

CO.MEDIA

UITGAVE VAN HET COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA - NUMMER 130 - OKTOBER 2009



“Legitimatie publieke omroep is niet vanzelfsprekend”

Nieuwe commissaris:
Madeleine de Cock Buning

Spraakmakende zaken

Nummer 130
Oktober 2009

CoMedia is een uitgave van het
Commissariaat voor de Media

Redactie:
Wanda Bade
Fred van der Gon Netscher
Ingrid Koorn

Met bijdragen van:
Marcel Betzel
Jan van Cuilenburg
Jan Vosselman Bosch

Fotografie:
Wim Kluvers
Ruud Pos

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:
Anker & Strijbos grafisch ontwerp bno

Druk:
Roto Smeets GrafiServices

Coverfoto:
*Hans Wansink, politiek commentator
de Volkskrant en Jo Bardoel, hoogleraar
Journalistiek en Media*

3 Column

Een goede kosten-batenanalyse zou de discussie over de publieke omroep kunnen verrijken, meent Jan van Cuilenburg.

4 Hilversum volgens Hans Wansink en Jo Bardoel

Een tweegesprek tussen een krantenman en een omroepman over de stand van zaken binnen de publieke omroep en de media in het algemeen. "Ik vind het jammer dat kranten en publieke omroep zo tegenover elkaar zijn komen te staan."

8 Evaluatie ledenwerving

In totaal werden 112 cadeaus aangeboden bij een omroepidmaatschap. Vijf daarvan hadden een te grote waarde.

9 Commissaris Madeleine de Cock Buning

De nieuwe commissaris pleit voor Selbstzwang, zelfregulering, in plaats van Überzwang, regulering van bovenaf: "Ik vind het belangrijk om regels zo goed mogelijk uit te leggen, vooraf te informeren en te motiveren tot vrijwilligheid."

12 Nieuwe Omroepmededeling

Een belangrijke wijziging is dat nu expliciet wordt erkend dat betaaldiensten onderdeel kunnen uitmaken van de publieke taak.

13 Spraakmakende zaken

De zendtijd van de moslimomroepen en enkele andere kwesties trokken de aandacht van pers en politiek.

14 Collegebesluiten

Een overzicht van de besluiten genomen in de periode van 9 juni tot en met 1 september 2009.

De kosten en baten van Paul de Leeuw en de Ster

Cost-benefit analysis, in de VS ooit bedacht bedacht om nut en opbrengst van grote publieke projecten te berekenen, is weer terug in de Nederlandse politieke discussie. Gaan we door met de Amsterdamse Noord-Zuid-lijn? Kosten-batenanalyse moet uitkomst geven. Steun aan banken in de kredietcrisis, verhoging van de pensioenleeftijd naar 67 jaar? Kosten-baten ...! Recentelijk is daar een parlementair pleidooi voor een kosten-batenanalyse van immigratie naar Nederland bijgekomen. Dat heeft bij tegenstanders van zo'n analyse nogal wat stof doen opwaaien. Maar de pleitbezorgers krijgen steun van de gezaghebbende econoom prof. Peter Nijkamp: er is niets tegen zo'n kosten-batenanalyse als het maar wetenschappelijk gebeurt (alle kosten en baten) over een langere periode en ook door na te gaan hoe wij er nu voor zouden staan als er nooit immigranten in Nederland zouden zijn gearriveerd.

Goede kosten-batenanalyse zou ook de discussie over publieke omroep kunnen verrijken. Maar dan wel wetenschappelijk verantwoord door publieke opbrengsten keurig af te zetten tegen publieke kosten, genomen over een langere periode. Neem de levendige discussie over de top-salarissen van presentatoren. Er wordt door de verdedigers van topgages altijd beweerd dat Paul de Leeuw, om maar een willekeurig voorbeeld te noemen, voor de publieke omroep zo belangrijk is omdat hij veel kijkers trekt, wat goed is voor het marktaandeel en voor de Ster. Is dat ooit onomstotelijk bewezen? We hebben publieke omroep om de public value van zijn programmering: gaat het alleen om marktaandeel of om meer, is ooit vastgesteld dat Paul de Leeuw zo'n uniek talent is dat zonder hem zo'n marktaandeel niet gehaald kan worden, zijn er geen andere unieke talenten die voor minder hetzelfde doen, komt er bij Paul de Leeuw meer kijken om te scoren dan Paul alleen? Om maar een paar vragen te stellen

die voor een verantwoorde publieke-batenanalyse nodig zijn om Pauls hoge gage, publieke kosten, te kunnen rechtvaardigen. Trouwens, wie verdient er eigenlijk meer aan wie: de publieke omroep aan Paul of Paul aan de publieke omroep?

Een heel ander geval, Ster-reclame. Is daar ooit een goede kosten-batenanalyse van gemaakt? Ik kan het me niet herinneren. De publieke baten van de Ster zijn duidelijk: de ruim 200 miljoen euro die naar de mediabegroting van minister Plasterk vloeien. Zijn er nog andere opbrengsten van Ster-reclame die bijdragen aan de public value van de omroep? Ik ken ze niet, behalve dan dat adverteerders ook graag via de publieke omroep reclame maken. Over de publieke kosten van de Ster kan wel iets meer worden gezegd: reclame is – met alle waardering voor de Ster, en dat meen ik – toch eigenlijk een wezensvreemd element voor een publieke omroep, en daarmee een behoorlijke publieke-kostenpost. Wat te denken bijvoorbeeld van de concurrentie die de Ster zijn commerciële collega's en de gedrukte media aandoet? Hebben we ooit de kosten daarvan berekend? En dan heb ik het nog niet over de 'kosten' voor de kijker: de hoeveelheid reclame tussen alle publieke programma's door heeft – het moet me echt van het hart – zo langzamerhand toch wel de grens van het verdraagbare overschreden. Al met al, vermoedelijk meer kosten dan baten.

