

CO.MEDIA

UITGAVE VAN HET COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA - NUMMER 129 - JULI 2009



Digitalisering rukt op

Lokale omroepen en de
nieuwe mediawet

Mediamonitor vernieuwd

Controle ledenbestanden:
het onbekende omroepid

Nummer 129
Juli 2009

CoMedia is een uitgave van het
Commissariaat voor de Media

Redactie:
Wanda Bade
Fred van der Gon Netscher
Vincent Weggemans
Ingrid Koorn

Met bijdragen van:
Tineke Bahlmann
Marcel Betzel

Fotografie:
Wim Kluyvers
Jacques Seignette

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:
Gerard Lieverse (Ziggo)
en Marieke Pette (Kabelraden.nl)

3 Column

Hoge afkoopsommen en riante vertrekbonussen: ook in de omroepwereld komen ze voor. Tineke Bahlmann pleit voor het hanteren van zogeheten 'claw back'-regelingen.

4 Digitalisering rukt op

Op welke manier kan Ziggo kabelruimte vrij maken om voorwaarden te scheppen voor de toenemende digitalisering? En welke rol spelen de programmeraden daarbij? Gerard Lieverse van Ziggo en Marieke Pette van Kabelraden.nl buigen zich over deze kwestie.

7 Sancties vaste boekenprijs

Bastiaan Mons licht de nieuwe beleidslijn over de sancties op de vaste boekenprijs toe. "Als de regels duidelijk zijn, heb je minder discussie achteraf."

10 Informatiebijeenkomsten lokale omroepen

Op vijf avonden informeerde het CvdM lokale omroepen over de nieuwe Mediawet. Wat verandert er voor hen en welke regels blijven van kracht?

13 Regulering online media

Marcel Betzel verzorgde in Azerbeidjan een seminarpresentatie over zelfregulering van online media. "High trust" moet het leidend uitgangspunt zijn."

16 Collegebesluiten

Een overzicht van besluiten genomen in de periode van 10 maart 2008 tot en met 2 juni 2009.

Terugkluwen

Sla de krant open en je struikelt erover. De afgelopen jaren lezen we vrijwel dagelijks berichten over topsalarissen, buitensporige bonussen en excessieve vertrekregelingen. Zelfs in onze Tweede Kamer is dit onderwerp herhaaldelijk aan de orde geweest, met doorgaans veel verontwaardiging en weinig concreet resultaat. Vooruit, in de financiële sector worden de salarissen enigszins aan banden gelegd – maar dan vooral bij de banken die steun hebben gezocht bij de overheid.

Hoe komt dat? Aan de collectieve verontwaardiging ligt het niet, die is groot genoeg. Probeer maar eens uit te leggen dat mensen in de top van het bedrijfsleven een wanprestatie kunnen leveren en bij ontslag toch een riant som geld meekrijgen. Waarom doen we daar niets aan? Als dit zoveel maatschappelijke onrust veroorzaakt, vanwaar die aarzeling om in te grijpen?

Een toezichthouder gaat niet over (te) hoge salarissen. We kunnen ze wel signaleren, maar daar blijft het bij. Maar ik moet toegeven, ook als we er wel over gaan: het blijft moeilijk om een salarisverlaging door te voeren.

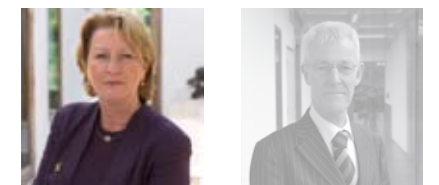
Te grote inkomensverschillen zorgen snel voor maatschappelijke ontwrichting. Niet voor niets is een van de pijlers onder goed economisch beleid een evenwichtige inkomensverdeling. In de jaren zeventig streefde Den Uyl naar een verhouding van 1:4, waarbij de hoogstbetaalde niet meer dan vier keer het laagste salaris zou verdienen. Vergelijk dat eens met de huidige verhoudingen in de VS, waar men niet opkijkt van 1:424. Nu mag ook in Nederland elke ondernemer, die zijn eigen zaak met pijn en moeite heeft opgebouwd, genieten van zijn succes. Terecht. Maar we

zijn graag voorzichtig met geld dat niet van onszelf is. Bij publieke instellingen denken we al snel: van dat ene directeuren-salaris zouden heel wat mensen kunnen leven. De Triodosbank meldt in het maatschappelijk jaarverslag dat hun inkomensverhouding op 1:7,2 ligt, niet eens zo ver verwijderd van het ideaal van Den Uyl. En als dat zo is bij een bank, hoe kunnen salarissen in de publieke sector dan zo hoog zijn gestegen? Waarom vinden directeuren het normaal om zoveel geld te verdienen?

