. Deze aanpak is in lijn met de visie van de Europese Commissie.

Louise Doorman, hoofd Juridische Zaken: "Toen de Europese Commissie en het Europees Parlement eind mei overeenstemming bereikten over de Europese Richtlijn, bleek dat men voor de invulling van product placement hetzelfde uitgangspunt hanteerde als in de Beleidsregels sponsoring commerciële omroep van het Commissariaat. Namelijk dat voorop staat dat redactie en commercie gescheiden blijven."

In het voorstel van de Europese Commissie voor een nieuwe Televisierichtlijn eind 2005 was de Commissie voorstander van het toestaan van product placement. Toen de plannen werden voorgelegd aan het Europese Parlement bleek echter dat er bezwaren waren. Verschillende leden wensten een wat meer restrictief beleid op dit gebied.

Onlangs heeft het Commissariaat in het streven naar een meer gelijkwaardige positie voor de spelers op de Nederlandse commerciële televisiemarkt, de regels voor sponsoring en reclame geliberaliseerd. De regels voor slogans, titelsponsoring en billboards zijn versoepeld.

Doorman: "Product placement wordt in Nederland beoordeeld aan de hand van de bepalingen voor sluikreclame. Met de Europese discussie in ons achterhoofd hebben wij de regels voor product placement niet versoepeld. We hebben ons beperkt tot een verduidelijking van de lijn die we in de praktijk al volgen. Ons uitgangspunt is dat bij product placement de scheiding tussen redactie en commercie gewaarborgd moet zijn. Producten of diensten moeten in programma's op neutrale wijze getoond worden en het publiek mag niet aangespoord worden tot de aankoop ervan. Dezelfde uitgangspunten blijken nu ook in de nieuwe Televisierichtlijn gehanteerd te worden. Het is goed om vast te kunnen stellen dat we op één lijn zitten met Europa." ■

Slaafvrije reep leidt tot sanctievoornemen

8

Het Commissariaat voor de Media is voornemens de RVU een boete van 20.000 euro op te leggen. Reden hiervoor is dat de omroep in het informatieve programma-onderdeel Keuringsdienst van Waarde veelvuldig en op overdadige wijze producten van Tony's Chocolonely heeft getoond. Het gaat om de chocoladereep, hagel-slag, ijs en het beeldmerk van Tony's Chocolonely. Daarmee maakt de omroep zich volgens het Commissariaat schuldig aan het tonen van niet toegestane reclame-uitingen.

De Tony's Chocolonely chocoladereep is een product dat is voortgekomen uit een reeks uitzendingen van de Keuringsdienst van Waarde waarin misstanden in de chocolade-industrie aan de kaak werden gesteld. Nadat de programmamakers vergeefs hadden gezocht naar een chocoladeproducent die met hen een slaafvrije chocoladereep wilde produceren, besloten zij dit in eigen beheer te doen. Daarmee was productiebedrijf Tony's Factory BV geboren. Het productieproces en



het op de markt brengen van Tony's Chocolonely's slaafvrije reep stonden vervolgens centraal in zeven afleveringen van Keuringsdienst van Waarde. Naast de reep werden later ook nog hagel-slag en ijs onder de merknaam Tony's Chocolonely geproduceerd. De reep is in de detailhandel en via internet verkrijgbaar.

De chocoladereep diende in de uitzendingen als journalistiek middel om informatie te krijgen en te geven over de chocolade-industrie. Daarbij werden, in een nieuwe vorm van onderzoeksjournalistiek, ondernemer-

schap en onderzoek gecombineerd. In een aantal afleveringen is de reep echter zo nadrukkelijk en positief getoond en besproken, dat De RVU daarmee de regels voor reclame-uitingen heeft overtreden. Een commercieel product wordt dankzij het programma sterk in de markt gezet.

De RVU heeft de problematiek van de chocolade-industrie op een vernieuwende manier onder de aandacht van het publiek willen brengen. Het experimentele en ideële karakter van het programma laat echter onverlet dat de regels die gelden voor het maken van reclame in acht hadden moeten worden genomen. Rekening houdend met de bijzondere omstandigheden rondom het programma, heeft het Commissariaat besloten niet de standaardboete van € 50.000 op te leggen maar de hoogte van de boete te bepalen op € 20.000.

In de hoorzitting op 18 juli a.s. kan de RVU zich nog verweren tegen de voorgenomen boete. ■

Ontheffingen zelfpromotie verlengd

Na consultatie van de sector en evaluatie van de effecten van de tijdelijke Ontheffing Zelfpromotie voor de commerciële omroep, heeft het Commissariaat besloten deze regeling voor onbepaalde tijd te verlengen. De ontheffing voor de publieke omroep is ook voor onbepaalde tijd verlengd.

