

CO.MEDIA

UITGAVE VAN HET COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA - NUMMER 123 - MAART 2008

Katja Mutsaers (OCW) over nieuwe Europese Richtlijn AV-diensten

Handhavingsbeleid 2008

Commissariaat voor
de Media:
Twintig jaar toezicht



Nummer 123
Maart 2008

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

Redactie:
Evita Westfa
Wanda Bade

Met bijdragen van:
Vincent Weggemans
Tineke Bahlmann

Fotografie:
Wim Kluvers

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

Coverfoto: Katja Mutsaers (OCW)

- 4** **Leidt de nieuwe Europese televisierichtlijn tot het gewenste gelijke speelveld?**
"Er is nog altijd ruimte voor interpretatieverschillen", betoogt OCW-juriste Katja Mutsaers. "Ontwikkelingen gaan snel: wie weet hoe lang deze Richtlijn meegaat?"
- 7** **Handhavingsbrief 2008**
Waar liggen in 2008 de accenten binnen het handhavingsbeleid? En welke invloed hebben de snelle mediaontwikkelingen op de taak van het Commissariaat?
- 8** **Samenwerking tussen omroepen en marktpartijen: wat mag wel en wat mag niet?**
Door onbekendheid met de voorschriften blijven veel kansen onbenut. Omroepen mogen meer dan ze denken!
- 11** **Ledenwerving door omroepen krijgt nieuwe impuls**
Het ledenaantal van de omroepverenigingen wordt weer belangrijk. Dat komt goed uit, de regels voor verenigingsactiviteiten zijn net verruimd.
- 12** **Commissariaat voor de Media viert vierde lustrum**
Vier collega's van het eerste uur bliken terug op de kinderschoenen van het Commissariaat. "Onze eerste bureaus? Afdankertjes van de NOS."
- 15** **Beleidslijn beperkt speelruimte goede doelenloterijen**
Loterijen voor goede doelen zijn mooi, maar de tv-commercie eromheen moet niet uit de hand lopen. Een nieuwe beleidslijn trekt de teugels aan.
- 17** **Collegebesluiten**
Een overzicht van de besluiten die zijn genomen in de periode van 20 november 2007 tot en met 29 januari 2008.

Help! De administratie!

Weinig mensen vinden het leuk om de administratie te doen. Sterker nog, de meesten hebben er een grote hekel aan. Niet verwonderlijk: als bakker wil je klanten versgebakken brood verkopen en niet hele dagen besteden aan rekeningen, aangiften en formulieren. Nog afgezien van het feit dat je daarvoor niet bent opgeleid.

De administratieve lastendruk in Nederland is veel te groot geworden, ondanks voornemens van opeenvolgende kabinetten die te verminderen. Zo moet ik binnenkort met mijn paspoort naar een notaris om hem een stuk te laten opstellen waarin hij verklaart dat hij mij een handtekening heeft zien zetten onder een ander stuk en dat hij zeker weet dat ik dat gedaan heb. Pardon? Ik wacht nog op de wet die het de notaris verplicht stelt te bewijzen dat hij ook echt aanwezig was terwijl ik die handtekening zette. En dat kan natuurlijk alleen middels een goedgekeurde, gecertificeerde en geaccrediteerde inspecteur. Maar intussen kost zo'n administratief geintje me wel een middag.

En toch... als het gaat over geld, dan moet je als penningmeester altijd een kascontrole willen. Hoe beperkt het bedrag ook is, het uitgeven van andermans geld moet je kunnen verantwoorden. Hoe doe je dat? Door een administratie bij te houden. Dat moet ook wel, want – zoals velen uit eigen ervaring zullen beamen – geld doet vreemde dingen met mensen. We zijn op vele punten irrationele wezens, maar bij geld is het extreem. Iedereen gaat er anders mee om. Iemand die ons geld belegt, kan van de ene op de andere dag veranderen van vriend in vijand – soms geheel ten onrechte. Zo zijn er ook nog steeds mensen die geloven dat je 20% rente per kwartaal kunt

ontvangen. Als dat echt zou kunnen, dan zou de ontdekker allang schatrijk op een tropisch eiland zitten. Maar het geloof in dergelijke kansen blijkt onverwoestbaar. Geloof mij: als iets te mooi klinkt om waar te zijn, dan is het dat meestal ook. Het zijn, helaas, de harde lessen: niet iedereen beheert andermans geld zorgvuldig.

In Nederland is ieder bedrijf, maar ook elke vereniging en stichting, verplicht elk jaar een jaarverslag te publiceren over de financiële handel en wandel. Er is inmiddels een hele industrie van accountants, controllers en belastingadviseurs die daar garen bij spint. Financiële jaarverslagen zijn omgeven door allerlei wetgeving, want voor een goede financiële verantwoording is een goede administratie een noodzakelijke voorwaarde. Ik word dan ook niet zozeer zenuwachtig van een jaarrekening, maar wel van de mogelijkheid dat de administratie niet op orde is. Om mijn werk als toezichthouder op jaarrekeningen adequaat te kunnen verrichten, zou ik eigenlijk ook toezicht moeten houden op de kwaliteit van de administratie. Maar omdat de financiële verantwoording plaatsvindt nadat het betreffende jaar is afgelopen, blijkt nu pas achteraf welke gaten de administratie vertoont. Dan zit je met de gebakken peren en is controle van de jaarrekening mosterd na de maaltijd. Alleen al daarom probeer ik zorgvuldig mijn eigen administratie bij te houden. Geef mij mijn mosterd maar tijdens de maaltijd. ■

Tineke Bahlmann



Katja Mutsaers van OCW-MLB over de nieuwe Europese Televisierichtlijn:

“Minimumharmonisatie laat altijd ruimte voor interpretatieverschillen”

Zou het een Europees record zijn? De snelheid waarmee de inmiddels 27 lidstaten van de EU de nieuwe Richtlijn voor audiovisuele omroepdiensten hebben vastgesteld is, gezien de Brusselse reputatie van stroperigheid, verbluffend. In iets meer dan twee jaar is de oude Televisierichtlijn uit 1997 gemoderniseerd en aangepast aan de technologische ontwikkelingen van deze tijd. En nu volgt het grote implementeren.

Volgens de Richtlijn moeten lidstaten de nieuwe bepalingen binnen twee jaar omzetten in nationale wetgeving. Aangezien de nieuwe Richtlijn op 18 december 2007 officieel werd gepubliceerd, geeft dat Nederland tot eind 2009 de tijd de eigen Mediawet aan te passen aan de nieuwe Europese verordeningen. Dat zou sneller kunnen gaan, denkt Katja Mutsaers, jurist bij de afdeling Media, Letteren en Bibliotheken van het ministerie van OCW. “Omdat Nederland in het verleden vaak te laat was met het implementeren van richtlijnen, is in de Aanwijzingen voor de regelgeving vastgelegd dat een wetsvoorstel uiterlijk achttien maanden voor het verstrijken van de implementatietermijn in de Ministerraad moet worden ingediend. Dat is dus al deze zomer. Het zal ongetwijfeld lukken, maar we moeten er wel hard aan trekken. Door de toegenomen reikwijdte van de Richtlijn hebben we te maken met allerlei nieuwe termen en definities, die moeten zorgvuldig worden afgestemd met alle partijen. Van de ministeries van Economische Zaken, VWS en ook Binnenlandse Zaken tot het Commissariaat voor de Media en marktpartijen als de Bond van Adverteerders, kabel- en telefonie maatschappijen en omroepen; de nieuwe Richtlijn raakt talloze belangen.”

Drempels overwinnen

Een belangrijke verandering ten opzichte van de oude Richtlijn is het feit dat nu niet alleen over radio en televisie wordt gesproken, maar ook over zogenaamde non-lineaire diensten.