Ik vroeg het ooit aan leerlingen van de middelbare school. Ik stond toen, in de jaren zeventig, als docent economie voor de klas en ik vroeg wanneer je meer zou mogen verdienen dan een ander. Het antwoord? Alleen als je een gevaarlijk beroep uitoefent. Want dan leef je misschien minder lang. En een filmster dan? Of een beroemde presentator van de televisie? Nee, vond de klas, die hebben al zo'n leuk leven. Die hoeven niet ook nog eens meer te verdienen.

De omroepwereld gaat niet altijd even zorgvuldig om met publiek geld. Ook hier komen hoge afkoopsommen en riant vertrekbonussen voor, waar we als toezichthouder achteraf niets tegen kunnen doen. Maar dat gaat wellicht veranderen. Er komen steeds meer 'claw back'-regelingen, die worden gehanteerd als grote sommen geld ten onrechte zijn meegegeven. In het Nederlands klinkt dit nog mooier: terugkluwen. Het wordt tijd dat we dergelijke maatregelen ook binnen de omroepwereld kunnen hanteren. Dan zal men beter uitkijken met andermans geld. Toch? ■

Tineke Bahlmann



“Wat doen we met de programmaraden?”

Op welke manier kan Ziggo kabelruimte vrijmaken om voorwaarden te scheppen voor de toenemende digitalisering? Niet door tegen het programma-advies in analoge buitenlandse zenders naar het digitale pakket te verplaatsen, zo oordeelde het Commissariaat onlangs. Wat wordt de toekomstige verhouding tussen de programmaraden en de kabelaars? Een gesprek tussen de hoofdrolspelers.

Vlakbij het Rijswijkseplein in Den Haag huist Ziggo in een prachtig voormalig postkantoor, dat nog altijd de grandeur heeft van de tijd waarin de posterijen de belangrijkste vorm van communicatie waren. Een blik op de activiteiten van Ziggo, het product van een fusie tussen @Home, Casema en Multikabel, maakt duidelijk dat die tijden reeds lang vervlogen zijn. Tegenwoordig maakt digitale communicatie de dienst uit. Telefoon, internet, televisie, het gaat allemaal in de vorm van nullen en enen door de kabel in de grond. Maar de ruimte op die kabel is beperkt, zeker omdat het analoge televisieaanbod relatief veel ruimte inneemt. Om de voortschrijdende digitalisering de benodigde ruimte te bieden, heeft Ziggo besloten het aanbod analoge zenders terug te brengen van 34 tot 30. Daarbij sneuvelen onder meer TV5 Monde en Rai Uno; die verdwenen naar het digitale pakket. Deze zenders werden echter geadviseerd door enkele programmaraden, die bij hun protest tegen Ziggo's beslissing werden geholpen door Kabelraden.nl, het landelijk steunpunt voor programmaraden. Ziggo vroeg om ontheffing van de verplichting het programma-advies op te volgen, maar het Commissariaat oordeelde in het nadeel van Ziggo, dat bezwaar gaat aantekenen. Gerard Lieveise, Director Regulatory & Public Affairs, legt uit waarom: “Doorgifte van analoge zenders kost veel kabelruimte. Voor elke analoge zender kunnen we zes tot zeven digitale kanalen doorgeven. Dat we op weg zijn naar een toekomst waarin iedereen digitaal kijkt, daar is vriend en vijand het over eens. De vraag is nu: hoe brengen we die toekomst dichterbij? Wij willen graag onze abonnees zo goed mogelijk van dienst zijn: niet alleen door gewilde zenders aan te bieden, maar ook door ons aanbod via digitalisering uit te breiden en te verbeteren. We hebben ervoor gekozen een klein aantal van de minst populaire en minst bekeken zenders voortaan

alleen nog digitaal aan te bieden. Voor de goede orde: ze verdwijnen niet, ze zijn verplaatst naar het digitale pakket. Daarom willen wij ontheffing van de verplichting het advies van de programmaraad op te volgen. Nu is in de Mediawet 2008 expliciet de bepaling opgenomen dat ontheffing verleend kan worden van deze verplichting. Als die ontheffing nu niet zou gelden, wanneer dan wel?”