Overigens, professor Nijkamp verwacht een positief saldo van immigratie. Ik denk dat hij gelijk krijgt, althans afgaande op de Amerikaanse historica, Amy Chua, die recent aantoonde dat die landen het in de wereldgeschiedenis goed deden die veel immigratie kenden. Als voorbeeld van een opvallend wereldrijk komt daarbij het kleine Nederland uit de 17e eeuw prominent in haar onderzoek naar voren: heel veel immigratie en heel veel tolerantie, gevolg: heel veel welvaart. ■

Jan van Cuilenburg



“De legitimatie van de publieke omroep is niet vanzelfsprekend”

Hans Wansink, politiek commentator bij de Volkskrant, riep op 25 juli jl. in zijn wekelijkse column ‘De hogedrukspuit op Hilversum’ op tot een publiek debat over de kernwaarden van de publieke omroep. Voor het Commissariaat aanleiding om hem alvast een voorshot daarop te laten nemen, samen met hoogleraar Journalistiek en Media Jo Bardoel. De laatste is tevens voorzitter van de commissie Media bij de Raad voor Cultuur en bekleedde in het verleden diverse functies bij de publieke omroep. Een tweegesprek over de stand van zaken binnen de publieke omroep en de media in het algemeen.

Hoe zouden jullie de huidige situatie in Hilversum kernachtig typeren?

Wansink: “Ik heb hem niet zelf bedacht, maar vind het wel een goede: “de oude verzuiling wordt vervangen door een nieuwe verzuiling”. De publieke omroep is ontstaan uit de behoefte om een levensbeschouwelijk pluriform aanbod veilig te stellen, in een tijd waarin frequenties en zenders heel schaars waren. Maar aan die oorspronkelijke doelstelling kan de publieke omroep nu weinig legitimatie meer ontlenuen. De levensbeschouwelijke stromingen zijn drooggelopen en er is een model ontstaan waarbij mensen op basis van ledentallen kunnen deelnemen aan de publieke omroep. Die situatie wordt oneigenlijk gebruikt door allerlei belangengroepen. Dat gedeelte van de missie: levensbeschouwelijke pluriformiteit, is om een aantal redenen achterhaald.”

Bardoel: “Ik vind dat een iets te negatieve kijk. Er zijn momenten geweest dat ik somberder was. Mijn typering ligt in de sfeer: “van kwantiteit naar kwaliteit”. Ik vind dat de publieke omroep de laatste vijf jaar een flinke omslag gemaakt heeft. Ik was vijf jaar geleden lid van de eerste

visitatiecommissie. We kwamen tot een alarmerend rapport: zo gaat het niet langer, de zenders zijn onherkenbaar, de kijkers lopen weg. Er moet iets gebeuren. Zo is het ook gegaan. De centrale regie in Hilversum is verbeterd en dat heeft de nieuwe netprofilering vervolgens mogelijk gemaakt. De negatieve spiraal werd doorbroken, zenders zijn een stuk herkenbaarder. Tegelijkertijd zeg ik: het is mooi

“DE CENTRALE VRAAG IS: HOE KUNNEN WE IN DE TOEKOMST GOEDE JOURNALISTIEK BETAALBAAR HOUDEN?”

dat het teruglopende bereik is gekeerd, maar men moet nu wel de slag maken naar kwaliteit. Dat gebeurt nog lang niet altijd, samenhangend met een van de centrale problemen in Hilversum. Omdat er zoveel partijen zijn is het moeilijk om samen een inhoudelijke koers te bepalen. Vanuit de traditie is dat logisch. Die slag dat men samen naar voren kijkt is nog maar half gemaakt.

Aanleiding voor dit gesprek is jouw column in de Volkskrant, Hans, waarin je stevige kritiek geeft op de cultuur binnen de publieke omroep. Exorbitante salarissen, snoepreisjes.. Men doet maar, lijkt je te suggereren.

Wansink: “In Hilversum moet men begrijpen dat er een grote maatschappelijke discussie is over beloningen, gefinancierd uit publieke middelen. In het kader van die discussie moet je je realiseren als publieke omroep dat je vrij kwetsbaar bent.



Wansink (links): "Iedereen is gewend geraakt om zijn eigen baasje te zijn en zijn eigen afspraken te maken."

Belastinggeld wordt steeds schaarser, wordt dus ook steeds minder beschikbaar voor de publieke omroep. En dan moet je zorgen dat je een goede reputatie hebt, waarbij je zo zuinig mogelijk opereert.

De publieke omroep heeft in het kader van de verzuiling altijd veel vrijheid gekregen. En nu zie je dat iedereen gewend is geraakt om z'n eigen baasje te zijn en zijn eigen afspraken te maken."

Bardoel: "Ik ben het ermee eens dat je publiek geld heel goed moet besteden, maar het probleem bij onze publieke omroep is dat het een soort publiek-private constructie is én dat alle afzonderlijke clubs ook nog eigen inkomensstromen hebben. Er wordt al jaren op aangedrongen door het CvdM en ook door ons, als Raad voor Cultuur, om die boekhouding eens op orde te brengen, doorzichtig te maken. Er zijn al stappen gemaakt, maar het kan nog veel beter.

De suggestie van Hans dat het allemaal niet deugt gaat mij een slag te ver. De omroep lijkt wel eens een grote familie, maar corruptie en echte geldsmijterij, ik geloof niet dat dat een algemeen patroon is. Tegelijk ben ik het met Hans eens: als je zoveel verschillende organisaties hebt, krijg je altijd een zekere versnippering van middelen. Je ziet het bijvoorbeeld bij kwalitatief drama. Dat moet je in grote eenheden doen, je moet meer samenwerken en dat gebeurt te weinig. Wat ook meespeelt in het hele verhaal, is dat de publieke omroep in de meeste landen in bezit is van de nationale culturele elite, kijk naar Engeland, Duitsland etc. Bij ons is de



Bardoel: "Ik denk dat pers en publieke omroep het nodige voor elkaar kunnen betekenen."

publieke omroep eigendom geworden van de verschillende volksculturen."