Lineaire diensten zijn op de massa gerichte programma's die worden aangeboden op vooraf bepaalde tijdstippen, zonder dat de consument daar invloed op heeft – de programma's van radio en televisie dus. Bij non-lineaire diensten kan de kijker zelf bepalen wanneer hij uitzendingen bekijkt of beluistert. Dat laat genoeg vragen onbeantwoord. Vallen de filmpjes die op Youtube te zien zijn wel of niet onder de jurisdictie van deze Richtlijn? Mutsaers: “Deels wel en deels niet. De site van Youtube staat vol met door bezoekers aangebrachte filmpjes en strikt genomen valt user generated content niet onder de Richtlijn. Dat willen we ook zo houden. Om binnen de Richtlijn te vallen, moeten de non-lineaire audiovisuele diensten een televisiepubliek willen bereiken, op de massa gericht zijn en de competitie aangaan met de traditionele televisie. Geldt dat voor Youtube? Of voor de reclamefilmpjes op die site, of voor productplacement op de digitale pakketten van kabelmaatschappijen? Bij lineaire diensten hebben we allerlei maatregelen getroffen om de consument te beschermen. Daarom is er een maximum aantal minuten afgesproken dat op radio en tv per dag aan productplacement of reclame mag worden besteed. Bij non-lineaire diensten bestaat dat maximum niet, want daar moet de consument meer drempels overwinnen om het aanbod überhaupt tot zich te kunnen nemen. Al is het maar het feit dat je de computer eerst moet aanzetten en de site moet opzoeken. Bovendien zijn daar allerlei filters mogelijk, die consument redt zich wel. De vraag blijft echter: waar liggen de grenzen? Als via Uitzendinggemist.nl een programma wordt herhaald met veel meer reclame daarin, wat is dan de status? En van nieuws- en reclamefilmpjes op de sites van digitale kranten? Dat is iets wat de komende maanden duidelijk zal moeten worden.”

Interpretatieverschillen

De nieuwe Richtlijn is een minimumharmonisatie, wat wil zeggen dat het de lidstaten van de Europese Unie vrij staat



Katja Mutsaers: “User generated content valt niet onder de Richtlijn, dat willen we zo houden.”



“De snelle afhandeling van deze Richtlijn verraste ons.”

is daartoe de ondertitelingsverplichting voor Nederlands-talige uitzendingen al gewijzigd. Mutsaers: “Het merkwaardige is dat we eigenlijk zijn verrast door de snelle afhandeling van deze Richtlijn door Brussel. Wij zijn namelijk ook bezig met het aanpassen van de Mediawet aan de eisen van deze tijd. De oude Mediawet spreekt uitsluitend over radio en tv, de nieuwe Multimediawet betreft ook de digitale ontwikkelingen in de regelgeving. De behandeling van die nieuwe Multimediawet en de implementatie van de nieuwe Richtlijn zullen nu deels parallel lopen, al blijven het afzonderlijke processen. De terminologie uit de Multimediawet, die waarschijnlijk eind dit jaar wordt bekrachtigd, zal als basis kunnen dienen voor de implementatie van de Richtlijn. De implementatiewet verwacht ik dan halverwege 2009. Niet dat ze veel stof zullen doen opwaaien, hoor, de belangrijkste punten zijn al enige tijd bekend. Vermoedelijk ligt dat anders met de nieuwe Structuurwet voor de omroep, die ook wordt voorbereid. De vorige staatssecretaris, Medy van der Laan, zag haar voorstel voor de Structuurwet sneuvelen toen dat kabinet struikelde en viel, maar voor die tijd was er al het nodige om te doen geweest. Ik kan me voorstellen dat de omroepen met spanning het nieuwe voorstel afwachten.”

Tijdelijk van aard

Nederland is best een braaf land, constateert Mutsaers als ze haar gedachten laat gaan over de manier waarop het media-toezicht in Nederland is georganiseerd. “We kunnen veel overlaten aan zelfregulerende instanties als het Nicam. De Kijkwijzer is een goed systeem, dat breed wordt gedragen en gevolgd. Interpretaties van de nieuwe Richtlijn hoeven niet per se gestalte te krijgen via een aanpassing van de Mediawet, maar kunnen ook tot uitdrukking komen in strengere zelfregulering. Het verbod op reclames voor zogenaamde fatty foods rondom kinderprogramma’s, bijvoorbeeld.” Dat de steden en dorpen van Nederland inmiddels volhangen met beeldschermen die zich grotendeels aan controle onttrekken, doet daar niets aan af. Mutsaers: “Nee, die vallen meestal onder narrowcasting – en daar gaat de nieuwe Richtlijn niet over. Schermen in de McDonald’s of in een Amsterdamse tram mogen tonen wat ze willen, mits ze de normale wettelijke beperkingen niet te buiten gaan. Mochten over vertoende beelden op dergelijke schermen klachten komen, dan zijn er genoeg wettelijke middelen beschikbaar om dat aan te pakken. Maar wie weet, misschien gaan de ontwikkelingen zo snel dat narrowcasting over een aantal jaren wel binnen de Richtlijn gaat vallen. Want hoewel de nieuwe Richtlijn snel tot stand is gekomen, zit er nog altijd vier jaar tussen het eerste overleg en het uiterste implementatiemoment. In die tijd zijn de ontwikkelingen alweer zoveel verder. Misschien vervaagt het verschil tussen lineair en non-lineair wel, of verdwijnt het op den duur helemaal. Dat zou zomaar kunnen. In die zin is ook deze nieuwe Richtlijn tijdelijk van aard. Maar voorlopig kunnen we weer even vooruit.” ■

Parallel, maar afzonderlijk

Naast alle reclamebepalingen probeert de nieuwe Richtlijn zijn beschermende rol voor kwetsbare groepen als minderjarigen en visueel en auditief gehandicapten te continueren. Zo is één op de tien mensen afhankelijk van ondertiteling om televisie-uitzendingen te kunnen volgen. De nieuwe Richtlijn voorziet in een bepaling die deze groep beschermt en makkelijker toegang biedt tot audiovisuele diensten. In Nederland

Loterijbrieven ondergebracht in nieuwe beleidsregel

Goede doelenloterij op tv: wat mag niet?

Bij de publieke omroep worden sommige programma’s gefinancierd door een loterij voor een goed doel. Hoewel financiële bijdragen door dergelijke loterijen onder voorwaarden zijn toegestaan, interpreteren omroepen de regels soms te ruim en wordt het programma te wervend. Het Commissariaat voor de Media werkt daarom aan een beleidsregel die de teugels iets strakker aantrekt. Hoe zat het ook alweer?

Programma’s van de publieke omroep mogen niet worden gesponsord, tenzij het gaat om programma’s over cultuur, sport of ideële evenementen. In de Mediawet staat een sponsor echter gedefinieerd als een particuliere onderneming of een overheidsbedrijf. Alles wat niet onder die noemer valt, zoals ministeries, overheidsinstellingen, organisaties als het Rode Kruis of het Prins Bernhardfonds, geldt – what’s in a name? – als niet-sponsor. Ook goede doelenloterijen beschouwt het Commissariaat als zo’n niet-sponsor. Daardoor is het voor goede doelenloterijen mogelijk om op te treden als financiers van televisieprogramma’s. De spelregels daarvoor zijn neergelegd in de Beleidsregels sponsoring publieke omroep.

Ideel of commercieel

Daarnaast gelden voorwaarden voor

de wijze waarop in de uitzending aandacht mag worden besteed aan de loterijen. Volgens artikel 3 van de Mediawet wordt het oproepen tot steun aan instellingen met een wetenschappelijk, cultureel, godsdienstig, levensbeschouwelijk, politiek of liefdadig karakter niet gezien als reclame-uiting, zolang er tenminste geen in de vrije handel te verkrijgen producten of diensten worden aangeprezen. Een lot is een product, dus aandacht voor de loterij en de loten daarvan is een reclame-uiting. Nu heeft het Commissariaat voor de Media in de twee zogenaamde Loterijbrieven uit 1992 en 1993 bewust een uitzondering gemaakt voor loterijen voor het goede doel, zelfs al zijn dat doorgaans commerciële ondernemingen en geen ideële instellingen. Het Commissariaat wilde loterijprogramma’s bij de publieke omroep niet onmogelijk maken, omdat de opbrengsten van die loterijen ten goede komen aan charitatieve, of in elk geval niet-commerciële, doelen. De Loterijbrieven maakten het mogelijk dat het wervende karakter van een dergelijk programma niet meteen tot een overtreding leidt. Daarom mocht ook de naam van zo’n loterij in de titel worden genoemd. Het expliciet of impliciet oproepen tot het kopen of activeren van loten is en blijft echter verboden, wat dat is een reclameboodschap. Deze voorwaarden worden niet altijd even strikt opgevolgd. Zo

kreeg de TROS onlangs een boete van € 50.000 voor het reclame maken voor de Sponsorloterij in de programma’s Lingo, Lingo Bingo Show en De Grootste Bingo Ooit. Hoewel het goede doel, de bouw van een polikliniek voor kankerpatiënten, onmiskenbaar was, werd in de verschillende uitzendingen het kopen van loten expliciet aangemoedigd – en dat mag nog steeds niet.