Pluriformiteit

“De programmaraad is er niet voor niets,” reageert Marieke Pette, directeur van Kabelraden.nl. “Wij zijn dan ook blij met de uitspraak dat Ziggo zich aan het programma-advies moet houden. De wetgever heeft consumenten middels een programmaraad inspraak gegeven in de samenstelling van het aanbod van analoge radio- en televisiezenders. In de Mediawet 2008 is ervoor gekozen de programmaraden te handhaven, ook in deze tijd waarin we op weg zijn naar een volledig digitaal aanbod. Dat geeft aan dat het nog steeds nodig is te waken over de pluriformiteit van het analoge aanbod. De vraag is natuurlijk: wie bedienen we? Alleen de grote groep RTL-kijkers of ook de liefhebbers van Franstalige televisie?” Lieveise: “Het moet uit de lengte of uit de breedte komen. Door nieuw aanbod van digitale kanalen, de snelle ontwikkeling van HD-televisie en de opkomst van interactieve tv is er snel extra kabelruimte nodig. Maar dat is het niet alleen: er is ook sprake van een gestage groei van het aantal digitale kijkers. De druk op de kabel neemt alleen maar toe. Op de vraag wie we analoog willen blijven bedienen, zeg ik dan ook: zo veel mogelijk kijkers.”

Pette: “Programmaraden hebben als opdracht om voor een breed pakket te zorgen. Als je uiteindelijk maar vijftien analoge zenders overhoudt, is het dus logischer een commerciële zender te verplaatsen. Maar zover is het nog niet. Ziggo geeft zelf nog gewoon de commerciële zenders door in het standaardpakket en de programmaraad houdt daar rekening mee in zijn advisering.” Lieveise: “Ik ben ook benieuwd hoeveel kijkers zich achter zo'n beslissing zouden willen scharen. Van de totale kijktijd gaat 85% naar de tien Nederlandse zenders, er breekt een opstand uit als je RTL4 zou verplaatsen. Ik denk trouwens dat deze discussie spoedig achterhaald zal zijn, er zijn nu al 1,2 miljoen klanten die



Gerard Lieveise en Marieke Pette zijn van mening dat de programmaraden in aantal teruggebracht zouden moeten worden.

digitaal televisie kijken. Wat mij betreft is digitale tv zo iets als kleurentelevisie. Vroeger gold: wil je in kleur kijken, dan moet je een nieuw apparaat aanschaffen. Nu geldt: wil je alle zenders blijven kijken, dan heb je een digitale ontvanger nodig. Voor € 16,25 per maand krijgen klanten ons basispakket met 60 digitale zenders en 30 analoge. Dat is pluriform genoeg. Wat doen we dan met de programmeraden? Moeten die daar nog iets van vinden? Dat lijkt mij overbodig.”

Nieuwe wetgeving

Ziggo is druk bezig netwerken aan elkaar te koppelen, waardoor het zenderaanbod in verschillende gemeenten met elkaar in overeenstemming gebracht moet worden. Daarvoor is het wenselijk het aantal programmeraden in aantal terug te brengen en logischer in te delen, bijvoorbeeld in een aantal clusters. Lieveze: “We hebben dit voorgesteld, maar dat betekent wel dat meer dan 200 gemeenten het met elkaar eens moeten worden. Op zich moet dit kunnen, want het aantal clusters is te overzien. Het grootste probleem is dat programmeraden binnen gemeenten niet hoog op de agenda staan, het leeft niet zo. Ik vrees dat dit nog wel even kan duren.” Pette: “Het zou inderdaad voor de hand liggen het aantal programmeraden te reduceren, om daarmee ook de ondersteuning beter te kunnen regelen. Dat is deels al gebeurd, van 62 naar 53, maar het blijven er veel. Het zou nog beter zijn als er snel nieuwe wetgeving zou komen die dit allemaal in één keer oplost, liefst voor meerdere infrastructures tegelijk. Het is een gemiste kans dat dit niet is meegenomen in de nieuwe Mediawet.”

Consumentenpanel

Een goed alternatief voor de constructie met programmeraden ligt al op de plank, aldus Lieveze: “Consumenteninvloed op het kijaanbod kun je ook regelen via marktonderzoek door een gerenommeerd bureau. Dat levert een betrouwbaarder beeld op van wat mensen willen zien dan het oordeel van een programmaraad, die in samenstelling doorgaans allesbehalve representatief en pluriform is. De uitkomst van dat marktonderzoek kun je omzetten naar een programma-aanbod en dat desgewenst nog eens voorleggen aan een consumentenpanel.” Pette: “Programmeraden hebben een eigen idee ontwikkeld voor de toekomst, waarin het marktonderzoek om de kijkerswens te peilen ook is opgenomen. Vervolgens moet je een afweging maken over dat onderzoek. In dit verband wil ik wel pleiten voor daadwerkelijke invloed van een panel, het mag geen vrijblijvend overleg zijn. Als het panel wettelijk gegarandeerd invloed kan uitoefenen, dan kan dit een goed alternatief zijn voor programmeraden. Maar die invloed blijft wel nodig, want ook een ruimer aanbod houdt beperkingen. Stel: je kijkt graag naar TV5 Monde. Ziggo haalt dat uit het analoge aanbod en je neemt dan maar een digitaal abon-