Zelfpromotie is een bijzondere vorm van reclame, waarbij de omroeporganisatie haar eigen producten, diensten, programma's en netten aanprijst. Om te voorkomen dat zelfpromotie alleen in de reclameblokken uitgezonden kan worden uitgezonden, heeft het Commissariaat in 2005 besloten zowel publieke als commerciële omroepen hiervoor een generieke ontheffing te verlenen. Deze ontheffingen liepen af op 1 juli 2007.

Bij de evaluatie van de effecten van deze regeling bij de commerciële omroepen, stelde het Commissariaat vast dat de ontheffing in sommige gevallen wordt gebruikt

als vehikel om reclame voor derden te maken, waardoor de grens tussen zelfpromotie en sluikreclame wordt overschreden. Dit was met name het geval bij programmagerelateerde bospelletjes waarbij producten van derden werden getoond.

Na deze vaststelling had het Commissariaat in eerste instantie het voornemen om het vertonen van producten bij bospelletjes helemaal niet meer toe te staan. Echter na consultatie van de commerciële omroepen werd besloten dit alsnog toe te staan. Om sluikreclame te voorkomen heeft het Commissariaat in de ontheffing duidelijk aangegeven aan welke voorwaarden het vertonen van producten moet voldoen.

Het Besluit ontheffing zelfpromotie commerciële omroep 2007 en het Besluit ontheffing zelfpromotie publieke omroep 2007 zijn te raadplegen op www.cvdm.nl > Regelgeving > beleid ■

Publieke omroepen te laat met financiële gegevens

Alle landelijke publieke omroepen en de Wereldomroep hebben van het Commissariaat een brief ontvangen waarin wordt aangehouden op een tijdige oplevering van de jaarrekeningen.

De publieke omroepen en de Wereldomroep dienen het Commissariaat jaarlijks voor 1 mei informatie over het afgelopen boekjaar toe te sturen. In het Handboek Financiële Verantwoording Media 2005 staat nauwkeurig omschreven om welke gegevens het gaat.

In 2007 liet de oplevering van de gegevens over het jaar 2006 te wensen over. Slechts 4 van de landelijke omroepen leverden de vereiste gegevens tijdig en compleet aan. Van de overige 20 omroepen kreeg het Commissariaat de gevraagde informatie te laat of niet volledig binnen. In 2006 lag die verhouding nog bijna omgekeerd. Het Commissariaat heeft de omroepen er op gewezen dat voor het niet of te laat leveren van informatie een sanctie kan worden opgelegd. ■

'Het Commissariaat en de NMa versterken elkaars toezicht'

10

In deze CoMedia gaan we met René Jansen, lid van de Raad van Bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) op zoek naar de dwarsverbanden tussen de NMa en het Commissariaat voor de Media. Jansen: "Wij kijken altijd door de ogen van de eindgebruiker, de consument. Daarbij is de vraag of de consument voldoende alternatieven ter beschikking heeft. Het Commissariaat houdt vooral toezicht op het waarborgen van pluriformiteit, ons toezicht richt zich op het voorkomen van economische machtsposities."

Wat zijn de belangrijkste activiteiten en taken van de NMa op het gebied van mediamarkten?

"Laat ik eerst de drie hoofdtaken van de NMa noemen. Dat zijn: handhaving van het verbod op het maken van mededingingsafspraken (karteltoezicht), handhaving van het verbod op het misbruik maken van economische machtsposities en toetsing van voorgenomen fusies

en overnames. Dit laatste heeft tot doel economische machtsposities te voorkomen.

Wat betreft de mediamarkten hebben wij de afgelopen jaren het meeste werk gehad aan de toetsing van fusies en overnames zoals de overname van VNU door Wegener, en de overname van De Limburger door De Telegraaf.

Daarnaast speelden ook overnames op het gebied van communicatie-infrastructuren zoals Nozema en Tiscali Nederland, die beiden door KPN zijn overgenomen. Verder de fusie tussen diverse kabelmaatschappijen, zoals Essent Kabelcom en Multikabel Casema.

Ook is er de recente klacht van KPN over kabelmaatschappijen die roofterprijzen zouden rekenen bij de digitalisering van omroepsignalen. Deze klacht is nog in behandeling."

"In de Mediamonitor van jullie Commissariaat is de centrale conclusie dat er grote concentraties plaatsvinden op diverse markten. Deels zijn deze concentraties in gang

gezet voordat de NMa er was. PCM is ontstaan vóór 1998 (toen werd de Mededingingswet van kracht en is de NMa opgericht), deze fusie is niet getoetst, ook niet door de Europese Commissie. De overname van VNU door Wegener vormde ook een belangrijk concentratievraagstuk. Het Commissariaat houdt vooral toezicht om de pluriformiteit te waarborgen, ons toezicht richt zich op het voorkomen van economische machtsposities. Het gaat hierbij mede over pluraliteit. Zo is het bijvoorbeeld zeer wel denkbaar dat binnen één uitgeverij een pluriform aanbod van verschillende dagbladtitels bestaat."

Waarmee moet bij het toezicht op concentratie van mediamarkten vooral rekening worden gehouden?