Aangescherpt

Het Commissariaat voor de Media werkt op dit moment aan een nieuwe beleidsregel, waarin de Loterijbrieven worden opgenomen en enigszins aangescherpt. De verandering is dat het niet meer is toegestaan om de naam van de loterij in de programmatitel te vermelden. Verder wordt expliciet aangegeven dat de naam van de loterij alleen mag worden genoemd als er in het programma zelf een trekking plaatsvindt of een bekendmaking van een trekkingsuitslag. Een aantal publieke omroepen zal van die aanpassing direct gevolgen ondervinden, maar helemaal onverwacht komt de maatregel niet: reeds in november 2007 heeft hierover een consultatieronde plaatsgevonden. Naar verwachting zal de nieuwe beleidsregel nog dit voorjaar in werking treden. ■

“Wees creatief, kom met nieuwe ideeën!”

Wat mag wel en wat mag niet? Het is een terugkerende vraag, zeker waar het gaat om de samenwerking van publieke omroepen met private partijen. Omdat er op dit gebied nog steeds veel onduidelijkheid bestaat over de spelregels voor de publieke omroep, publiceert het Commissariaat binnenkort een toelichting. Zonder juridisch jargon en in gewone taal. “We hopen hiermee de onwetendheid uit de wereld te helpen. Er kan meer dan men denkt.”

Vooruitlopend op de beleidsbrief over de verruimde regelgeving op het gebied van publiek-private samenwerking belegde het Commissariaat voor de Media begin 2006 enkele bijeenkomsten met vertegenwoordigers van de landelijke en regionale publieke omroepen. De animo was groot, de omroepen waren graag van de partij om te horen wat nu wel en niet was toegestaan. Ook maakten ze gebruik van de gelegenheid om hun wensen met betrekking tot de verruiming van regels te uiten. Joan Terpstra, beleidsadviseur bij het Commissariaat voor de Media: “We hebben daar uitgelegd wat de regels zijn en wat daarbinnen allemaal mogelijk is. Na twee jaar constateren wij echter dat de oogst van die bijeenkomsten in termen van nieuwe formats en nieuwe vormen van samenwerking enigszins tegenvalt. Pas de laatste tijd komen die plannen en initiatieven beter los; men verzint nu nieuwe vormen van samenwerking, die ons weer uitdagen goed na te denken in hoeverre die binnen de regels passen.”

Kleinschalige zelfpromotie

Hoewel plannen doorgaans met veel enthousiasme worden gesmeed, komt de samenwerking tussen publieke omroepen en marktpartijen vaak maar moeilijk van de grond. De verschillen in bedrijfscultuur spelen daar een rol in; niet altijd houdt de snelheid van beslissen en handelen binnen de omroep gelijke tred met die binnen het bedrijfsleven. Daarnaast is het dienstbaarheidsverbod een groot obstakel. Hoe

kun je garanderen dat gemeenschapsgeld niet wordt aangewend om een private partij meer winst te laten maken? Beleidsadviseur Lonneke van der Zee: “Dat is in de praktijk inderdaad lastig, maar beslist niet onmogelijk. De taak van de publieke omroep is echter ook een factor. Een omroep maakt nu eenmaal programma’s en is geen schoenenwinkel of bioscoop. De verkoop van omroepkaplaarzen is dan ook niet toegestaan, althans niet in winkels. Verkoop via de eigen site mag wel als er sprake is van kleinschalige zelfpromotie, want dan is het een exclusief omroepproduct, waarvan de omroep alle winsten zelf opstrijkt. Als een omroep op de eigen website een bioscoopfilm bespreekt, dan is het wel toegestaan om bezoekers via een link door te sturen naar een site die kaartjes voor die film verkoopt. Op die manier is er een hoop mogelijk op het gebied van dienstverlening.”

Nevenactiviteit of niet?

Een verandering die de publiek-private samenwerking moet vergemakkelijken, is die van de regels voor titelsponsoring. Als een private partij een grote bijdrage levert aan een programma, zowel financieel als redactioneel, dan wordt dat programma als gesponsord beschouwd en mag de naam van de private partij in de titel terugkomen. Ook wordt het nu toegestaan om bladen of andere producten, die nu reeds als toegestane nevenactiviteit gelden, te noemen naar bepaalde programma’s of programmaonderdelen. Het kinderprogramma Willem Wever mag nu ook hun aan de serie verbonden tijdschrift ‘Willem Wever’ noemen. Het Lama-spel, dat al enige tijd in de handel is, werd vooruitlopend op deze aanpassing reeds oogluikend toegestaan. Terpstra: “Een andere belangrijke versoepeling van de regels geldt de uitwisseling van beeldmateriaal en redactionele informatie. Bij veel crossmediale plannen vormt dat een belangrijk onderdeel van de samenwerking. Nu wordt dergelijke uitwisseling nog gezien als nevenactiviteit, waarvoor aan alle voorwaarden van de concurrentievervalsingstoets, de schadetoets en de

relatietoets moet worden voldaan. Die voorwaarden deden menig initiatief al op de tekentafel sneuvelen. Vanaf nu is het zo dat als het gaat om een crossmediale én gelijkwaardige samenwerking, dat het dan niet meer wordt aangemerkt als nevenactiviteit. En dus hoeven die toetsen niet meer te worden doorlopen. Maar het is natuurlijk nog steeds zo dat omroepen met al hun initiatieven en samenwerkingsverbanden niet dienstbaar mogen zijn aan het maken van meer dan normale winst door derden.”

Gelijkwaardige samenwerking

Als een omroep met een dagblad in zee wil gaan om een bepaald thema te behandelen onder een nieuwe naam, zoals de VPRO en de Volkskrant hebben gedaan met Cinema.nl, dan ligt de weg nu vrij. Het wordt echter alweer anders als de samenwerking verdergaat onder de naam van een al bestaand katern uit die krant. Dan vertegenwoordigt dat katern een bepaalde waarde, bijvoorbeeld in termen van naamsbekendheid, en is er dus geen sprake van gelijkwaardige samenwerking. In dat geval kan die samenwerking alleen doorgaan als het een gesponsord programma wordt, met alle eisen van dien. Van der Zee: “Het zou ook kunnen zijn dat de samenwerking verdergaat onder de naam van een bestaand programma. Afhankelijk van het succes van het programma vertegenwoordigt de programmatitel al een bepaalde waarde, die met publiek geld is gerealiseerd. ‘Boer zoekt vrouw’ lijkt me meer waard dan een willekeurig radio-programma. De waarde van zo’n naam moet vergelijkbaar zijn met wat de omroep ervoor terugkrijgt, anders is er alsnog sprake van ongelijkwaardige samenwerking. In dat geval zou het kunnen dat de private samenwerkingspartij betaalt voor het gebruik van de titel. Maar hoeveel? Dat is iets waarvoor nog geen norm bestaat, al zijn er natuurlijk talloze merkenbureaus waarvoor het vaststellen van de marktwaarde van een merk dagelijkse kost is. We wachten de voorstellen dan ook in spanning af. Als men aannemelijk weet te maken dat

de voorgestelde vergoeding een realistische is én wij kunnen zien hoe men daartoe is gekomen, dan voorzie ik geen problemen.”

Iets brutaler

De omroepen moeten zelf beslissen welke vorm van samenwerking ze kiezen, maar het Commissariaat denkt graag mee over de vraag hoe bepaalde ideeën verwezenlijkt kunnen worden. Terpstra: “Omroepen zouden van mij best iets brutaler mogen zijn. Ze moeten niet bang zijn, maar juist creatieve nieuwe ideeën verzinnen. Die creativiteit is belangrijk: er kan meer dan nu gebeurt.” ■

Het Lama-spel is nu officieel toegestaan



SALTO krijgt boete voor Schiphol TV

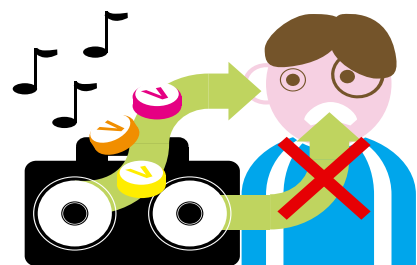
De Amsterdamse lokale omroep SALTO heeft van het Commissariaat voor de Media een boete van € 6.750,- gekregen in verband met het uitzenden van Schiphol TV op AT5.