Wansink: "Het probleem is ook dat de publieke omroep door allerlei omstandigheden in een verdomhoekje zit. De commerciële omroep, de printmedia, iedereen zit in de problemen vanwege de oprukkende digitalisering, nog los van de huidige economische crisis. Dan is het niet gek dat andere media er moeite mee hebben dat publieke omroepen veertig websites in de lucht houden, van belastinggeld. Je moet je realiseren dat je legitimatie niet vanzelfsprekend is."

Wat zou een aanvaardbaar model zijn voor een publieke omroep nieuwe stijl?

Bardoel: "Er zijn twee visies op de publieke omroep van de toekomst. De een luidt: de publieke omroep moet een veel toegespitstere taak krijgen, vooral hoogwaardige informatie en cultuur bieden. Meer het Amerikaanse model. En daarnaast heb je de meer Europese traditie, waarbij omroepen vrijwel overal een volledig programma brengen. Met het BBC-adagium 'we doen alle thema's en genres. Maar je moet wél kunnen zien dat het van ons is.' Zelf ben ik geen voorstander van een Amerikaans model, dan ga je echt naar een publieksaandeel van 5 procent."

"DE OUDE VERZUILING WORDT VERVANGEN DOOR EEN NIEUWE VERZUILING."

Wansink: "Ik vind het belangrijk dat de publieke omroep bepaalde culturele taken blijft vervullen, bijvoorbeeld als het om cabaret gaat. Dat moet voor een groter publiek beschikbaar zijn. Maar volstrekt marginaliseren totdat het een heel kleine niche wordt, daar ben ik ook niet voor."

"Het gaat om de richting die Jo net schetst: het bieden van kwaliteitsjournalistiek, documentaires, Nederlands drama, muziek. Kortom, belangrijke culturele en journalistieke diepgaande producties, die door commerciële partijen niet worden opgepakt. Daar zou de publieke omroep zijn legitimatie aan moeten ontlelen."

"Maar óók dan zit je nog steeds met die rare structuur, waarbij allerlei nieuwe belangenpartijen zich kunnen aanmelden. Ik ben voor keuzes maken, in de beperking je kracht zoeken. Niet per se drie netten willen vullen of 40 websites of programabladen uitgeven. En ik vind het ook een taak van de politiek om daar richting aan te geven. De publieke omroep heeft altijd gedacht: we zitten wel goed, met de politieke meerderheid van PvdA en CDA achter ons, maar dat is niet meer de werkelijkheid. Die politieke dekking valt een beetje weg."



Wansink: "Ik ben voor keuzes maken, in de beperking je kracht zoeken."

Bardoel: "Ik vind het jammer dat kranten en publieke omroep zo tegenover elkaar zijn komen te staan. In het verleden waren media en journalisten veel meer elkaars bondgenoten. Vanwege de moeilijke situatie zegt men nu vanuit de perskant: die publieke omroep moet wat kleiner zijn, want dat geeft ons meer mogelijkheden. Dat is een belangrijke discussie, die op alle niveaus speelt: lokaal, nationaal, Europees."

Wansink: "Ik denk dat samenwerking wel degelijk mogelijk is. Kijk naar de buitenlandse correspondenten, die nu al vaak voor zowel radio als de geschreven pers werken. Daar kan televisie ook meer bij betrokken worden. Niet alleen als het gaat om onderzoeksjournalistiek, maar ook bij het beschikbaar stellen van beelden. Tv-fragmenten, Kamerdebatten die een krant tegen een redelijke vergoeding op zijn website kan plaatsen. Daarom ben ik blij met het rapport van de Commissie Brinkman. Er zijn een aantal belemmeringen, met name juridisch, die samenwerking in de weg staan. De Mediawet zou op die punten moeten worden aangepast. En ik denk dat je dan ook uit die sfeer komt van elkaar beschuldigen."

Bardoel: "Absoluut. Mediabedrijven hebben verschillende belangen, maar de centrale vraag is: hoe kunnen we in de toekomst goede journalistiek betaalbaar houden? Het is goed dat de commissie Brinkman in dat verlangde meer

samenwerkingsverbanden aanmoedigt. Je moet alleen wel oppassen dat het geen samenwerking wordt van instituties, dat kan de pluriformiteit van de nieuwsberichterij ook weer schaden."

Wansink: "Inderdaad, samenwerking zou zo eenvoudig mogelijk moeten. Ik kijk dan ook sterk naar lokaal en regionaal niveau. Daar is de situatie van de pers het nijpendst. Het controleren van de macht, een van de belangrijkste journalistieke doelstellingen, is daar bijna niet meer mogelijk omdat de redacties volledig uitgekleeft zijn."

"Daar zou meer samenwerking tussen pers en publieke omroep zeer op z'n plaats zijn, op voorwaarde dat de printmedia zelfstandig blijven. Als je op grote schaal en permanent afhankelijk wordt van belastinggeld, moet je je verantwoord en gaat de politiek zich ermee bemoeien."

Bardoel: "Zover moeten we niet komen."

Wansink: "Ik zou ervoor pleiten dat we een stimuleringsfonds voor lokale onderzoeksjournalistiek in het leven roepen. Of die nu in druk verschijnt of op internet, dat zou niet uitmaken. Kijk, ik begrijp de huiver van Plasterk om de printmedia te steunen wel een beetje. De pers moet in principe z'n eigen broek zien op te houden, ook in de toekomst. Maar er zal iets moeten veranderen, anders gaat het mis in ons medialandschap."

"IN HET VERLEDEN WAREN MEDIA EN JOURNALISTEN MEER ELKAARS BONDGENOTEN."

Bardoel: "Het gaat erom dat de journalistieke inhoud kan overleven. Ik denk dat pers en publieke omroep het nodige voor elkaar kunnen betekenen."

En met een ferme handdruk nemen de omroepman en de krantenman afscheid. ■

Hans Wansink publiceerde in december 2008 samen met Wana Oosterbaan van NRC Handelsblad het boek De krant moet kiezen: de toekomst van de kwaliteitsjournalistiek, verschenen bij uitgeverij Prometheus.