nement. Vervolgens verplaatst Ziggo die zender weer naar een apart – en duurder – pakket met kleine buitenlandse zenders. Waar blijf je dan? Het is goed dat we consumenten tegen dergelijke praktijken kunnen beschermen.” Lieveze: “Dit zou nooit zomaar gebeuren. Allereerst stellen zenders diverse eisen aan de doorgifte, die vastgelegd zijn in meerjarige contracten. Daarnaast spelen allerlei commerciële overwegingen mee in zo’n beslissing: loont het een apart pakket met kleine buitenlandse zenders samen te stellen? Waarschijnlijk niet. Er zijn dus voldoende corrigerende mechanismen aanwezig.”

Significant aantal

Op welke termijn is de discussie over de samenstelling van het programma-aanbod eigenlijk achterhaald? Lieveze: “De wet zegt dat er sprake moet zijn van een significant aantal digitale kijkers, in dit geval meer dan 50%, en dat dan de ‘must carry’-verplichting ook geldt voor het digitale aanbod. Ik denk dat wij dat punt medio 2010 bereiken.” Pette: “Het is overigens wel zo dat digitale kijkers vaak ook nog analoog kijken. Dat aanbod zal onder toezicht van programmeraden blijven vallen. Of komt er daadwerkelijk snel een deugdelijk alternatief? We zijn allemaal benieuwd naar de volgende stap van de minister; voor de zomer zou hij een brief sturen naar de Tweede Kamer. Ik ben benieuwd wat daarin komt te staan.” Lieveze: “We wachten in spanning af.” ■

Must carry-programma's

In de Mediawet is vastgelegd dat iedereen met een abonnement op de kabel een wettelijk minimumpakket van vijftien televisie- en 25 radiozenders krijgt aangeboden. Nederland 1, 2 en 3, Radio 1 tot en met 5 en de regionale en lokale programma's van het gebied waar het omroepnetwerk zich bevindt, zijn verplicht in dit basispakket opgenomen. Ook de televisieprogramma's en twee radioprogramma's van de Belgische VRT horen bij het verplichte aanbod van zogenaamde 'must carry'-programma's. Voor de overige programma's in het wettelijk minimumpakket wordt de kabelexploitant geadviseerd door een programmaraad. Deze programmeraden zijn onafhankelijke adviesorganen die worden ingesteld door de gemeenteraad. De programmaraad treedt op als consumentvertegenwoordiging voor de kijkers en luisteraars in een bepaald gebied en heeft als taak ervoor te zorgen dat een pluriform analoog aanbod van televisie- en radiozenders op de kabel wordt doorgegeven. De kabelear is in principe verplicht om het advies van de raad uit te voeren en kan alleen om zwaarwichtige redenen van het advies afwijken. Als het advies van de programmaraad niet wordt gevolgd of als juist van het advies afgeweken zou moeten worden, kunnen programmeraden, kabelexploitanten en programma-aanbieders het Commissariaat voor de Media vragen om bestuursrechtelijke handhaving van de Mediawet.

Beleidslijn voor sancties vaste boekenprijs

De Wet op de vaste boekenprijs kent aan het Commissariaat de bevoegdheid toe om sancties te treffen als die wet wordt overtreden. Om meer duidelijkheid te verschaffen over het gevolgde sanctiebeleid, heeft het Commissariaat nu de Beleidslijn Sanctiemaatregelen vaste boekenprijs opgesteld, geldig vanaf 1 mei.

Het Commissariaat wilde zowel uitgevers en importeurs als verkopers van boeken en bladmuziekuitgaven meer inzicht geven in de bepalingen die worden gehanteerd bij het opleggen van sanctiemaatregelen bij overtredingen van de Wet op de vaste boekenprijs (Wvbp). In 2005, het eerste jaar dat het Commissariaat deze bevoegdheid had, was het beleid nog vooral gericht op informeren en waarschuwen, maar sinds

“ALS DE REGELS DUIDELIJK ZIJN, HEB JE MINDER DISCUSSIE ACHTERAF.”