Schiphol TV werd in 52 afleveringen als informatief programmaonderdeel van vijf minuten over Schiphol uitgezonden en geplaatst in een reclameblok dat enkel uit Schiphol TV bestond.

Reclameblokken moeten als zodanig herkenbaar zijn en zich duidelijk onderscheiden van de programmaonderdelen waartussen zij geplaatst worden. Schiphol TV was echter zodanig vormgegeven dat het voor het publiek niet als reclameboodschap herkenbaar was. ■

Boete Arbeidsvitaminen

Arbeidsvitaminen, het langlopende 3FM-programma van de AVRO, heeft dagelijks als programma-onderdeel het 'Bedrijf van de Dag', waarvan het personeel de favoriete muziek mag doorgeven. In de uitzending van 30 juli 2007 werd de naam van het betreffende bedrijf, de HEMA, te vaak genoemd, evenals de naam van een uitsluitend bij de HEMA verkrijgbaar product, dat ook gratis werd weggegeven. Wegens overtreding van sponsor- en reclameregels is de AVRO daarom een bestuurlijke boete van € 20.000 opgelegd. ■



Restje FM-frequenties verdeeld

En toen waren er nog maar twaalf. De laatste FM-frequenties die na de groot-scheepse herverdeling nog niet waren toegewezen, worden in maart 2008 door middel van een vergelijkende toets en een financieel bod toegekend. Het betreft hier uitsluitend kleine frequenties met beperkt bereik, zoals die in Stadskanaal, Ameland, Kaatsheuvel en Amersfoort. Nadat de aanvraag in december 2007 was opengesteld, hebben in totaal 32 commerciële aanvragers een bod uitgebracht. Tezamen met hun bod moest precies worden aangegeven wat ze met de frequentie van plan zijn en in welke mate de geplande programmering een regionaal karakter zal dragen. De vergunning wordt toegekend door het Agentschap Telecom, maar het Commissariaat voor de Media verzorgt op verzoek van OCW de zogeheten verbondenheidstoets. In de Mediawet staat dat het aanvragers niet is toegestaan om verbonden te zijn aan andere aanvragers of met partijen die

reeds uitzenden via andere frequenties. Dit om ongewenste concentratie van frequenties bij één marktpartij of meerdere aan elkaar gelieerde partijen te voorkomen, waardoor het gevaar ontstaat dat niet-landelijke omroep verwordt tot landelijke omroep. Alle aanvragers hebben hun dossiers ingeleverd bij OCW, dat het Commissariaat vervolgens heeft gevraagd na te gaan of zij via de bestuursstructuur of het aandeelhoudersbestand op verboden wijze gelieerd zijn aan andere partijen. Het Agentschap Telecom toetst de programmatische voornemens. De bevindingen van zowel het Commissariaat als het Agentschap Telecom gaan naar het ministerie van OCW, dat in maart zal beslissen aan wie de twaalf resterende frequenties toevallen. Overigens zijn er ook nog een vijftal AM-frequenties te verdelen. Met betrekking tot deze frequenties behoeft evenwel geen verbondenheidstoets te worden uitgevoerd. ■

Verplichte ondertiteling van start

De landelijke publieke en commerciële omroepen zijn met ingang van 1 januari 2008 verplicht een deel van hun oorspronkelijk Nederlandstalige programma-onderdelen te voorzien van ondertiteling. Voor de publieke omroep geldt dat in 2011 95% van alle oorspronkelijk Nederlandstalige programma-onderdelen moet worden ondertiteld. Om de omroepen de tijd te geven hun werkwijze aan de nieuwe regel aan te passen, geldt voor de tussenliggende jaren een oplopend percentage. Voor de landelijke commerciële omroepen is het uiteindelijk te behalen percentage gesteld op 50, dat ook getrapd mag worden bereikt. Zowel de publieke als de commerciële omroepen moeten het Commissariaat hun ondertitelingspercentage rappor-

teren. Die rapportage over 2008 zal pas uiterlijk 1 april 2009 worden ingeleverd, dus het valt nog niet te zeggen hoe het op dit moment staat met de toepassing van deze nieuwe beleidsregel. Overigens is het niet verplicht om de programma's in beeld te ondertitelen; omroepen worden alleen verplicht de programma-ondertiteling aan te bieden. Dat kan via Teletekst, maar ook via andere technieken. Er is een aantal ontheffingen verleend, bijvoorbeeld omdat Teletekst niet goed werkt bij verschillende digitale pakketten. Ook voor de themakanalen van de publieke omroepen blijkt het technisch lastig ondertiteling aan te bieden. Aan een oplossing wordt gewerkt. ■

Nieuwe impuls voor ledenwerving

Mag je als publieke omroep een lid belonen als die een nieuw lid aanbrengt? Mag BNN jongeren aan zich binden door voor hen een groot evenement met DJ Tiësto te organiseren? Tot voor kort luidde het antwoord op deze vragen 'nee', maar dankzij de nieuwe beleidsregels voor verenigingsactiviteiten krijgen omroepverenigingen meer mogelijkheden om nieuwe leden te werven.

Was het omroepen voorheen alleen toegestaan activiteiten te organiseren voor leden, met ingang van dit jaar mogen ze eens per jaar een evenement op touw zetten om nieuwe leden te werven. Het is een van de – door omroepen zeer gewenste – mogelijkheden om de ledenwerving een extra impuls te geven. Wilde een omroep een ledenreis organiseren, dan was men onder de oude bepalingen verplicht aan te tonen dat de leden een bijdrage konden leveren aan het democratisch functioneren van de omroepvereniging. Dat betekende dat men tijdens een 'VPRO-ledenreis rond hun programma In Europa', bijvoorbeeld, tijd moest inruimen om de leden ook daadwerkelijk te raadplegen. Die voorwaarde is nu losgelaten; het staat omroepen vrij activiteiten te organiseren om de ledenband te versterken. De aard van de activiteit is daarbij niet meer van belang.

Daarnaast is het aanbrengecadeautje voor nieuwe leden terug van weggeweest. De stelling dat omroepen nieuwe leden niet mogen 'kopen', maar dat zij uit overtuiging lid moeten worden, blijft echter gehandhaafd. Een cadeau mag, maar de waarde ervan moet in verhouding staan tot de kosten en duur van het lidmaatschap. Overigens zijn pennen, petjes en andere kleine promotionele artikelen altijd toegestaan. ■



Handhaving informatieplicht lokale omroepen

Het Commissariaat voor de Media richt zich niet alleen op landelijke en regionale omroepen. Ook de lokale omroepinstellingen worden geacht het Commissariaat voor de Media jaarlijks te informeren over het gebruik van hun zendtijd, het functioneren van het programma-beleidsbepalende orgaan (pbo) en de financiële situatie. Het Commissariaat gaat er in 2008 strenger op toezien dat de informatie tijdig wordt geleverd.

Zoals elk jaar moet ook in 2008 alle informatie voor 1 juni bij het Commissariaat binnen zijn. Omroepen die de informatie niet geheel of niet tijdig insturen, krijgen een eerste bestuurlijke boete van € 150. Als de gevraagde informatie op 31 augustus nog niet binnen is, dan geldt dat als een ernstige overtreding die wordt beboet met een bedrag van € 650. Het inleveren van de gevraagde informatie kan geheel via het elektronische toezichtformulier, maar in uitzonderlijke gevallen is de papieren rapportage ook nog toegestaan. Naast de gegevens op het toezichtformulier dienen omroepinstellingen ook de pbo-notulen, eventuele nieuwe of gewijzigde overeenkomsten met derden en de jaarrekening aan het Commissariaat ter beschikking te stellen. Daarnaast onderwerpt het Commissariaat jaarlijks een selecte groep lokale omroepinstellingen aan een nader onderzoek. Omroepen die niet tot deze groep behoren, ontvangen geen individueel oordeel over hun functioneren. Een samenvatting van de resultaten van het toezicht op de lokale omroepen staat in het jaarverslag van het Commissariaat. ■

Tussen TV10 en Youtube: 20 jaar Commissariaat voor de Media

Het Commissariaat voor de Media bestond op 1 januari 2008 twintig jaar. Reden voor een kwartet collega's van het eerste uur om terug te blikken op de beginjaren van de 'mediawaakhond'. "We bekeken destijds alle uitzendingen live. Elke dag haastten mensen zich van werk naar huis om op tijd voor de buis te zitten."