Ledenwerving tegen het licht

Het Commissariaat voor de Media heeft, mede op verzoek van minister Plasterk, de ledenwerfcampagnes van de omroepverenigingen en nieuwe initiatieven - in het kader van de erkenningverlening voor de periode 2010-2015 - geëvalueerd. De belangrijkste conclusie is dat de omroepen over het algemeen goed de mediawettelijke regels hebben nageleefd. Op basis van de evaluatie doet het Commissariaat een aantal aanbevelingen.

Een kwestie die voor discussie zorgde in de media, was het weggeven van dure cadeaus door omroepen bij lidmaatschap. Uit de evaluatie blijkt dat in totaal 112 cadeaus bij een lidmaatschap werden aangeboden. Daarvan hadden er vijf een te grote waarde. Hoewel dus doorgaans werd voldaan aan de wettelijke voorwaarden, leek het alsof veel nieuwe leden als het ware werden 'gekocht'. Dit heeft te maken met het verschil tussen de maximale waarde die een cadeau volgens de regelgeving mag hebben en die is gebaseerd op de inkoopprijs, en de winkelwaarde van een cadeau.

Het Commissariaat stelt in het rapport daarom voor deze regels opnieuw tegen het licht te houden. Het zou beter zijn om in de toekomst bij het bepalen van de waarde van een cadeau uit te gaan van de winkelwaarde. Wel vindt het Commissariaat dat het mogelijk moet blijven om cd's en dvd's van programma's weg te geven bij een lidmaatschap, aangezien programma's de core business van omroepen zijn. In die gevallen kan een uitzondering op de regel worden gemaakt.

Een andere conclusie van de evaluatie is dat een evenrediger verdeling

van zendtijd voor ledenwerving is gewenst, met name rond goed bekeken programma's. Het Commissariaat pleit ervoor dat de NPO dit voorafgaand aan de volgende erkenningsperiode zal regelen.

Leden die voldoen aan de eisen die de Mediawet stelt, tellen mee voor de erkenningverlening, ook als zij bijvoorbeeld met te dure cadeaus zijn geworven. In dergelijke gevallen kan slechts een boete worden opgelegd. Overwogen zou kunnen worden om de Mediawet op dit punt aan te passen, zodat verkeerd geworven leden niet meegeteld worden.

Tot slot heeft het Commissariaat gekeken naar de verschillen tussen nieuwe initiatieven en bestaande omroepverenigingen op het gebied van ledenwerving. Nieuwe initiatieven vallen als zodanig nog niet onder de toepassing van de wet, en kunnen in principe alles uit de kast halen om leden te werven. Uit het oogpunt van eerlijke concurrentie lijkt het goed om een voorziening in de wet op te nemen voor nieuwe initiatieven. Zo kunnen ook zij aan de mediawettelijke regels worden gehouden tijdens hun ledenwerving. ■

Ledentallen omroepverenigingen

Een overzicht van de ledentallen die door het Commissariaat zijn vastgesteld en die officieel meetellen voor de door minister Ronald Plasterk te verlenen erkenningen, eind dit jaar. Aspirant-omroepverenigingen MAX en LLink hebben beide voldoende leden (meer dan 150.000) behaald om in aanmerking te kunnen komen voor een erkenning. Daarnaast voldoen

PowNed en Wakker Nederland aan de minimum ledeneis van 50.000 die geldt voor nieuwkomers die aspirant-omroep willen worden.

In het overzicht zijn ter vergelijking de cijfers van de laatstgehouden officiële ledentelling (peildatum 1 maart 2004) weergegeven. De uitslag is een, op basis van een aselechte steekproef, berekende schatting van het aantal leden dat op grond van de wettelijke criteria mag worden meegeteld.

Omroep	2009	2004
AVRO	403.522	392.933
BNN	303.306	216.446
EO	439.293	476.169
KRO	456.490	476.489
LLINK	152.796	52.191
MAX	238.770	65.155
NCRV	365.909	364.823
TROS	465.455	430.918
VARA	360.356	419.998
VPRO	362.340	361.893
PowNed	52.249	-
Wakker Nederland	59.501	-
Totaal aantal leden	3.659.986	3.257.015

“Ik ben erg voor de autonomie van mensen en organisaties”



“Nieuwe technologie blijkt een rode draad in mijn loopbaan.”

Stralend zit ze aan haar bureau: Madeleine de Cock Buning (43), sinds 1 juli 2009 aangetreden als commissaris. Ze volgt daarmee Tineke Bahlmann op, die op haar beurt Inge Brakman als voorzitter heeft opgevolgd. En dat stralen is niet voor niets, want ze vindt haar nieuwe functie “helemaal geweldig”. Naast haar werkzaamheden voor het Commissariaat is De Cock Buning twee dagen in Utrecht hoogleraar Auteursrecht en Media- en Communicatierecht.

De Cock Buning studeerde Nederlands recht en Informatierecht aan de UvA in Amsterdam en promoveerde in 1998 op de beperkte houdbaarheid van technologie-specifiek recht. “Informatietechnologie heb ik altijd bijzonder boeiend gevonden, met name de manier waarop het recht samen-

hangt met ontwikkelingen in de nieuwe media. Denk bijvoorbeeld aan de invoering van de fotografie, dat heeft destijds ook tot fundamentele discussie aanleiding gegeven. Fotografie werd aanvankelijk gezien als “schrijven met het licht”, het maken van een kopie van de werkelijkheid. En dat kon niet beschermd worden door het auteursrecht. Even interessante dilemma’s zie je nu ontstaan bij het internet.”

Gezien de rappe multimediale ontwikkelingen, die nieuwe vragen opwerpen in het licht van de Mediawet, kan het Commissariaat dus zeker profiteren van De Cock Buning’s expertise op dat gebied.

Na haar promotie ging ze aan de slag als advocaat en werkte twaalf jaar bij het prestigieuze Amsterdamse kantoor De

Brauw, Blackstone & Westbroek, de laatste vier jaar als adviseur. Een fantastisch leuke baan, noemt ze het. Ze stond al die jaren ook zelf nog regelmatig in de rechtszaal. "Zo deed ik de inhoudelijk meest interessante zaken. Ideaal! Dus ja, ik voel de vraag aankomen: waarom dan toch de overstap?"