2006 worden daadwerkelijk boetes uitgedeeld. “De sindsdien gangbare praktijk is nu op papier gesteld en voor iedereen inzichtelijk,” vertelt Bastiaan Mons, hoofd Bureau Vaste Boekenprijs bij het Commissariaat voor de Media. “In de beleidslijn staan de overtredingen ingedeeld in drie categorieën, van licht tot zeer ernstig. De plaatsing van een overtreding in een categorie is ingegeven door de aard, ernst en, voor zover relevant, de duur van de overtreding. Van belang is de mate waarin de concurrentie door de handelwijze van de betrokkene wordt verstoord. We spreken bijvoorbeeld van een lichte overtreding als die betrekking heeft op minder dan 500 exemplaren van één of enkele minder courante uitgaven en het ongeoorloofde aanbod alleen op lokale schaal in de publiciteit wordt gebracht. Een ernstige overtreding betreft een of meer courante uitgaven, tussen de 500 en 10.000 exemplaren en aanbod dat ten minste regionale publiciteit

heeft gekregen. Bij zeer ernstige overtredingen hebben we het over acties die meer dan 10.000 exemplaren betreffen en die plaatsvinden op het moment dat het boek extra in de belangstelling staat, bijvoorbeeld bij het uitkomen van een vermoedelijke bestseller. Ook is de uitgave dan op landelijke schaal en/of in meerdere media in de publiciteit gebracht.”

Verzwarende omstandigheden

Bij de vaststelling van de boetes wordt uitgegaan van de helft van het boetemaximum voor de betreffende overtredingscategorie. Daarna wordt het bedrag aan de hand van de bij die categorie behorende omstandigheden verhoogd of verlaagd. Ook wordt de mate van verwijtbaarheid meegewogen. De boete voor een lichte overtreding gaat in principe tot € 5000, maar kan oplopen tot € 10.000 als er boeteverhogende omstandigheden worden geconstateerd. Mons: “Recidive en opzet zijn de twee belangrijkste redenen voor verzwaring van de boete. Voor ernstige overtredingen staat in beginsel ten hoogste € 25.000, maar dat kan dus oplopen tot € 50.000. En in het uiterste geval kan ook het hoogste boetebedrag voor zeer ernstige overtredingen worden verdubbeld tot een bedrag van € 90.000. Dat is de maximale sanctie die volgens de Wvbp kan worden opgelegd.”

Weinig behoefte aan inspraak

Het Commissariaat heeft de beleidslijn vooraf toegezonden aan vertegenwoordigers van uitgevers, importeurs en verkopers van boeken en bladmuziekuitgaven. Aan hen is de mogelijkheid geboden hun zienswijze ten aanzien van deze beleidslijn uiteen te zetten, maar daar is amper gebruik van gemaakt. Mons verbaast dat niet: “Ons beleid ten aanzien van de handhaving van de Wvbp is al jaren bekend, met deze beleidslijn is daar geen verandering in gekomen. Wat nu wel is veranderd, is dat het Commissariaat nu vooraf aangeeft welke omstandigheden ertoe leiden dat bepaalde boetes worden opgelegd. Als de regels duidelijk zijn, heb je minder discussie achteraf. Naast het bieden van rechtszekerheid is dat ook een doel van deze beleidslijn.” ■

Geen ontheffing voor Ziggo

Vanwege de voortschrijdende digitalisering van de omroepnetwerken en het programma-aanbod, nam Ziggo zich voor het analoge televisiepakket af te bouwen naar 30 kanalen. Dit om ruimte vrij te maken op de kabel, die met digitale inhoud veel efficiënter kan worden benut. TVE, Rai Uno en TV5 Monde, volgens Ziggo de slechtst bekeken en minst gewaardeerde zenders, werden daarom verbannen naar het digitale standaardpakket. Omdat hiermee het advies van de Programmaraad Breda e.o. en de Regionale Programmaraad Multikabel terzijde werd geschoven, vroeg Ziggo ontheffing aan van de opvolgingsplicht. De daarvoor aangevoerde reden is dat het analoge gedeelte van het standaardpakket wordt afgebouwd ten gunste van innovatie van het digitale aanbod, wat een grond kan zijn voor ontheffing. Het Commissariaat besloot echter dat Ziggo niet heeft kunnen aantonen dat doorgifte van TVE, Rai Uno en TV5 innovatie van het digitale aanbod in de weg zou staan. Ziggo heeft voldoende andere middelen voorhanden om kabelruimte vrij te maken voor digitale diensten, bijvoorbeeld door te snijden in het aantal zenders dat Ziggo boven het wettelijk minimumpakket doorgeeft. Ziggo is daarom gehouden aan de adviezen van de genoemde programmaraden en hun handhavingsoverzoek werd door het Commissariaat gehonoreerd. Ziggo kreeg voor de overtreding een boete van €1 en de aanwijzing binnen zes weken het geadviseerde programma-aanbod weer uit te zenden. ■