Het was een wonderlijk samenraapsel van mensen, die eerste groep medewerkers in 1988. Afkomstig van het ministerie van WVC in Rijswijk, het bureau van de regeringscommissaris en de NOS, moesten ze samen vanaf 1 januari 1988 het nieuwe Commissariaat voor de Media vorm en inhoud geven. Kort daarvoor wist Merel Vallo, tegenwoordig medewerker Programmatoezicht, nog niet dat ze even later bij het Commissariaat zou werken. Vallo: "Ik werkte destijds bij de Luisterdienst, die zorgde voor toezicht op de radio. Dat betekende dat ik thuis bij de radio zat met een invullijst en mijn bevindingen keurig rapporteerde. Of er iets met die rapportages gebeurde? Ik had geen idee, ik werkte thuis. Moest ik een moeilijk te ontvangen zender beluisteren, dan stond ik met mijn transistor in de keuken, waar ik de beste ontvangst had. Dat was mijn werkplek, ik wist niet eens wie mijn collega's waren. Op een dag kreeg ik een telefoontje dat ik ambtenaar zou worden en voortaan bij het Commissariaat voor de Media zou werken. Meld je daar en daar en succes ermee. En daar ging ik, al had ik geen benul wat ik moest doen." Dirk Oudenaarden, het latere hoofd Zendtijd- en Kabelzaken, wist dat wel. Hij kwam van het bureau van de regeringscommissaris – "daar had 'Het Bureau' geschreven kunnen zijn" – en was daar betrokken geweest bij de voorbereidingen van de wijziging van de Omroepwet in de Mediawet. Zodoende wist hij in een vroeg stadium van het initiatief tot een zelfstandig bestuursorgaan voor toezicht op de media. Hij was ook nauw betrokken bij de praktische realisatie van dat plan. Oudenaarden: "We hadden natuurlijk een pand nodig, waar we met ongeveer 25 mensen in moesten passen. We kwamen terecht in drie villa's aan de Emmastraat, schuin tegenover de

KRO. Het waren afdankertjes van de NOS en dat kon je goed merken; we maakten zelfs gebruik van het oude kantoormeubilair dat was achtergebleven. Het eerste eigen vermogen genereerde het Commissariaat door onder meer één van die villa's te verkopen en met dat geld enkele jaren later een verbindingsstuk te bouwen tussen de andere twee villa's."

"INTERN LAG DE FOCUS OP TV, DAAR VOND JE DE SPRAAKMAKENDE ZAKEN"

Eindeloze deining

Het nieuwe Commissariaat, onder de bezielende leiding van de eerste voorzitter Aart Geurtsen, ging voortvarend van start. Een van de eerste boetes wegens overtreding van het reclamevoorschrift was voor de RVU, omdat in de documentaire 'Klotst voort in eindeloze deining' een KLM-toestel nadrukkelijk door het beeld vloog. De RVU maakte bezwaar en procedeerde zelfs tot de Raad van State – een gang die de juristen van het Commissariaat nog vele malen zouden maken. Dat was ook de reden dat Hans Ottenhoff het Commissariaat kwam versterken: met de hoeveelheid procedures naar aanleiding van sanctiebesluiten was er snel behoefte aan meer juridische kennis. Ottenhoff kwam zelf van de Raad van State en kende de dossiers dus al. Ottenhoff: "Mijn eerste werkzaamheden bestonden uit het controleren van de rapportages van de kijk- en luisterdienst. Dat gebeurde daarvoor nog niet, of amper. De bezwaarprocedure werd toen nog niet gevolgd, we maakten gebruik van een deskundigencommissie. Was een omroep het niet met ons eens, dan bogen zij zich over de kwestie en kwamen tot een wijs advies." Vallo: "Ik was blij met het feit dat er eindelijk iets met de rapportages gebeurde, al bleef de luisterdienst een ondergeschoven kindje.



Jan Vosselman Bosch: "Onze taken zullen in de toekomst verschuiven"



Hans Ottenhoff: "A lawyer's paradise..."



Dirk Oudenaarden: "In het begin was het zoeken naar onze plek"



Merel Vallo: "De Luisterdienst was lang een ondergeschoven kindje"

Het oog van de buitenwereld was gericht op onze boetes, die haalden de voorpagina's en Het Journaal. Ook intern lag daardoor de focus op tv, want daar vond je de spraakmakende zaken. Niet verwonderlijk, want het toenmalige hoofd van de afdeling toezicht was lid van de kijkdienst, evenals de P&O-functionaris." De praktijk van het toezicht was bewerkelijk. Het was taboe om programma's later terug te kijken, alles moest op het uitzendtijdstip zelf worden bekeken. Vanzelfsprekend liep er wel een videoband mee, die in geval van geconstateerde overtredingen mogelijk als bewijsmateriaal moest dienen. Vallo: "De Kijkdienst kreeg een tijdblok toegewezen van, bijvoorbeeld, acht uur 's avonds tot middernacht en dan zat men met pen en papier voor de buis. En stipt om twaalf uur ging de tv uit, ook als het programma een kwartier uitliep. Geen risicoanalyse, geen steekproeven, gewoon kijken."

Eigen plek

Hoewel de uitgedeelde boetes het Commissariaat snel bekend maakten in omroepeland, hadden de nieuwe collega's intern nog wel eens verschil van inzicht. Ook Jan Vosselman Bosch, die de overstap had gemaakt van de Rijksdienst voor de

Monumentenzorg, moest in het begin zijn plek nog vinden. "Ik vond de stap van monumentenzorg naar het toezicht op de Publieke Omroep wel een logische – er waren de nodige parallellen te trekken, vooral toen – maar de sfeer binnen het Commissariaat was nog niet optimaal. Dat veranderde snel toen het ministerie in het eerste jaar drie besluiten van ons torpedeerde. Dat zorgde ervoor dat de rijen zich snel sloten, opeens was er saamhorigheid. Die is nooit meer verdwenen, we wisten dat we het samen moesten doen." Oudenaarden: "Het Commissariaat was natuurlijk ook ingesteld om het toezicht op de omroep te depolitiseren, zoals de SGP dat in het kamerdebat noemde. Dan kon de minister bij moeilijke vragen verwijzen naar het Commissariaat. Het merkwaardige aan onze positie is dat we verantwoording schuldig zijn aan het ministerie, maar toch een onafhankelijk bestuursorgaan zijn. Zeker in het begin was het zoeken naar onze eigen plek. Politici zijn zich overigens altijd met televisieprogramma's blijven bemoeien, daarin heeft de oprichting van het Commissariaat niets veranderd. Van de Grote Donorshow tot het gekrakeel rondom het uitzenden van de pornofilm Deep Throat, politici kunnen het nog steeds niet laten iets over de inhoud van tv-programma's te roepen."

Klikken en klagen

Een der meest geruchtmakende beslissingen van het Commissariaat was de streep door de plannen voor TV10. Vallo: "Dat was de enige keer dat er fotografen bij ons in de bosjes lagen. Zo interessant zijn we sindsdien nooit meer geweest." De komst van commerciële televisie in Nederland was niettemin een kwestie van tijd: op 28 augustus 1995 kreeg SBS6 de primeur. In de voorheen zo rustieke vijver van het Nederlandse medialandschap gooide de commerciële nieuwkomer prompt allerlei stenen. Ottenhoff: "SBS probeerde steeds nieuwe dingen uit, ze interpreteerden regels anders. De Mediawet kan tot nogal wat interpretatieverschillen leiden, dus daar was ook alle ruimte om te manoeuvreren. Vakinhoudelijk was dat voor ons zeer interessant, een 'lawyer's paradise'. SBS schrok er niet voor terug door te gaan tot de Raad van State als ze echt vonden dat hen onrecht werd gedaan, zo bouwden we gezamenlijk jurisprudentie op." Vosselman Bosch: "Met de intrede van commerciële televisie in Nederland begon de concurrentiestrijd en daarmee het klikken en klagen. Met name de commerciële radio-omroepen hadden daar een handje van. Ik kon me het voorstellen, want de onderlinge concurrentie was meteen al stevig. Maar wij moesten wel even schakelen: voorheen kregen we nooit handhavingsverzoeken en opeens vlogen die ons om de oren."