Het antwoord gaat gepaard met een anekdote. "Ooit had ik met een groep vriendinnen een dinertje, waarbij we elkaar vroegen: waar sta je over vijf jaar? Mijn antwoord was dat ik waarschijnlijk de advocatuur zou blijven combineren met mijn Utrechtse leerstoel, maar dat er één baan was die ik tegen die tijd misschien wel zou ambiëren, en dat was deze. Mijn mond viel dus open toen ik niet lang daarna door een headhunter gepolst werd voor juist deze baan. Ongelooflijk hoe dingen soms kunnen lopen."

Andere vorm van toezicht

Toen het ook nog precies ging om de portefeuilles Juridische Zaken en Programmatoezicht, hoefde ze niet lang na te denken. "De overige portefeuilles zijn natuurlijk net zo belangrijk, maar hier kan ik echt mijn inzichten toepassen. Informatiegebruik wordt heel anders, we moeten naar een andere vorm van toezicht. Hoe richt je programmatoezicht zo in dat we omroepen stimuleren om zich uit zichzelf vanzelfsprekend aan de regels te houden. Selbstzwang, zelfregulering, in plaats van Überzwang, regulering van bovenaf. Ik ben erg voor de autonomie van mensen en organisaties. Dus ik vind het belangrijk om de regels zo goed mogelijk uit te leggen, vooraf te informeren en te motiveren tot vrijwilligheid. Maar: als men toch over de schreef gaat, dan moet je ook ferm en duidelijk optreden. Je moet de normen waar het Commissariaat voor staat overeind houden: onafhankelijkheid, onderscheid redactie en commercie, non-commercialiteit voor de publieke omroep en transparantie. Als omroepen daar een loopje mee nemen moeten we ingrijpen."

"DE OLJETANKER HILVERSUM IS BEETJE BIJ BEETJE VAN KOERS AAN HET VERANDEREN."

Samen met het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) is het Commissariaat momenteel het arsenaal aan handhavinginstrumenten aan het uitbreiden. Een goede zaak, vindt De Cock Buning. "We zullen die nieuwe instrumenten inzetten wanneer dat noodzakelijk blijkt. Je wilt voorkomen dat je te reactief bezig bent. Sommige bij de uiting betrokken commerciële partijen nemen soms gewoon de boetes op zich, omdat dat veel goedkoper is dan bijvoorbeeld het inkopen van een reclameblok. Dat kan natuurlijk niet, dan sta je als toezichthouder in de ruimte te roepen."

Het gebrek aan armslag van het Commissariaat liet zich ook het laatste jaar voelen, bij enkele geruchtmakende kwesties binnen de publieke omroep. Er rezen met name vragen rond de specifieke besteding van de omroepfinanciën – immers belastinggeld. De Cock Buning: "Als er echt sprake is van frauduleuze toestanden, moeten we dat voorkomen. En dan hebben we meer bevoegdheden nodig dan nu het geval is. We willen immers goed functionerende media. Dat is cruciaal voor onze democratische samenleving. Dat belang was mijn primaire drijfveer om deze uitdaging aan te gaan."

"ALS MEN TOCH OVER DE SCHREEF GAAT, MOET JE FERM EN DUIDELIJK OPTREDEN."

Ervaring met de mediawereld had De Cock Buning overigens al. Ze was lid van de visitatiecommissie die vorig jaar de prestaties van de publieke omroep beoordeelde. Daarvoor had ze in haar hoedanigheid van hoogleraar al het nodige onderzoek gedaan naar bijvoorbeeld publiek-private samenwerking en hoe daarmee in Hilversum om wordt gegaan. "Ik kende het klappen van de zweep binnen de omroepen zelf dus al redelijk goed. Het is wel belangrijk om te weten dat ik in die visitatiecommissie iets anders deed dan ik hier doe, het is geen kwestie van petje wisselen. Deze baan heeft een heel andere focus. Je moet daar heel zuiver in zijn. Zekerheids halve houd ik me daarom met de erkenningen niet bezig. De visitatiecommissie heeft zich op verzoek van de Minister van OCW uitgelaten over het functioneren van de individuele publieke omroepen, maar het Commissariaat moet daar uiteraard zijn eigen koers in varen. Dat hebben we intern dus netjes opgelost."

It takes two to tango

De Cock Buning werkt twee dagen per week in Utrecht als hoogleraar Auteursrecht en Media & Communicatierecht. Een erg gelukkige combinatie met haar werk voor het Commissariaat, vindt ze. "Niet alleen zakelijk, maar ook inhoudelijk. Je ziet nu in toenemende mate auteursrechtelijke problemen in de mediawereld, met name als het gaat om nieuwe technologie. Dat blijkt een rode draad in mijn loopbaan. Concreet voorbeeld is dat de publieke taak multimediaal moet worden uitgeoefend. Daartoe moeten vanuit de publieke omroep onderhandelingen plaatsvinden met rechthebbende organisaties, terwijl het wel budgetneutraal moet blijven. Vroeger betaalde je voor de rechten op herhalingen op tv, nu moet dat ook voor uitzendinggemist.nl. Hoe los je dat met elkaar op? Als hoogleraar, al voordat ik hier begon, heb ik daarover al mee gedacht. Hoe kun je het zo aanpakken dat omroepen en rechthebbenden er allebei beter van worden? Ze hebben

elkaar immers ook nodig. *It takes two to tango*. Het wordt dus ook wat dit betreft een spannende tijd."

Al met al geen eenvoudige klus in een wereld die geworteld is in lange tradities en vaste patronen. Denkt ze dat zo'n omwenteling echt mogelijk is? De Cock Buning lacht. "Het is absoluut geen makkelijke weg, maar ik denk dat het te doen is. Het gaat om buiten "the box" denken en vertrouwen hebben. De olietanker Hilversum is beetje bij beetje van koers aan het veranderen.