Nevenactiviteiten voortaan vooraf melden

Door de inwerkingtreding van de Mediawet 2008, per 1 januari jongstleden, moesten ook de Beleidsregels voor nevenactiviteiten worden aangepast. De regels zijn niet wezenlijk veranderd, maar vooral helderder geformuleerd. Ook is de terminologie nu gelijk aan die van de nieuwe Mediawet. De belangrijkste wijziging ten aanzien van nevenactiviteiten is dat publieke media-instellingen die voortaan vooraf moeten melden bij het Commissariaat voor de Media. Pas nadat ze toestemming hebben gekregen, mogen ze de aangekondigde nevenactiviteiten ondernemen. Het eerder in brieven verkondigde beleid inzake merchandising en webwinkels is met deze aanpassing verwerkt in de beleidsregels. Met het oog op het toezicht beveelt het Commissariaat overigens aan dat iedere publieke media-instelling een apart rechtspersoon opricht, waarin alle nevenactiviteiten worden ondergebracht. ■

Nieuwe commissaris: Madeleine de Cock Buning

Prof. mr. Madeleine de Cock Buning (42) is per 1 juli 2009 benoemd als commissaris bij het Commissariaat voor de Media. Zij zal zich met name bezighouden met programmatoezicht en juridische zaken.

De Cock Buning is hoogleraar Media-Communicatie- en Auteursrecht bij het Molengraaff Instituut (CIER) van de faculteit Rechtsgeleerdheid van de Universiteit Utrecht. De afgelopen elf jaar was zij werkzaam als advocaat bij de sectie Intellectuele Eigendom & Informatie Communicatie Technologie van De Brauw Blackstone Westbroek in Amsterdam. Zij beschikt over een grote expertise op het gebied van onder meer auteursrecht, merkenrecht, oneerlijke mededinging, reclamerecht, mediarecht en publiek-private samenwerking. De Cock Buning bekleedt daarnaast diverse nevenfuncties; zij is voorzitter van het College voor Klacht en Beroep van Stichting Internet Domeinnaamregistratie Nederland (SIDN), bestuurslid van de Stichting Machiavelli, bestuurslid van de Vereniging voor Auteursrecht (VvA) en arbiter bij de World Intellectual Property Organization (WIPO). Ook was zij lid

van de visitatiecommissie die onlangs de prestaties van de publieke omroep in de voorbije periode heeft beoordeeld. Met de aanstelling van Madeleine de Cock Buning is de vacature vervuld die ontstond na het vertrek van Inge Brakman. Het college van commissarissen bestaat verder uit Tineke Bahlmann (voorzitter) en Jan van Cuilenburg. ■



Spider zoekt online naar av-mediadiensten

De nieuwe Europese richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten moet in 2010 in de Nederlandse wetgeving zijn geïmplementeerd. Dat betekent dat vanaf dat moment ook allerlei videodiensten op internet en mobiele platforms onder het toezicht van het Commissariaat zullen vallen. Maar welke? En hoeveel?

Het Commissariaat heeft criteria ontwikkeld die een onderscheid moeten maken tussen online videodiensten die wel en niet gereguleerd moeten worden. Zo is het van belang dat er bewegende beelden te zien zijn, waar banners en spelletjes overigens niet onder vallen. Het moet ook om massamedia gaan, wat wil zeggen dat de beelden breed beschikbaar moeten zijn. De beelden zijn dus te ontvangen met standaardapparatuur, toegankelijk en verkrijgbaar voor de gewone consument. Narrowcasting via videoschermen in bus of tram geldt niet als massamedium, omdat het alleen te zien is voor een bepaalde groep consumenten, in dit voorbeeld alleen de aanwezige bus- en trampassagiers. Op deze manier zijn nog meer criteria geformuleerd: het moet gaan om een economische dienst en er moet sprake zijn van een schema van uitzending, net als in een programmagids, of een catalogus van video's. Een lukrake lijst van video's voldoet niet, er moet sprake zijn van selectie en organisatie van de inhoud. Want het is de onderverdeling die een verzameling, een catalogus, meerwaarde geeft. De aanbieder van de site is vervolgens verantwoordelijk, want die faciliteert de mogelijkheid voor onderverdeling.