Mooie ontwikkeling

Een voortdurend terugkerende kwestie is die van het ongelijke speelveld voor SBS en RTL, een gevolg van de in Nederland en Luxemburg verschillende invulling van de Europese televisierichtlijn. Vallo: "Dat is een klacht die we al jaren horen, daarom zijn we een onderzoek gestart naar de concrete gevolgen van die verschillen. Scheelt het

nu echt zo veel in financiële zin? Jarenlang hebben we vruchteloos geprobeerd RTL onder Nederlands toezicht te krijgen, maar nu worden de bakens verzet en is de wetgever bezig met het verruimen van de reclame- en sponsorregels. De ontwikkelingen in de media gaan snel en de Mediawet beweegt, zij het met enige vertraging, wel degelijk mee." Het hoge tempo van de digitale veranderingen dwingt het Commissariaat steeds te evalueren wat zijn taak is. Een blik op de toekomst biedt voorsnog een mistig beeld. Vosselman Bosch: "Nu internet de distributiemogelijkheden van content steeds minder schaars heeft gemaakt, zou je eens met een frisse blik kunnen kijken naar ons vergunningstelsel. Daarmee reguleren we de distributie via traditionele kanalen: is dat nog wel op deze manier nodig of moeten we iets anders verzinnen? Valt het toezicht op bewegende beelden via Youtube binnen onze opdracht of niet? Veel is nog onduidelijk, ik verwacht dat onze taken in de toekomst zullen verschuiven." Oudenaarden: "De media vormen een interessant vakgebied. Er is steeds beweging, je wordt gedwongen om bij te blijven. Sterker nog, wij signaleren vaak in een vroeg stadium nieuwe ontwikkelingen en kaarten die aan. Via de CoMedia, onze website of een interview in een krant, maar ook met de besluiten die we nemen." Ottenhoff: "We zijn een club van onderzoekers geworden. Nieuwe collega's zijn vrijwel zonder uitzondering universitair geschoold, voortdurend bezig ontwikkelingen te volgen, te onderzoeken en mogelijke gevolgen te duiden. Van boetes uitdelen tot diepgravend onderzoek doen, ik zie daar een mooie ontwikkeling." Oudenaarden: "Misschien hebben wij het daarom die twintig jaar zo makkelijk volgehouden. We zijn hier fanatiek met iets leuks bezig: de media. Dat verveelt nooit." ■

"Verzin een list!"

De grote roerganger gedurende de eerste jaren van het Commissariaat voor de Media was collegevoorzitter Aart Geurtsen. "Hij zat overal bovenop," herinnert Jan Vosselman Bosch zich, "in die zin was hij een echte baas. Vergaderingen waren kort en hij deed alles uit zijn hoofd, want hij beperkte zich tot de grote lijnen. Hij had bovendien de gewoonte ontwikkeld om 's ochtends vroeg gesprekken te voeren, waardoor de belangrijkste beslissingen al waren genomen voordat de eerste collega's op kantoor verschenen." Hans Ottenhoff: "Op hoorzittingen waren zijn gevleugelde woorden: 'Verzin een list, ik hoor het wel.' En dan stapte hij op. De details geloofde hij wel." Dirk Oudenaarden: "Hij trok zich weinig aan van de afgesproken portefeuillevordering, maar dankzij zijn charme kwam hij daarmee weg. Voor een beginnend Commissariaat was hij de juiste man op de juiste plaats: een echte pionier."

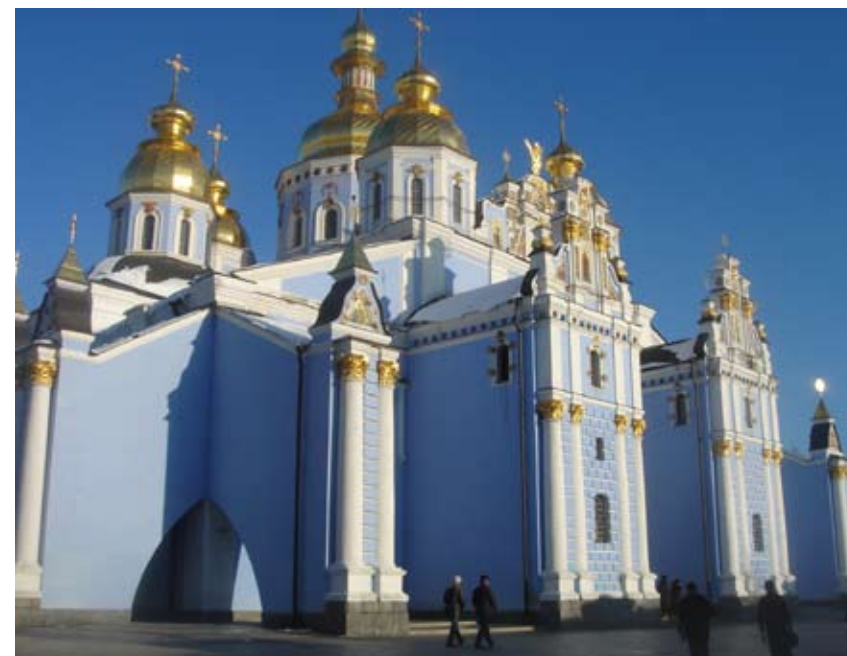


Het eerste kantoor van het Commissariaat aan de Emmastraat te Hilversum

Oekraïens mediatoezicht worstelt met politieke instabiliteit

Ondanks de politieke instabiliteit van Oekraïne werkt de National Television and Radio Broadcasting Council, de plaatselijke toezichthouder, hard om controle uit te oefenen op het almaar uitdijende medialandschap. Op dit moment telt het land al meer dan 1500 omroepbedrijven, waarvan het merendeel een lokaal karakter heeft. Het ontbreken van een sterke publieke omroep blijft echter een gemis.

Namens de Raad van Europa gaf Marcel Betzel, beleidsadviseur bij het Commissariaat voor de Media, tijdens een seminar van de Council in Kiev presentaties over toezicht in het algemeen en monitoring in het bijzonder, bescherming van minderjarigen en samenwerking met omroepen. In Oekraïne hebben op dit moment vijftien omroepen een landelijke dekking. Ook zijn er zo'n 1500 lokale omroepen, waarvan de meeste kampen met een tekort aan financiële middelen. Er is geen sterke publieke omroep, alleen nog de staatsomroep, die door de bevolking echter amper wordt bekeken. Betzel: "De staatsomroep gaat gebukt onder zijn verleden als spreekbuis van de communistische machthebbers en wordt daarom niet serieus genomen. Iets wat je in veel landen in Oost-Europa ziet." Een ander probleem in Oekraïne is het gebrek aan producties in de



St. Michaels kathedraal in Kiev

nationale taal. Veel omroepen richten zich op het Russisch sprekende deel van de bevolking, met name in het Oosten en op de Krim. Er is met de omroepen weliswaar een 'memorandum of understanding' gesloten, maar het effect daarvan moet zich nog bewijzen. "Het op Rusland gerichte deel van de bevolking wantrouwt de sterk op het Westen georiënteerde president. Die politieke instabiliteit helpt natuurlijk niet", aldus Betzel. "Maryse Brugière,

de directeur Programmatoezicht van de Franse toezichthouder CSA, vertelde in haar presentatie hoe Frankrijk haar nationale taal ondersteunt. Daar hanteert men strenge voorschriften op het vlak van de quota: minimaal 60% moet Europees product zijn en minstens 40% van de muziek Frans. Ook zijn er hoge percentages voor nationale producties. Daar kunnen de toezichthouders in Oekraïne voorlopig alleen nog van dromen." ■

Meer signaleren en adviseren

Het medialandschap verandert snel. In welk tempo de ontwikkelingen zich zullen voltrekken is nog onderwerp van debat, evenals de richting die het opgaat. Het staat echter vast dat de ontwikkelingen invloed zullen hebben op de taak van het Commissariaat voor de Media. Is regulering nog wel nodig en zo ja: wat moet er dan gereguleerd worden?