Het is duidelijk: De Cock Buning heeft zin om aan de slag te gaan. Wat hoopt ze te hebben kunnen bijdragen binnen het Commissariaat, als haar benoemingsperiode voorbij is? "Poeh, altijd een lastige vraag. Samenvattend is dat toch bijdragen aan een effectiever toezicht dat er toe leidt dat Überzwang Selbstzwang wordt. Publieke omroepen zouden nog meer het besef moeten krijgen dat ze vanwege hun maatschappelijke sleutelposities uiterst zorgvuldig en integer dienen te opereren. Mijn persoonlijke uitdaging is om een heel ervaren bestuurder te zijn aan het eind van mijn periode. Iemand die mensen weet te motiveren, zaken in het buitenveld voor elkaar krijgt. Als dat allemaal lukt ben ik een blij en tevreden mens."

Twee drukke banen, nog een paar bestuursfuncties én een hoofd vol plannen en ideeën: is er nog tijd voor een privéleven? "Gewoon een kwestie van goed organiseren!" zegt ze vrolijk. "Ik woon in Amsterdam, we hebben een zoontje van zeven, Jonathan. Aan hem besteed ik met liefde vrijwel al mijn vrije tijd. En verder geef ik graag dineetjes voor vrienden, ik ben dol op koken. Koken is organiseren. En dat is denk ik ook de reden dat ik nu sta waar ik sta. Ik heb nooit een carrièreplan gemaakt, altijd gedaan waar ik plezier in had. Maar ik heb vaak ja kunnen zeggen tegen leuke dingen,

omdat ik goed kan organiseren. Zo hou je genoeg tijd over voor ontspanning, waardoor je uiteindelijk weer gelukkiger functioneert. Als ik in de auto zit op weg naar huis denk ik elke keer weer: wat heb ik een leuke dag gehad! Ik voel me hier helemaal op m'n plek." ■



"Het gaat om buiten 'the box' denken en vertrouwen hebben."

Kosten externe adviseurs opnieuw gedaald

Sinds 2004 heeft het Commissariaat jaarlijks onderzoek gedaan naar de kosten van externe adviseurs bij de Landelijke Publieke Omroepen (LPO), de Stichting Muziekcentrum van de Omroep (MCO) en Radio Nederland Wereldomroep (RNW). Dit onderzoek is ook over het jaar 2008 uitgevoerd.

Doel van het onderzoek is om een beeld te krijgen van de bestedingen die met de inhuur van externe adviseurs gepaard

gaan. Daarbij is ook gekeken naar eventuele ontwikkelingen ten opzichte van voorgaande jaren. Eventuele verschillen tussen omroepen, of de redenen die omroepen hebben om expertise van buitenaf aan te trekken, zijn daarbij buiten beschouwing gelaten.

Voor het in kaart brengen van de bestedingen wordt gekeken naar de hoogte van de kosten, zowel absoluut als in relatie tot het jaarbudget.

De totale kosten voor extern advies bedroegen in 2008 € 6,3 miljoen op een totaal jaarbudget van ruim 847 miljoen euro. In 2007 was dit nog € 7,9 miljoen. De dalende tendens lijkt zich dus voort te zetten. Het totale jaarbudget daalde van € 856,3 miljoen in 2007 naar € 847,1 miljoen in 2008. ■

Nieuwe Omroepmededeling

De Europese Commissie heeft op 2 juli 2009 een nieuwe Omroepmededeling vastgesteld als opvolger van de uit 2001 daterende Omroepmededeling. Zowel commerciële omroepen en uitgevers als de Nederlandse overheid zijn content met de uiteindelijk vastgestelde tekst van de Omroepmededeling.

De Europese Commissie is bij het ontwerpen van de nieuwe Omroepmededeling niet over één nacht ijs gegaan. Nadat de Commissie in november 2008 een voorstel voor herziening van de Omroepmededeling 2001 had ingediend zijn lidstaten en marktpartijen in de gelegenheid gesteld om commentaar te leveren. In Comedia 126 is uitvoerig aandacht besteed aan de reactie van de Nederlandse regering op de aanvankelijk voorgestelde tekst van de nieuwe Omroepmededeling. In een door minister Plasterk van OCW geïnitieerd 'common position paper' lieten 19 lidstaten weten wat zij van het voorstel van de Commissie vonden. Een belangrijk kritiekpunt in het paper betrof de brede ex ante toets van marktpact van nieuwe diensten van een publieke omroep.

Staatssteun

Naast principiële bezwaren tegen het voorstel waren Nederland en de andere lidstaten ook om meer praktische redenen van oordeel dat er geen behoefte was aan een nieuwe Omroepmededeling omdat de bestaande uit 2001 naar hun mening goed voldeed. Sinds 2001 heeft de Commissie in meer dan 20 zaken over staatssteun aan publieke omroepen in Europa geoordeeld en die beschikkingenpraktijk van de Commissie gaf volgens de lidstaten voldoende houvast voor de beoordeling van staatssteun. De Commissie achtte de tijd echter rijp voor een herziening van de Omroepmededeling en rechtvaardigt dit mede gelet op de omvang en impact van publieke financiering van publieke omroepen in Europa. Jaarlijks ontvangen de publieke omroepen in Europa meer dan € 22 miljard aan omroepbijdragen of rechtstreekse overheidssteun. Daarmee staat de publieke omroep - na landbouw en transport - op nummer drie op de Europese ranglijst van sectoren die staatssteun ontvangen.

De drie basisprincipes uit de Omroepmededeling 2001 zijn in de nieuwe Omroepmededeling overeind gebleven, te weten:

een duidelijke omschrijving van de publieke taakopdracht, een expliciete toewijzing van de taakopdracht alsmede onafhankelijk toezicht daarop, en tot slot evenredigheid van de publieke financiering. Een belangrijke wijziging in vergelijking met de Omroepmededeling 2001 is dat nu expliciet wordt erkend dat betaaldiensten onderdeel kunnen uitmaken van de publieke taak (punt 83 van de Omroepmededeling). Ook is de controle op overcompensatie meer uitgewerkt. Zo is bepaald dat publieke reserves in beginsel niet 10% van de begrote jaaruitgaven mogen overschrijden (punt 73). Verder wordt expliciet vermeld dat naast de publieke media ook de commerciële media een belangrijke bijdrage leveren aan de pluriformiteit en diversiteit in Europa (punt 16). Ook stelt de Omroepmededeling dat er ex-ante controle moet zijn op nieuwe diensten die publieke omroepen lanceren, waarbij de marktpact van dergelijke nieuwe diensten wordt afgewogen tegen hun waarde voor de samenleving (punt 88).