"Als wij kijken naar markten, dan is het allereerst van belang om mediamarkten af te bakenen, om te zien op welke productmarkten de fusie of overname precies betrekking heeft. Het gaat er tevens om vast te stellen of deze markten landelijk, regionaal of lokaal georiënteerd zijn. We pro-

beren dat zo goed mogelijk te analyseren. We kijken daarbij altijd door de ogen van de eindgebruiker, de consument. Met name is daarbij de vraag van belang of de consument voldoende keuzemogelijkheden heeft, alternatieven ter beschikking heeft. Zo kan bijvoorbeeld internet een alternatief worden voor meer traditionele media.”

“Verder houden wij uiteraard rekening met de snelle veranderingen binnen de mediamarkten. Op sommige markten vinden weinig veranderingen plaats. Media -en communicatiemarkten daarentegen zijn erg in beweging. Daar zie je

in toenemende mate concurrentie ontstaan tussen verschillende infrastructuren, zoals ‘kabel’ en ‘koper’, mobiele transmissie, de ‘verglazing’ van de netten, en de ether die digitaliseert.”

De toekomstige mediamarkt zal verschillen van de huidige. In welk opzicht vooral denkt u, en wat betekent dat voor de concurrentieverhoudingen?

“Ik denk dat technologische ontwikkelingen hierin heel belangrijk zijn. Zowel voor ons maar ook voor het Commissariaat: in wiens handen komen deze verschillende infrastructuren? Kabel en koper zijn

nu in verschillende handen, KPN richt zich tevens op de ether sinds de overname van Digitenne. Als bijvoorbeeld alle kabelmaatschappijen in handen zouden komen van KPN, heeft dat verregaande gevolgen voor de toekomst, de infrastructuur en de aangeboden diensten.”
“Ik signaleer ook dat de partijen die content leveren een steeds belangrijkere rol krijgen omdat de infrastructuurbeheerders graag diensten willen aanbieden aan consumenten en daarbij afhankelijk zijn van de content die aangeboden wordt. Er zal in toenemende mate een concurrentiegevecht plaats gaan vinden om de contentaanbieders.



“Het gevecht om contentaanbieders zal alleen maar toenemen.”

Mede daarom verwacht ik dat de positie van omroepen steeds krachtiger wordt. Je ziet dit al gebeuren op mondiaal niveau, Amerikaanse aanbieders hebben een stevige invloed op de content door verwerking van filmrechten, actualiteiten, muziek, tell-sell. Het is niet meer zo dat iemand moet bedelen bij infrastructuuraanbieders om zijn of haar boodschap bij de consument te krijgen. Daarnaast wordt de positie van de televisie anders door IP-TV. Dit is interessant vanuit de pluriformiteitsgedachte, je krijgt meerdere dimensies en wellicht een breder en ruimer bereik."

"Ik kijk zelf bijvoorbeeld weinig TV, maar actualiteiten volg ik wel. Zo bekijk ik het NOS-journaal meestal via mijn laptop. Of ik kijk op mijn

BlackBerry naar het laatste nieuws en via links lees ik bijvoorbeeld de Telegraaf en Nu.nl."

De NMa en het Commissariaat gaan samenwerken in het kader van toezicht op de tijdelijke wet Mediaconcentraties. Hoe ziet u die samenwerking?

"De wetgever heeft het ons wat dat betreft vrij gemakkelijk gemaakt. Als wij een fusievraag krijgen voorgelegd op het gebied van radio, televisie of dagbladen, dan zullen we dat op de gebruikelijke, reguliere manier toetsen. Daarenboven zullen we gaan toetsen op basis van de criteria uit de tijdelijke wet. En die criteria zijn helder: de markten zijn vooraf wettelijk vastgesteld en de posities daarop zijn dan eenvoudig te bepalen."

"Bovendien hebben wij in het verleden plezierige gedachtewisselingen gehad met het Commissariaat, onder meer met Inge Brakman.

Er is toen een goede basis gelegd voor concrete samenwerking. Wij zijn nu bezig met de voorbereiding van een samenwerkingsprotocol. Samengevat komt het erop neer dat op het moment dat een fusie wordt gemeld, een geoliede machine in werking treedt: de NMa zal de fusie toetsen en de rol van het Commissariaat is om ons daarbij te adviseren. Een recent voorbeeld van die samenwerking is de verwerving van zeggenschap door de Telegraaf in Sky Radio. Het Commissariaat heeft de NMa hierb geadviseerd op basis van de Tijdelijke wet Mediaconcentraties."



"Ik kijk op mij BlackBerry voor het laatste nieuws."

Het is een tijdelijke wet, die begin 2010 afloopt. Welke richting zou het daarna op moeten met het toezicht op de mediaconcentraties?