In een brief aan de minister van OCW maakt het Commissariaat jaarlijks bekend op welke wijze het zich gedurende het komende jaar van de toezichtstaak wil kwijten. Er is ook een blik naar binnen gericht: hoe zullen de taken en verantwoordelijkheden van het Commissariaat onder invloed van nieuwe media gaan verschuiven? Er is een nieuwe Mediawet in de maak die een techniekneutrale benadering als uitgangspunt neemt, aangezien de verspreiding van audiovisueel materiaal al lang niet meer alleen via radio en televisie gebeurt. Wat kunnen we, in deze tijd van internet en mobiele communicatie, nog als omroep beschouwen? Door het wegvallen van technische schaarste zal de noodzaak tot het toewijzen van zendtijd verminderen of zelfs verdwijnen. Aan de andere kant dienen we een vorm van toezicht op omroepactiviteiten op internet te vinden. Ook zullen zaken als onafhankelijkheid van berichtgeving en bescherming van culturele waarden gecontroleerd en gegarandeerd moeten worden. Voor een Commissariaat dat zich richt op de maatschappelijke taak van de media krijgen signalerende en adviserende functies dan ook een groter gewicht. Waar het echter gaat om het

bewaken van de grenzen van journalistieke zorgvuldigheid, een bron van toenemende maatschappelijke zorg, rekenen we gewoontegedrag op zelfregulering. Als extra waarborg voor een regulering die ook door de bevolking wordt gedragen, suggereert het Commissariaat de mogelijkheid om het functioneren van die zelfregulering te monitoren, zoals dat nu al gebeurt met het Nicam.

Valideren en verifiëren

Het komend jaar doet het Commissariaat onderzoek naar crossmediaal nieuwsgebruik, uitgedrukt in bereik en tijdsbesteding, om zo inzicht te verweren in de verdeling van opiniemacht. Tevens worden alle nieuwsberichten van één etmaal geanalyseerd: wie brengt een nieuw onderwerp naar buiten en van wie zijn die berichten afkomstig? Het zijn indicatoren waarmee de diversiteit van het nieuws kan worden onderzocht. Met betrekking tot de landelijke publieke omroepen poogt het Commissariaat in 2008 een nieuw systeem voor ledentelling uit te werken. Aangezien de minister de verdeling in A- en B-omroepen wil veranderen in een glijdende schaal van ledenaantallen, kan straks elk extra lid een omroep winst in zowel zendtijd als middelen opleveren. Daarnaast komen dit jaar de inhoudelijke programmavoorschriften voor de publieke omroep te vervallen. In plaats daarvan is er met de omroepen een prestatieovereenkomst gesloten. Het Commissariaat zal in 2008 de door de omroepen gegenereerde rapportages, die moeten aantonen dat de omroepen hun prestatie naar behoren hebben geleverd, valideren en verifiëren. Ten

slotte gaat het Commissariaat verder in de inspanning om goed bestuur oftewel 'governance' binnen de omroepen tot stand te brengen. Het ligt in de bedoeling de governancevoorwaarden mee te nemen in de beoordeling van de eerstvolgende verlening van erkenningen.

Liberalisering

Toezicht en handhaving hoeven van het Commissariaat niet per se in één hand te liggen. Bij het gebruik van etherfrequenties door commerciële omroepen houdt het Commissariaat toezicht op de inhoudelijke voorschriften, terwijl het Agentschap Telecom indien nodig handhaaft. Zo zou het Commissariaat ook belpelletjes kunnen monitoren, terwijl het Openbaar Ministerie de handhaving doet. Daarnaast is het Commissariaat zijn toezicht dusdanig aan het inrichten dat de RTL-programma's, die niet onder Nederlandse jurisdictie vallen, op dezelfde wijze worden gevolgd als die van binnenlandse commerciële. De bevindingen worden gerapporteerd aan de Luxemburgse toezichthouder.

Omdat de Luxemburgse wetgeving nergens afwijkt van de Europese minimumnormen en Nederland juist striktere regels kent, heeft het Commissariaat liberalisering van het regime voor binnenlandse commerciële omroepen bepleit. Hierover is inmiddels brede consensus ontstaan. Daarom acht het Commissariaat het niet de hoogste prioriteit handhavend op te treden tegen omroepen die splitscreen advertising, power breaks en filmonderbrekende reclame toepassen – mogelijkheden die de Europese Richtlijn Televisie Zonder Grenzen wel biedt, maar de Nederlandse Media-

wet (nog) niet. Daarbij geldt uiteraard dat de commerciële omroepen de normen uit de Europese Richtlijn strikt in acht dienen te nemen.

Handboek en evaluatie

De regionale en lokale omroepen krijgen in de discussie over mediabeleid en toezicht zelden de aandacht die ze verdienen, maar het Commissariaat ziet ze onverminderd als een belangrijke doelgroep. Wel is gebleken dat over de hele linie slecht wordt voldaan aan het voorschrift dat minstens 50% van de zendtijd moet worden besteed aan informatieve en culturele programmaonderdelen over de eigen gemeente. Het Commissariaat zal bekijken of er realistischer voorschriften kunnen worden geformuleerd. Daarnaast wil de financiële rapportage wel eens te wensen overlaten, met name op lokaal niveau. Voor het Commissariaat reden om voor de lokale omroepen een handboek voor financiële verantwoording te ontwikkelen. Tevens is 2008 het jaar van de evaluatie van de systematiek waarbij de provinciebesturen volledig verantwoordelijk zijn voor de financiering van regionale omroepen. Het Commissariaat zal een bijdrage leveren aan deze evaluatie, samen met Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS) en het interprovinciaal overleg IPO. ■

COLLEGE BESLUITEN

Collegebesluiten 20 november 2007 tot en met 29 januari 2008

Zendtijd- en kabelzaken

In de aangegeven periode is zendtijd toegevoegd aan

Lokale omroep

- ◆ Stichting Omroep Dommelland voor de gemeente Bostel
- ◆ Stichting Omroep Castricum
- ◆ Stichting Local FM voor de gemeente Etten-Leur
- ◆ Stichting Streekomroep Reindonk voor de gemeenten Horst aan de
- ◆ Stichting Televisie- en Radio Omroep Merwestad "Trom" voor de gemeente Dordrecht
- ◆ Bergeijkse Lokale Omroep Stichting
- ◆ Stichting Lokale Omroep Margraten
- ◆ Stichting Omroep Enschede
- ◆ Radio Salsa Omroep Stichting voor de gemeente Papendrecht
- ◆ Stichting Omroep voor radio en televisie Waddinxveen
- ◆ Stichting Ohm voor de gemeente Oisterwijk
- ◆ De aanvraag van Stichting Media 78 voor de gemeente Dordrecht wordt afgewezen.
- ◆ De aan de Stichting Lokale Omroep Enschede toegewezen zendtijd wordt ingetrokken.

Commerciële omroep

In deze periode is toestemming verleend aan

- ◆ Stichting Dialectesse Media voor het programma Cantus FM
- ◆ De heer F. Otten voor Hardenberg-FM
- ◆ Kink FM Beheer B.V. voor Kink FM

- ◆ RATO Zender Techniek voor Memories FM
- ◆ Rietbergen Sales and Design B.V. voor het programma Raceworld TV
- ◆ NDC Radio B.V. voor elf radioprogramma's voor algemene omroep
- ◆ Liliocerus Holding B.V. voor het programma Astro.fm
- ◆ Bouwbedrijf Sarikaya voor Cilgin FM
- ◆ Digital Traveller B.V. voor Liberty TV (homeshopping)
- ◆ Stichting Fudsek Nederland voor TV4US
- ◆ Unitechnologies voor het radioprogramma Unitechnologies
- ◆ De heer R. Poeze voor V1296
- ◆ Stichting Blauwe Engel Lochem voor het programma 55+ FM
- ◆ De heer T. de Vries voor Radio De Marne
- ◆ De aanvraag van TV4U B.V. voor omzetting van algemene naar bijzondere omroep – voor het programma Action Now – wordt afgewezen.
- ◆ De aanvraag tot verlenging van de toestemming aan Haagland Radio wordt afgewezen.
- ◆ Geen toestemming kan worden verleend aan dhr Van Meer voor commerciële omroep (7 TV themakanalen), omdat dit niet onder de bevoegdheid van Nederland valt.

25 september

Het radiozendtijdbesluit 2007-2008 en het televisiezendtijdbesluit 2007-2008 worden vastgesteld.