Markttoets

De EBU, de belangenorganisatie van Europese publieke omroepen, reageerde teleurgesteld op de herziene Omroepmededeling. De EBU vreest dat door de verplichte markttoets omroepen beperkt zullen worden in hun mogelijkheden om nieuwe (digitale) diensten uit te rollen. De commerciële omroepen en uitgevers reageerden positief op de Omroepmededeling en zijn verheugd dat de Commissie aan de marktpacttoets heeft vastgehouden, ondanks de forse kritiek van de lidstaten, de Europese publieke omroepen en begin dit jaar ook het Europese Parlement. Ook minister Plasterk liet weten tevreden te zijn met de definitieve tekst omdat nu erkend wordt dat publieke omroepen betaaldiensten kunnen aanbieden indien dat noodzakelijk is voor uitvoering van de publieke taakopdracht en omdat de marktpacttoets meer ruimte laat aan de lidstaten. Het ministerie van OCW denkt dat de systematiek van de Mediawet 2008 past binnen de nieuwe Omroepmededeling. In de procedure op basis van de Mediawet kunnen commerciële marktpartijen hun zienswijzen naar voren brengen, waarna de Minister van OCW deze meeweegt bij zijn besluit over voorgenomen nieuwe mediadiensten van de publieke omroep.

De Omroepmededeling moet nog verschijnen in het EU-Publicatieblad en treedt op dat moment in werking. ■

Spraakmakende zaken

Twee zaken waar het Commissariaat de afgelopen tijd nauw bij betrokken is geweest trokken in de publiciteit veel aandacht. Ook de politiek volgde deze zaken op de voet.

Allereerst was er commotie over de zendtijd van de moslimomroepen NMO en NIO die er bijna toe leidde dat deze zendtijd moest worden ingetrokken. Uit de financiële verslaggeving kwam naar voren dat een groot bedrag aan advocatenkosten was uitgegeven voor procedures die vooral tegen elkaar waren gericht. En dat terwijl de moslimorganisaties juist geacht worden samen te werken in de overkoepelende Stichting Verzorging Islamitische zendtijd. Deze stichting is opgericht om de zendtijd en de financiële middelen die daarbij horen te beheren en te verdelen over de twee uitvoeringsorganisaties. Interne twisten maakten het werk van de SVIZ echter nagenoeg onmogelijk. Dat deze twisten ook nog voor de rechter werden uitgevochten met gebruikmaking van



Plasterk over de moslimomroepen: "het is genoeg."

publiek geld leidde tot een storm van protest. Minister Plasterk sprak publiekelijk uit dat het wat hem betreft genoeg was geweest en dat hij op het punt stond de stekker uit de moslimomroepen te (laten) trekken.

Het Commissariaat was het op zich eens met de minister, maar heeft toch nog een poging willen doen om de twee omroepen te redden. Het zou immers onverteerbaar zijn als niet de ruziënde bestuurders maar de programmamedewerkers het slachtoffer zouden worden.

Na veel onderhandelingen en het uitoefenen van de nodige druk trok een gedeelte van de SVIZ bestuurders zich terug. Voor het Commissariaat was dat echter niet genoeg. Tijdens een hoorzitting over het voornemen om de zendtijd in te trekken is het resterende deel van het bestuur duidelijk gemaakt dat alleen hun vertrek kon voorkomen dat uitvoering zou worden gegeven aan het voornemen. Kort na de hoorzitting gaven de bestuursleden gehoor aan de oproep van het Commissariaat en verklaarden zich bereid om op te stappen. Het Commissariaat zoekt nu een nieuw bestuur voor de SVIZ en de twee omroeporganisaties kunnen doorgaan met het maken van programma's.

Een tweede affaire ontstond na een publicatie in NRC Handelsblad waarin enkele misstanden bij de publieke omroep breed werden uitgemeten. Naast enkele integriteitskwesaties behandelde het artikel twee gevallen waarin sprake zou zijn van ongeoorloofde sponsoring. Het ging daarbij concreet om het programma De Leescoupé van de KRO en het kinderprogramma Bibaboerderij van de TROS. Op verzoek van de minister die in een debat de Kamer moest informeren heeft het Commissariaat binnen een week de wijze van totstandkoming van de twee genoemde programma's aan de hand van opgevraagde contracten geanalyseerd. De voorlopige conclusie luidde dat in elk geval bij de Bibaboerderij sponsoring in het geding lijkt te zijn. De TROS zou daarmee de Mediawet overtreden omdat bij programma's die bestemd zijn voor kinderen sponsoring, in welke vorm dan ook, verboden is. Het Commissariaat heeft overigens sterk benadrukt dat voor het geven van een definitief oordeel nader onderzoek naar de constructie die aan het programma ten grondslag ligt nodig is. Op het moment van verschijnen van deze Comedia is het onderzoek nog niet voltooid. ■

Jaarverslag 2008

In het Jaarverslag over 2008 van het Commissariaat veel aandacht voor de voorbereidingen van de nieuwe Mediawet, die per 1 januari 2009 in werking trad. Hetzelfde geldt voor de ledentellingen van omroepverenigingen van voorjaar 2009. Ook komt de veranderende koers van het Commissariaat aan de orde, waarbij de nadruk steeds meer komt te liggen op preventief toezicht in plaats van repressief optreden.

In het jaarverslag verder aandacht voor crossmedialiteit en nieuwe vormen van samenwerking tussen partners binnen de mediawereld. Verschillende omroepvertegenwoordigers komen hierover aan het woord. Wat vinden zij van de ontwikkelingen en welke rol kan het Commissariaat hierbij vervullen?

Het Commissariaat is sinds enkele jaren ook toezichthouder op de vaste boekenprijs. In dat verband gaan in het jaarverslag vertegenwoordigers uit het boekenvak met elkaar in gesprek. Zij praten onder meer over partnership tussen uitgeverij en handel en de gevolgen van het gedigitaliseerde boek voor de branche.