"Dat hangt sterk af van hoe mediapmarkten zich gaan ontwikkelen. De vraag is of in de toekomst de waarborgen zoals gesteld in deze wet nog nodig zullen zijn, met name door de snelle ontwikkelingen van het medialandschap. Wat je kunt constateren is dat de invloed van bijvoorbeeld internet groeiende is. Met name jongeren halen daar het overgrote deel van hun informatie vandaan. Radio en televisie in traditionele zin lijken in dat opzicht een minder prominente rol te gaan spelen. Het is echter een politieke keuze of je die ontwikkelingen aan de markt zelf overlaat of dat je kiest voor extra waarborgen voor pluriformiteit. Daar gaan toezichthouders niet over, het is nadrukkelijk aan de politiek om een afweging te maken en daarover een besluit te nemen." ■

Nieuw toetsingskader neventaken

Publieke omroepen kunnen naast hun hoofdtaak neventaken verrichten. Voorbeelden van neventaken zijn een internetsite of een themakanaal. Neventaken van regionale en lokale omroepen worden door het Commissariaat getoetst én goedgekeurd voordat ze mogen worden gestart. In het toetsingskader is beschreven hoe een regionale of lokale omroep een voorgenomen neventaak moet aanmelden en aan welke voorwaarden moet worden voldaan. De criteria die het Commissariaat daarbij hanteert zijn toegankelijkheid, gerichtheid op de behoeften van de doelgroep, financiële onderbouwing, afspiegeling en pluriformiteit en onafhankelijkheid van commercie.

Toegankelijkheid

Gelet op het publieke karakter en de financiering vanuit publieke gelden, maar ook met het oog op de bevordering van de sociale cohesie in de samenleving, moet een neventaak vrij beschikbaar zijn voor alle kijkers en luisteraars in het verzorgingsgebied. Dat houdt overigens niet in dat de neventaak kosteloos moet worden aangeboden. Wel moet de nevenactiviteit voor iedereen op gelijke voorwaarden beschikbaar zijn.

Gerichtheid

Aan de eis dat de neventaak gericht moet zijn op de behoeften van de plaatselijke gemeenschap wordt voldaan als de inhoud van de neventaak betrekking heeft op of aansluit bij de specifieke interesses van de bewoners van het verzorgingsgebied.

Financiële onderbouwing

Het Commissariaat begint pas aan de inhoudelijke toetsing van een neventaak als er voldoende informatie beschikbaar is over de financiële onderbouwing van de voorgenomen neventaak. De omroep moet zoveel mogelijk duidelijk maken hoe de financiering van de neventaak zich verhoudt tot die van programma's die worden uitgezonden in het kader van de hoofdtaak.

Afspiegeling en pluriformiteit

Om het pluriforme karakter van een neventaak te waarborgen, moet een regionale of lokale omroep aangeven op welke manier een nevenactiviteit de regionale of lokale samenleving en de daaruit voortkomende interesses en inzichten van kijkers en luisteraars weerspiegelt, ook in relatie tot het overige aanbod van de omroep.

Onafhankelijkheid van commercie

Een regionale of publieke omroep en dus ook een neventaak dienen onafhankelijk te zijn van commerciële invloeden. Dat betekent echter niet dat bij een neventaak (bijv. een themakanaal) geen reclameboodschappen of gesponsorde programmaonderdelen mogen voorkomen. Is dat het geval dan zijn de bepalingen over reclame, sponsoring en redactionele onafhankelijkheid van toepassing.

Het Commissariaat heeft een vragenlijst opgesteld die regionale en lokale omroepen moeten gebruiken bij de melding van een neventaak. Alle gemelde neventaken worden door het Commissariaat opgenomen in het register nevenactiviteiten en neventaken. Het toetsingskader en de vragenlijst zijn te vinden op de website www.cvdm.nl ■

EPRA geeft leden kijkje in de keuken van de burens

14

Half mei vond in Praag de 25ste EPRA-bijeenkomst plaats. EPRA (European Platform of Regulatory Authorities) is het platform voor Europese toezichthouders voor de media. Vrijwel alle 41 landen die lid zijn van de EPRA waren deze keer van de partij. Na het bijwonen van een aantal plenaire onderdelen konden de deelnemers kiezen uit een drietal werkgroepen met presentaties over mediaconcentraties, nieuwe diensten in het publieke bestel of de regulering van belpellen. Vooral het laatste onderwerp trok veel belangstelling. Belpellen zijn momenteel in heel Europa onderwerp van discussie. De animo van toezichthouders om ervaringen uit te wisselen en van elkaar te leren was dan ook groot.

Het Verenigd Koninkrijk gaf de aftrap met een presentatie over de Britse aanpak van belpellen. Toezichthouder OFCOM houdt momenteel een publieke consultatie over de vraag hoe zogeheten participation TV het best kan worden gereguleerd.