Evenementenzender

- ◆ DTSB Dutch Telecom Broadcast Support voor diverse evenementen tijdens de Kerstmarkt Wageningen
- ◆ Hardenberg-FM voor de Open Radio Dagen en het Nazomerfeest Wageningen
- ◆ Sub Multimedia ReSearch Lab voor het literair festival WeerWoord

- ◆ Stichting Leidse Evenementen voor drie oktober-feesten in Leiden
- ◆ Stichting Vancouver 2010 voor diverse evenementen op de IJbaan te Coevorden
- ◆ Amsterdamse Studenten-Roeivereniging Nereus voor de Heineken Roevierkamp 2008
- ◆ Circuit van Drenthe Evenementen B.V. voor diverse auto- en motorevenementen
- ◆ Stichting Cyber Media World voor Code-masters Campzone 2008
- ◆ Stichting Internationale Honk- en Softbal-evenementen in Haarlem voor de Haarlemse Honkbalweek 2008
- ◆ Vereniging Scouting Nederland voor de Nationaal Jamboree 2008.

- ◆ De aanvragen van Van Rossum-Elisabethgroep en de heer H.H. van Houten worden afgewezen.

Juridische zaken – Programmatoezicht

- 20 november
Omroep Drenthe krijgt een bestuurlijke boete van € 8.700,- wegens niet-toegestane reclame-uitingen in en sponsoring van het programma Da's nou Drenthe.

- Stichting Amsterdamse Lokale en Regionale Televisie en Radio Omroep wordt uitgenodigd voor een hoorzitting in verband met het voornemen een boete op te leggen van € 6.750,- omdat wekelijks in het reclameblok het programmaonderdeel Schiphol TV is uitgezonden. Vormgeving en inhoud van het programma maakten het onvoldoende herkenbaar als reclameboodschap.

Stichting Lokale Omroep Weesp (SLOW) krijgt een bestuurlijke boete van € 2.400,-

wegens het niet voldoen aan informatieplicht voor de jaren 2005 en 2006 en de financiële verplichting 2006.

- 27 november
Omroep Limburg krijgt een bestuurlijke boete van € 17.150,- wegens diverse overtredingen van de reclame- en sponsorregels in het programma 'Bob en Bacchus'.

Het verzoek van MTV Networks B.V. om, in verband met het programma Bodyjam, ontheffing te verkrijgen van het verbod om merk- en bedrijfsnamen in de programmatitel op te nemen, wordt afgewezen.

- 11 december
De AVRO wordt voor een hoorzitting uitgenodigd in verband met het voornemen een boete van € 20.000,- op te leggen wegens niet-toegestane reclameuitingen in het programma Arbeidsvitaminen.

- 18 december
Het bezwaar van TV4U B.V. (Action Now) tegen de verleende ontheffing voor Nederlands- en Friestalige programma's wordt gegrond verklaard. Het percentage Nederlands- of Friestalige programma's voor 2007, 2008 en 2009 wordt vastgesteld op 0%.

Het bezwaar tegen de verleende ontheffing Europese producties wordt ongegrond verklaard. Het besluit wordt gehandhaafd.

Het verzoek van Radio 227 tot bestuursrechtelijke handhaving @Home BV, teneinde het advies van de programmaraad Amstelveen op te volgen, wordt afgewezen.

De bezwaren van de Stichting Algemene Programma Raad, de Stichting Programmaraad Rotterdam en de Programmaraad Gelderland-Oost inzake de geldigheidsduur

van het radio-advies jegens UPC worden gegrond verklaard, zonder evenwel uitvoering te geven aan het verzoek van deze programmaraden om handhaving van het gestelde in artikel 82k, vijfde lid, van de Mediawet. De bezwaren richtten zich namelijk op het advies 2005-2007. Bij het nieuwe advies kan de kabelbeheerder dit niet meer voor een periode van twee jaar laten gelden.

- 8 januari
Het besluit van 18 september 2007, waarbij aan Multikabel een boete van € 13.000,- is opgelegd, wordt ingetrokken, omdat binnen afzienbare tijd het advies van de RPGO alsnog zal worden opgevolgd.

Aan Stichting Radio Zwartewater FM wordt ontheffing verleend van het verbod vermijdbare reclame-uitingen uit te zenden in het kader van een actie voor het Kika-Kinderfonds.

Massalia Telecom Nederland B.V. krijgt voor de televisieprogramma's Sexy Sat Television 1, Sexy Sat Television 2, Sexy Sat 3 en Sexy Sat 4, gedeeltelijk ontheffing van de wettelijke verplichting Nederlands- en Friestalige programmaonderdelen uit te zenden.

MTV Networks krijgt ontheffing van het verbod om merk- en bedrijfsnamen in de programmatitel op te nemen in verband met het programma Hihi met Sisi.

- 15 januari
De bezwaren van de volgende lokale omroepen tegen de sanctiebeschikkingen die voortvloeien uit het integrale toezicht 2006-2007, worden niet-ontvankelijk verklaard:

- ◆ Stichting Radio-Televisie Sternet
- ◆ Stichting Omroep Aalten

- ◆ Airplay Media Stichting
- ◆ Stichting Lokale Omroep Woudrichem
- ◆ Stichting Lokale Omroep Werkendam
- ◆ Radio Omroep Stichting Albrandswaard

Van de volgende lokale omroepen zijn de bezwaren tegen bovengenoemde sanctiebeschikkingen in het kader van het integraal toezicht 2006-2007 ongegrond verklaard:

- ◆ Stichting Radio/Televisie West-Friesland
- ◆ Stichting Reest en Vecht
- ◆ Stichting Radio Omroep Lopik en IJsselstein
- ◆ Stichting Teleros
- ◆ Stichting RTB-3
- ◆ Heerenveense Omroep Stichting
- ◆ Stichting Lokale Media Beuningen

De bezwaren van de volgende omroepen zijn gegrond verklaard:

- ◆ Stichting Stadsomroep Doetinchem (boete wordt verlaagd van € 650,- naar € 500,-)
- ◆ Stichting Lokale Omroep Stein (boete van € 650,- wordt ingetrokken)

Stichting Amsterdamse Lokale en regionale Televisie- en radio Omroep krijgt een bestuurlijke boete van € 6.750,- wegens de niet als zodanig herkenbare reclameboodschap(en) voor Schiphol in het programmaonderdeel 'Schiphol TV'

- 29 januari
Aan SBS wordt ontheffing verleend van het verbod om merk- en bedrijfsnamen in de programmatitel op te nemen. Dit voor het programma Das je goed recht van SBS6.

Financieel toezicht

Lokaal

- 29 januari
De brief waarin de jaarrekening 2006 van de lokale omroep Stichting G4 Radio is beoordeeld, wordt vastgesteld.

De brief waarin de jaarrekening 2006 van de lokale omroep FunX B.V. is beoordeeld, wordt vastgesteld.

Regionaal

- 27 november
De brief waarin de jaarrekening 2006 van Stichting Omroep Limburg is beoordeeld, wordt vastgesteld.

- 8 januari
Op verzoek van de Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS) wordt een positief advies uitgebracht in verband met de zenderkosten, aangezien het geld ten goede komt aan de programma's.

Landelijk

- 4 december
De brief waarin de jaarrekening 2006 van de Joodse Omroep (Stichting NIK Media) is beoordeeld, wordt vastgesteld.
- 11 december
De brief waarin de jaarrekening 2006 van Omroep Max is beoordeeld, wordt vastgesteld.

Neventaken en nevenactiviteiten

- 20 november
Aan de EO wordt kenbaar gemaakt dat het uitgeven van het blad Christenen in Contact een niet-toegestane nevenactiviteit is.

Het uitgeven van het tijdschrift Vier! door de NCRV wordt als een toegestane nevenactiviteit aangemerkt.

- 11 december
Aan de VARA wordt meegedeeld dat de nevenactiviteit 'tijdschrift Youp' geen strijd oplevert met de wettelijke bepalingen terzake en dus is toegestaan.

Omroep Gelderland krijgt toestemming voor User Generated Content-platformen.

- 18 december
De samenwerking tussen de KRO en Het Gesprek wordt voorwaardelijk toegestaan.

De internetsite www.ikop.tv wordt als nevenactiviteit van RTV Utrecht toegestaan.

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