Opsporing en selectie

Het internet is omvangrijk, internationaal en mede daardoor onoverzichtelijk. De nieuwe Richtlijn vraagt dan ook niet alleen om een nieuwe manier

van classificatie en afbakening, maar ook om een nieuwe manier van opsporing. Het Commissariaat heeft daarom opdracht gegeven tot het ontwikkelen van een spider, een digitale zoekrobot, die systematisch een groot aantal websites afspeurt op zoek naar AV-materiaal. Deze spider wordt gekoppeld aan een programma dat kan classificeren of de gevonden sites voldoen aan de vooraf gestelde criteria. Nadeel is wel dat een spider, omwille van de tijd, slechts een beperkt deel van de ruim drie miljoen Nederlandse domeinnamen kan doorzoeken. Om een representatief beeld te krijgen van het aanbod, is een selectie van te onderzoeken domeinnamen noodzakelijk. Dat gebeurt deels door Google, de grootste zoekmachine van het moment, een gewogen selectie te laten maken op basis van door het Commissariaat gestelde criteria. Naar verwachting zal dit resulteren in ongeveer 12.000 domeinnamen. Ook zal een selectie plaatsvinden op basis van het gebruikte bestandsformat, aangezien av-mediadiensten doorgaans van een beperkt aantal av-formats gebruikmaken. Dit zal tussen de 10.000 en 20.000 sites opleveren. Hieronder bevinden zich niet alleen .nl-extensies, maar ook bijvoorbeeld .tv-sites met Nederlandstalige inhoud. Ten slotte levert de Stichting Internet Domein Registratie (SIDN) een aselechte steekproef van 25.000 domeinnamen uit hun bestand. Dit is een controlegroep, waarmee te achterhalen valt of bepaalde sites systematisch over het hoofd worden gezien. Het is de bedoeling binnen enkele maanden te starten met de eerste tests. ■

Waarschuwing voor niet-landelijke commerciële

Van een zestal niet-landelijke commerciële omroepen heeft het Commissariaat twee dagen integrale programmering opgevraagd. Dat ging niet zonder slag of stoot: het blijkt nogal eens te gebeuren dat de bewaarplicht, die stelt dat alle programma's tot minimaal twee weken na uitzending bewaard moeten blijven, wordt verzaakt. Bij de inhoudelijke beoordeling van de programma's kwamen eveneens bepaalde overtredingen herhaaldelijk aan het licht. Het grootste aantal betreft de regels rondom sluikeclame, sponsorvermeldingen, het gebruik van 'met dank aan'-mededelingen en de herkenbaarheid en lengte van reclameblokken. Om verdere dwalingen te voorkomen, heeft het Commissariaat aan de zes omroepen een waarschuwende brief gestuurd, met daarin een toelichting van de vaakst overtreden regels. Hier een beknopt overzicht:

- Tonen van producten en diensten
In programma's is het toegestaan om op gepaste wijze namen, producten, diensten en activiteiten van derden te noemen of te tonen, zolang er maar geen reclame voor wordt gemaakt door het veelvuldig, overdreven of overdadig te doen. Dit geldt ook voor hetgeen presentatoren of gasten zeggen over deze producten of diensten. Het doen van oproepen in programma's wordt altijd gezien als sluikeclame.
- Tonen van producten en diensten van de sponsor
In een gesponsord programma mogen producten of diensten van een sponsor worden vermeld of getoond. Dit moet wel neutraal gebeuren, niet in een wervende context.

>> lees verder op pagina 14

Commissariaat licht nieuwe Mediawet in den lande toe

Informatiebijeenkomsten voor lokale omroepen goed bezocht

Speciaal voor bestuurders en medewerkers van lokale omroepen verzorgde het Commissariaat in april en mei een aantal informatiebijeenkomsten. Veel aandacht ging daarbij uit naar de nieuwe Mediawet: wat verandert er voor lokale omroepen en welke regels blijven gewoon van kracht?

Lokale omroepinstellingen draaien vrijwel zonder uitzondering op het enthousiasme van vrijwilligers, die, meestal naast een reguliere baan, veel tijd investeren om met minimale middelen een zo mooi mogelijke programmering te realiseren. Het is dan ook niet zo vreemd dat niet elke medewerker tot in detail op de hoogte is van de bepalingen van de nieuwe Mediawet. Reden te meer voor het Commissariaat om het land in te gaan en op locatie te komen uitleggen wat de belangrijkste eisen zijn die de wet aan de lokale omroepen stelt. In april en mei werden in Apeldoorn, Hoofddorp, Ridderkerk, Eindhoven en Assen bijeenkomsten georganiseerd met informatie over de relevante bepalingen uit de nieuwe Mediawet en met workshops over financiële verantwoording, over reclame en sponsoring, over 'Programmering, beleid en ICE' en over 'Bestuur en PBO'. CoMedia peilde de stemming in Eindhoven.