Participation TV is een televisiedienst die geheel of nagenoeg geheel afhankelijk is van kijkers die ervoor betalen. Voor OFCOM is het belangrijkste onderscheid of zo'n dienst als redactioneel onderdeel (bijvoorbeeld een ondersteunend belpelletje) of als reclame moet worden gezien. Als voorbeeld werden beelden van quizzes, 'adult chat' en spirituele diensten getoond. Met name de quizzes zijn vergelijkbaar met de programma's die in Nederland worden uitgezonden. Momenteel worden in het Verenigd Koninkrijk spellen en dergelijke als puur redactionele informatie beschouwd. De OFCOM lijkt er echter naar te neigen dit soort programma's in de toekomst als telewinkelen te gaan kwalificeren. Een definitief besluit hierover zal mede afhangen van de uitkomsten van de consultatie.

Het verhaal van de Belgische CSA (Franstalige gemeenschap) vertoonde belangrijke overeenkomsten met dat van de Britten. Ook bij onze zuiderburen speelt de vraag of programma's die hoofdzakelijk uit belpellen bestaan, niet als telewinkelen moeten

worden aangemerkt. Per 1 januari 2007 is in België voor belpellen een co-reguleringsinstrument van toepassing. De CSA is zich ervan bewust dat vanwege de enorme financiële belangen de invloed van deze co-regulering niet al te groot zal zijn.

Geen reclame in ORF-zaak

Het belpellengeweld speelt zich af tegen de achtergrond van de Oostenrijkse ORF-zaak die in Europa veel stof deed opwaaien en die door de Europese toezichthouders met belangstelling wordt gevolgd. In deze zaak legde de Oostenrijkse toezichthouder de publieke omroep ORF een boete op vanwege het overtreden van het verbod op telewinkelen. De omroep zond namelijk een TV-show uit met een onderdeel dat gewijd was aan een bospel met een prijs. ORF was het met deze sanctie niet eens en de zaak kwam terecht bij de nationale rechter. Deze heeft vervolgens bij het Europese Hof van Justitie middels prejudiciële vragen uitleg gevraagd over het betreffende artikel in de Richtlijn. Het Europese Hof heeft zich nog niet over de kwestie uitgespro-



ken, maar eind mei kwam de advocaat-generaal van het Hof al wel met een conclusie. Daaruit kan worden afgeleid dat er bij bescpellen geen sprake is van 'reclame'. Of er sprake is van 'telewinkelen' hangt volgens de advocaat-generaal af van het hoofdoel van het programma, de tijd die met het spel is gemoeid in verhouding tot de duur van het totale programma, hoeveel kijkers participeren en de hoogte van de opbrengsten. De visie van de advocaat-generaal wordt doorgaans gevolgd door het Hof van Justitie. Het effect van een eventuele kwalificatie van bescpellen als telewinkelen door het Europese Hof zal overigens minder groot zijn als in de nieuwe Europese richtlijn de maxima voor telewinkelen vervallen.

Manieren om heerscappij RAI te doorbreken

Het Commissariaat voor de Media mocht in de werkgroep over mediaconcentraties het spits afbijten. Veel landen zijn gecharmeerd van de Nederlandse benadering waarbij naast marktaandeelen en eigendom sinds 2004 ook de nieuwsmarkt in kaart wordt gebracht. Dit laatste omdat dit een betere indicatie geeft van de opiniemacht van een media-bedrijf. Ook werd kort stilgestaan bij de strekking van de nieuwe Tijdelijke

wet mediaconcentraties en is vooruitgelopen op de workshop over de mogelijkheden van een Europese monitor mediaconcentraties die het Commissariaat in oktober 2007 organiseert.

De Italiaanse vertegenwoordiger gaf in zijn presentatie een overzicht van het Italiaanse toezicht op mediaconcentraties en noemde zeven oplossingen van toezichthouder AGCOM om het oligopolie van omroepen RAI en RTI te doorbreken. Die variëren van het reserveren van advertentiecapaciteit voor concurrenten, het reduceren van totale advertentiecapaciteit en het lanceren van een advertentievrij kanaal.

Uitzending gemist op z'n Brits

Het onderscheidend karakter en nieuwe diensten van de publieke omroep stonden centraal in de derde werkgroep. De eerste casus was het grote internetoffensief van de Britse BBC dat dit najaar van start gaat. De nieuwe dienst is te vergelijken met het Nederlandse uitzendinggemist.nl. Grote verschil is dat de Britten het programma niet achteraf vanaf een server van de omroep moeten bekijken, maar het met de iPlayer live via internet kunnen bekijken of kunnen downloaden op hun pc.

In het Verenigd Koninkrijk worden

vrij gedetailleerde voorwaarden gesteld aan de (nieuwe) activiteiten van de publieke omroep. Het is BBC Trust - de interne toezichthouder van de BBC - die uiteindelijk besluit of een nieuwe activiteit mag worden gestart. De Britse toezichthouder OFCOM onderzoekt de impact van een nieuwe dienst op de markt van nieuwe activiteiten. Een verdere inhoudelijke beoordeling – bijvoorbeeld of een nieuwe activiteit iets toevoegt – ligt echter niet bij deze toezichthouder.