Het Jaarverslag 2008 is te downloaden vanaf de website, te vinden onder Publicaties, of kan bij het Commissariaat worden opgevraagd. ■



COLLEGEBSLUITEN

Collegebesluiten 9 juni 2009
tot en met 1 september 2009

Zendtijd- en kabelzaken

Publieke lokale media-instelling

Als lokale publieke media-instelling zijn aange-
wezen

- ◆ Stichting Lokale Omroep Tholen
- ◆ Stichting Lokale Omroep Aalsmeer
- ◆ Stichting Lokale Omroep Hengelo
- ◆ Stichting Omroep Eindhoven
- ◆ Stichting Omroeporganisatie Groningen
- ◆ Stichting Algemene Lokale Omroeporganisatie voor de gemeente Bloemendaal
- ◆ Stichting Omroep Metropool voor de gemeente Spijkensisse
- ◆ Stichting Lokale Omroep Wageningen
- ◆ Stichting Radio Lelystad

Commerciële media-instelling

In de aangegeven periode is aan de volgende media-instellingen toestemming verleend om een commerciële mediadienst te verzorgen

- ◆ Liliocerus Holding bv voor Telewinkler 121 India 10403
- ◆ Kaze Networks bv voor Kaze TV
- ◆ MTV Networks bv voor Nickelodeon jr.
- ◆ Stichting Kabelkrant Ameland voor Radio en Kabelkrant Ameland
- ◆ Wild FM bv voor het radioprogramma Wild FM
- ◆ Brabant 10 bv
- ◆ Stichting Ziekenomroep Schiedam
- ◆ Dancetripping bv voor DanceTripping TV
- ◆ Liliocerus Holding bv voor de TV-kanalen Girls Live TV, Heisse Sünde TV, Live Erotik TV, Scharfe Girls TV en Telegirls.

Evenementenzender

In de aangegeven periode is toestemming verleend aan

- ◆ Stichting Lustrum Minerva voor de 39ste lustrumviering van de studentenvereniging
- ◆ Beheermaatschappij Tigchelaar bv voor de drive in bioscoop op het bedrijfsterrein
- ◆ Stichting Student Union Universiteit Twente voor een radioprogramma ter gelegenheid van de introductieperiode van studenten
- ◆ De heer J. de Gram voor muziekevenement Nieuwleusen
- ◆ De heer G. Spalink voor muziekfeest Geesbrug
- ◆ Tjook Geluidstechniek voor theaterproductie zomerfeest Westkapelle
- ◆ Filmtechniek B.V. voor openluchtbioscoop
- ◆ De heer P. Visser voor dorpsfeest Zwaagwesteinde
- ◆ Stichting Radio Continu voor C'est la Vie festival
- ◆ Stichting Zandvoortse Omroep Organisatie voor evenement Golf & Country Club
- ◆ Mevrouw J.A.J. Bakker voor muziekfestival te Sintjansklooster
- ◆ De heer M. Kriekjes voor muziekevenement Tiendeveen.

Juridische zaken - Programmatoezicht

■ 16 juni

Aan TELEAC/NOT wordt ontheffing verleend van de reclameregels ten aanzien van de liefdadigheidsactie Knoop in je zakdoek en Knoop Muziek Gala.

■ 23 juni

Aan 2GrapesMedia wordt voor haar televisiezender Dusk ontheffing van het percentage

Europese producties verleend.

Aan ODP TV wordt ontheffing van het percentage oorspronkelijk Nederlands- of Fries-talige producties verleend.

De VARA krijgt een bestuurlijke boete van € 12.500,- omdat door het weggeven van een geschenk aan nieuwe leden de regels die voor ledenwerving gelden zijn overtreden.

■ 7 juli

Aan BNN wordt een bestuurlijke boete van € 20.000,- opgelegd wegens niet-toegestane zelfpromotie in de Coen en Sander Show.

■ 4 augustus

Het bezwaar van Gerstel Producties B.V. tegen het feit dat het Commissariaat een waarschuwing heeft gegeven wegens diverse overtredingen van de Mediawet, wordt niet ontvankelijk verklaard: dit omdat een waarschuwing niet als een besluit wordt aangemerkt en dus niet op rechtsgevolg is gericht.

■ 1 september

Het bezwaar van de NPO van 13 augustus 2008 tegen het besluit van 1 juli 2008, waarbij een boete is opgelegd inzake de Radio 2 cd 'The Look of Love' van Trijntje Oosterhuis, wordt ongegrond verklaard.

Financieel toezicht

De volgende brieven, waarin aanwijzingen zijn gegeven bij jaarrekeningen, zijn in de aangegeven periode vastgesteld. Het tussen haakjes aangegeven jaartal heeft betrekking op het jaar van de jaarrekening.

Lokaal

Lokale Omroep Heumen (2007)

Omroep Amersfoort (2007)
Stadsomroep Den Haag (2007)
Stichting RTV West-Friesland (2007)

Regionaal

Stichting Regionale Omroep (2008)

Landelijk

NMO (2007)
TROS (2007)
NPO (2006 en 2007)
LLiNK (2007)

Overig

Stichting Uitvoering Sociaal Plan MCO (jaarrekening 2008)

Nevenactiviteiten

■ 9 juni

Het bezwaar van de AVRO inzake de niet toegestane nevenactiviteit TV Film wordt ongegrond verklaard.

Het uitgeven van de Top 2000 krant wordt aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit van de NPO.

Het uitgeven van het boek Top 2000, 10 jaar liedjes, lijstjes en verhalen, wordt eveneens aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit van de NPO.

■ 21 juli

De licentieverlening van MAX ten behoeve van het MAX geheugentrainer bordspel, wordt aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit.

Redactieadres:
Commissariaat voor de Media
Bureau Communicatie
Postbus 1426
1200 BK Hilversum
T 035 7737700
F 035 7737799
cvdm@cvdm.nl
www.cvdm.nl

CO.MEDIA