Concurrerende commerciële media-bedrijven die bang zijn dat de Britse publieke omroep met de online activiteiten te dominant wordt, wordt tegemoet gekomen met beperkingen die BBC Trust de BBC heeft opgelegd. De belangrijkste is dat programma's maar gedurende zeven dagen mogen worden gedownload. Het bestand blijft vanaf het moment dat het geopend is maar dertig dagen beschikbaar in plaats van 3 maanden. Ook moet een aantal populaire series als Eastenders en Top Gear worden uitgesloten van online verspreiding. Omdat de verkopen in Engeland te veel geraakt worden is bovendien een totaalverbod ingesteld op het verspreiden van klassieke concerten door middel van podcasts. ■

Tijdelijk wet Mediaconcentraties in werking

Op 13 juni is de Tijdelijke wet mediaconcentraties in werking getreden. Hiermee heeft het onderzoek van het Commissariaat naar mediaconcentraties een wettelijke basis gekregen en zijn de regels voor mediacrossownership versoepeld. De wet is van kracht tot 1 januari 2010 en zal met het oog op de snelle ontwikkelingen op de mediemarkt begin 2009 worden geëvalueerd. Als daar aanleiding toe is, kan de werking van de wet per koninklijk besluit wordt verlengd.

Het toezicht op fusies en overnames van mediabedrijven is in handen van de NMa. Het Commissariaat krijgt daarbij een adviserende rol. De eerste zaak waar de NMa en het Commissariaat zich over hebben gebogen, was de overname van Sky Radio door uitgever Telegraaf (TMG). Omdat TMG op grond van de oude regelgeving een te groot marktaandeel op de dagbladmarkt had, kon deze transactie in 2006 niet doorgaan. Onder het nieuwe soepelere regime zullen er voor deze overname geen belemmeringen meer zijn. Andere fusies die op stapel staan, zijn die tussen de Engelse uitgever Mecon en het Nederlandse Wegener en die tussen de uitgeverijen PCM en NDC/VBK. De verwachting is dat beide fusies binnen een jaar gemeld zullen worden.

Momenteel is het Commissariaat druk bezig met het verzamelen van actuele cijfers over de marktaandelen op dagbladen-, radio- en televisiemarkt. Deze zullen vanaf september voor iedereen toegankelijk en beschikbaar zijn op een nieuwe website. Partijen die bij de melding van een concentratie opgave moeten doen van de marktaandelen die zij hebben, kunnen van deze gegevens gebruik maken. Het Commissariaat verwacht hiermee vooral kleinere mediabedrijven tegemoet te komen die zelf niet over de middelen beschikken om deze gegevens te verkrijgen. ■

Incomplete informatie levert lokale omroepen boete op

Sinds twee jaar is de Stichting Lokale Omroep Putten de spreekwoordelijke uitzondering op de regel. Dit jaar had het Commissariaat de gegevens van deze omroep al op 12 maart binnen!

De meeste lokale omroepen moesten echter een eindspurt inzetten om het Commissariaat nog voor 1 juni van de benodigde informatie te voorzien. 204 van totaal 303 lokale omroepen leverden uiteindelijk hun gegevens bij het Commissariaat aan. Feitelijk waren maar 293 omroepen verplicht om het Commissariaat informatie te verschaffen. De 10 resterende omroepen zijn dit jaar of vanwege het feit dat ze nog maar net een zendmachtiging hebben, of omdat zij inmiddels zijn opgeheven, vrijgesteld van de informatieplicht.

Neemt niet weg dat 72 omroepen deels en 17 helemaal niet aan de informatieplicht hebben voldaan. Het Commissariaat heeft alle lokale omroepen begin maart in een brief laten weten dit jaar strenger te gaan optreden tegen omroepen die incomplete gegevens aanleveren. Omroepen die hun gegevens te laat of incompleet hebben aangeleverd, kunnen een sanctie van 150 euro tegemoet zien.

Of de gegevens van de omroepen inhoudelijk ook kloppen zal in de loop van het jaar duidelijk worden. Het Commissariaat gaat dat de komende maanden steekproefsgewijs controleren. Mocht uit de controles blijken dat een omroep bijvoorbeeld niet aan het programmavoorschrift heeft voldaan of dat de financiën niet op orde zijn, dan zullen er sancties volgen. In ernstige gevallen, bijvoorbeeld als het pbo feitelijk niet functioneert of als er sprake is van financiële wan toestanden, kan het Commissariaat zelfs overgaan tot het intrekken van zendtijd. Omroepinstellingen die niet in een steekproef zijn opgenomen, kunnen een verslag van de resultaten van het toezicht vinden in het jaarverslag van het Commissariaat. ■

Collegebesluiten die in de periode van 24 april tot en met 5 juni 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 Schijndel
- Stichting Lokale Omroep Boarnsterhim
- Stichting Streekomroep Start voor de gemeenten Sittard-Geleen en Beek
- Stichting RTV Maarssen
- Stichting Lokale Omroep Woerden
- Stichting Lokale Omroep Roerstreek voor de gemeente Roerdalen
- Stichting Radio Televisie Alkmaar
- Stichting Regionale Omroep Gouwestad voor Gouda en Reeuwijk
- Stichting Radio/Televisie Losser-Oldenzaal voor de gemeenten Losser en Oldenzaal
- Stichting Lokale Omroep Tsarina voor de gemeente Anna Paulowna
- Stichting Omroep Venlo
- Stichting Algemene Omroep Organisatie voor de gemeente Bloemendaal
- Stichting Radio Televisie Delfzicht Lokaal voor de gemeenten Appingedam en Delfzijl

Het bezwaar van de Vereniging Radio Aktief inzake het besluit de zendtijd in te trekken, wordt niet-ontvankelijk verklaard.

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:

- Media Groep Urk voor het programma Radio Noordzee
- The Box Holland B.V. voor het televisieprogramma Comedy Central
- MTV Networks B.V. voor het televisieprogramma MTV The Netherlands
- TV Digitaal B.V. voor het programma Schlager TV
- Commerciële Omroep Radio Royaal Texel voor het programma WET-radio
- Uitgeverij De Bunschoter B.V. voor De Bunschoter Televisie (DB-TV)
- Leijten Media B.V. voor Kabelkatern 9
- Kink FM C.V. voor het programma Kink FM
- Brugnet TV B.V. voor Brug TV en Koerier TV
- Kabelkrant van den Munckhof Venray B.V. voor Kabelkrant Venray
- KKN Media voor KNN Regio TV
- De Winter Uden B.V. voor Stads TV11
- Weert Televisie VOF voor Weert TV
- Blad BV voor het kabelkrantprogramma Blad TV
- VTV-1 VOF voor het kabelkrantprogramma VTV-1
- Omroep Vereniging Veendam voor het programma Waterstad FM Groningen
- MTV Networks B.V. voor de televisieprogramma's TMF Pure en Nick Toons
- Medicons voor het programma X-MO

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

- Little Fish voor Lowlands en Parkpop
- Stichting Zandvoortse Omroep Organisatie voor de Grand Prix en het KLM Golftoernooi
- Tele Event Service voor Koninginnedag 2007
- Nova Media Producties voor de corsoweek (Fruitcorso en Appelpop)
- Beheersmaatschappij Tigchelaar voor Drive In Bioscoop
- Stichting Gigant FM voor Ol' timer Vereniging Nieuw Amsterdam
- Katholieke Studenten Vereniging Sanctus Virgilius voor de introductieweek (Virgiel FM)
- Micro Computer Gebruikers Vereniging Stack voor de introductieweek van de Technische Universiteit Eindhoven (Stack FM)
- FunX BV voor het Festival Mundial Tilburg 2007
- Stichting Haarlem Jamborette voor Haarlem Jamborette 2007
- Radio Moonlight voor kampioenschappen fietscrossen te Schoonbeek
- Sub Multimedia ReSearch Lab Ltd. voor Radio Oltranzista - 5 days off
- Sunshine LIVE Nederland VOF voor Roze Zaterdag in Bergen op Zoom
- Stichting Cultuur Express voor Caribbean Express
- Q Outdoor Events voor Defqon.1
- Stichting The Crown voor Xnoizz Flevo Festival

- Backx Geluid Oosterhout voor Nederlands Kampioenschap wielrennen
- W.L. Productieservice voor de finaledag van het Ordina-Open Tennistoernooi

Juridische zaken – Programmatoezicht

24 april

- De beleidsregels ontheffing programmatitel commerciële omroep 2007 worden vastgesteld.
- Het wijzigingsbesluit BSPO 2005 wordt vastgesteld.
- Stichting The Angel krijgt ontheffing van de verplichting tot het uitzenden van Europese producties in het televisieprogramma Angel.
- SBS wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voorstellen een bestuurlijke boete van € 13.500,- op te leggen wegens het niet voldoen aan de programmaquota 2005.

1 mei

- De handhavingsverzoeken van Betaco B.V. van 9 maart 2006, 8 juni 2006 en 18 september 2006 met betrekking tot het gebruik van de merknaam Radio Decibel en de websites decibel.nl en radiodecibel.nl door Blue Bopp Producties, worden afgewezen.

8 mei

- RTV Lingewaard krijgt ontheffing van het verbod vermijdbare reclameuitingen uit te zenden in verband

met het eenmalig uitzenden van het evenement 'Het Lingewaards Dictee', waarvan de opbrengst is bestemd voor het Midwinterdiner ten behoeve van vereenzaamde inwoners van Lingewaard.

- Het bezwaar van SBS Broadcasting B.V. (voor zover nodig mede begrepen namens TV 10 B.V.) tegen de brief van het Commissariaat, waarin gevraagd wordt een rapportage programmaquota 2006 te verstrekken over vier in die brief aangegeven specifieke weken, wordt niet ontvankelijk verklaard omdat geen sprake is van een voor bezwaar en beroep vatbaar besluit.

- Kabelomroep Zuid-Limburg (Maastricht FM) krijgt een bestuurlijke boete van € 2.175,- omdat in een onderzochte periode te weinig ICE programmaonderdelen (Informatie, Cultuur en Educatie) werden uitgezonden, bovendien werd niet voldaan aan de bewaarplicht.

- Game Network BV (Babestation2) krijgt voor een periode van vijf jaren volledige ontheffing van de verplichting Nederlands- of Friestalige programma's uit te zenden.

22 mei

- De TROS krijgt een bestuurlijke boete van € 135.000,- wegens het dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden (Diomedea).
- SBS/TV 10 BV krijgt een bestuurlijke boete van € 13.500,- wegens het uitzenden van te weinig Europese producties en van te weinig oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programma's.

5 juni

- De RVU wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voorstellen een bestuurlijke boete van € 20.000,- op te leggen wegens niet-toegestane reclameuitingen voor het chocolademerkt Tony Chocolonely in het programmaonderdeel Keuringsdienst van Waarde.

Overig

5 juni

- Het Besluit houdende aanpassing van de Richtlijn Neven- en verenigingsactiviteiten publieke omroep 1999, wordt vastgesteld.
- Het Besluit ontheffing zelfpromotie publieke omroep wordt vastgesteld.
- Het Besluit ontheffing zelfpromotie commerciële omroep wordt eveneens vastgesteld.
- Voor het televisieprogramma The Family 7 channel wordt ontheffing verleend van het wettelijk verplichte percentage Europese producties en oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen. Zowel het percentage Europese producties als het percentage oorspronkelijk Nederlands- of Friestalige programmaonderdelen wordt voor dit programma vastgesteld op 10% voor het jaar 2007, 15% voor 2008 en 25% voor 2009. Deze ontheffing geldt zolang het programmaformat niet wordt gewijzigd.

Financieel toezicht

Lokaal

8 mei

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van Stichting Lokale Omroep Radio Polderland is beoordeeld, wordt vastgesteld.

29 mei

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van Stichting Radio/Televisie West-Friesland (RTW) is beoordeeld, wordt vastgesteld.

5 juni

- De brief waarin de jaarrekening 2005 van Stichting Lokale Omroep Zundert (SLOZ) is beoordeeld, wordt vastgesteld.

Neventaken en nevenactiviteiten

5 juni

- Aan de AVRO wordt goedkeuring verleend voor de neventaak, bestaande uit het verzorgen van het televisieprogramma Dier en Natuur, zoals verspreid via de kabel, de eigen website(s) en IPTV.
- Aan Educom wordt goedkeuring verleend voor de neventaak bestaande uit het verzorgen van het televisieprogramma Nederlande, zoals verspreid via de kabel, de eigen website(s) en IPTV.

Besluiten Vaste Boekenprijs over de periode vanaf 13 februari tot en met 24 april 2007

Vaste Boekenprijs

13 februari

- De Bijenkorf wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 15.000,- op te leggen. Dit naar aanleiding van een spaaractie, waarbij onder andere boeken met korting werden aangeboden.

27 februari

- Het bezwaar van Ruward c.s. tegen het bestuurlijk rechtsoordeel dat de Kluwer Collegebundel als almanak dient te worden aangemerkt, wordt ongegrond verklaard.

- Het handhavingsverzoek van Ruward B.V. tegen Kluwer en Jongbloed Juridische Boekhandel, die met betrekking tot de Kluwer Collegebundel niet de vaste boekenprijs hanteren, wordt afgewezen omdat deze collegebundel wordt aangemerkt als almanak, waarvoor niet de vaste boekenprijs geldt.

- Cornelisse & Bakker V.O.F. (Primera) krijgt een waarschuwing naar aanleiding van een kortingsactie met boeken, waarvoor reclame werd gemaakt in Stadsblad Utrecht Zuid.

13 maart

- Plantage Boekhandel Van Lent wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het

COLLEGE BESLUITEN

voornemen een bestuurlijke boete van € 750,- op te leggen. Dit naar aanleiding van een parkeeractie bij aankoop van boeken.

27 maart

- Het sanctievoornemen gericht aan Hoogvliet B.V. met betrekking tot diens Shop & Service spaarprogramma wordt ingetrokken.

24 april

- DKV-beheer (DekaMarkt Zaanstreek, DekaMarkt Kennemerland en DekaMarkt Hoorn) wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 11.250,- op te leggen. Dit naar aanleiding van een actie waarbij cadeaubonnen worden verschaft bij aankoop van het nieuwe boek van Sonja Bakker.

- DekaMarkt Apeldoorn B.V. wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een bestuurlijke boete van € 3.750,- op te leggen. Dit naar aanleiding van dezelfde actie als hierboven genoemd, waarbij cadeaubonnen worden verschaft bij aankoop van het nieuwe boek van Sonja Bakker.



www.cvdn.nl