Mooie deal

Op de zachte lenteavond van 18 mei ligt het PSV-stadion in Eindhoven er naar verhouding stilletjes bij. Toch is het in de sponsoruimte een drukte van belang, want er zijn maar liefst 130 medewerkers van lokale omroepen ingegaan op de uitnodiging van het Commissariaat. In de Sjef van Run-zaal, genoemd naar de befaamde PSV-aanvoerder uit de jaren dertig, luisteren zij naar het openingswoord door voorzitter Tineke Bahlmann: "Er zijn in Nederland zo'n 300 lokale omroepen en de onderlinge verschillen zijn groot, dat beseffen wij. Sommige baden in subsidie- en reclame-inkomsten, andere hebben geen van beide. Voor het Commissariaat maakt dat

niet uit, wij hechten aan bepaalde zaken. Dat de organisatie stabiel is, bijvoorbeeld, en dat de financiële verslaglegging deugt. Ook moet er een programmabeleidend orgaan zijn ingesteld en dient men zich aan de programmavoorschriften te houden. Sommige van die mediawettelijke verplichtingen zijn voor kleine organisaties tamelijk belastend, maar daar staan subsidies en toegang tot de ether en kabel tegenover. Dat lijkt me een mooie deal." Nu de krantenoplages dalen, ook die van regionale en lokale kranten, ziet Bahlmann bovendien een goede kans weggelegd voor lokale omroepen. "Dit is een mooi moment om u, als lokale omroep, op te werpen als dé nieuwsvoorziening binnen uw gemeente. Juist het feit dat u zowel op radio en tv als op internet actief bent, werkt in uw voordeel. Ik denk dat samenwerking met de regionale omroep daarbij beslist het overwegen waard is."

Betere samenhang

In een nadere beschouwing van de veranderingen binnen de Mediawet bespreekt Inge Borninkhof-Slabbers, juriste bij het Commissariaat, hoe radio, televisie en internet de afgelopen jaren steeds meer in elkaar schoven. Voeg daarbij het ontstaan van nieuwe distributievormen, zoals mobiele toepassingen, en het werd tijd de Mediawet aan te passen aan de digitale en multimediale praktijk. De nieuwe Mediawet, die sinds 1 januari 2009 van kracht is, kent dan ook een logischer opbouw en een betere samenhang dan de oude. Ook de toegankelijkheid is sterk verbeterd, al zal het even wennen zijn aan de nieuwe terminologie. Zo zijn lokale omroepen in de nieuwe Mediawet voortaan 'lokale publieke media-instellingen'. Geen soepele benaming, maar wel eentje die duidelijk aangeeft dat internet is gelijkgeschakeld met radio en televisie: het maakt nu dus niet meer uit op welk platform de uitzendingen worden verzorgd. Wel moeten nu alle nevenactiviteiten – activiteiten die niet rechtstreeks verband houden met het verzorgen van media-aanbod – vooraf worden gemeld bij het Commissariaat. Met de veranderde opbouw van de Media-

wet is de artikelnummering danig overhoop gegooid, ook dat is nog even wennen. Vandaar de zucht van verlichting die klonk toen bleek dat er voor zowel wetsartikelen als begrippen een handzame transponeringstabel beschikbaar is op de site van het Commissariaat.

Kennis bijspijkeren

Thorsten Moortz is hoofd TV van Omroep Eindhoven, dat 24 uur per dag radio en tekst-tv uitzendt en elke week 2,5 uur tv produceert. Om geen enkele workshop te missen hebben Moortz en zijn collega's de taken strak verdeeld: Moortz zal 'Programmering, beleid en ICE' bijwonen. Hij is nieuwsgierig naar wat hij gaat horen. "Omroep Eindhoven draait op de inzet van 60 vrijwilligers, we hebben slechts 1,6 fte. Ik doe het naast mijn gewone baan als verkoper, dus dit zijn de momenten waarop ik mijn kennis kan bijspijkeren." Ook de Boxmeerse Lokale Omroep Stichting is, in de personen van Hennie van Duynhoven en Mia Franzen, op zoek naar achtergronden, spelregels en nieuwe ideeën, met name waar het gaat om het PBO. Van Duynhoven: "Ons PBO is nu nog te veel een papieren functie, wij willen die mensen – en hun netwerk – graag wat meer bij de programma's betrekken. Kom maar eens bij de redactieraad zitten, zeggen wij, maar het gebeurt amper. Misschien kunnen we hier eens horen hoe dat elders gaat." Franzen: "Ik wil de regels rond reclame en sponsoring precies weten. Is dat ook allemaal op de schop gegaan met die nieuwe Mediawet?"

Noemen mag, aanprijzen niet

In de workshop Reclame en Sponsoring blijkt hoe ver Hilversum verwijderd is van de lokale omroep. Het berekenen van reclamemaxima per uur of dag is aanzienlijk eenvoudiger dan bepalen wat wel en niet mag in een uitzending. Op lokaal niveau spelen allerlei kwesties die een afwijkende interpretatie van de spelregels snel aantrekkelijk maken, zo blijkt uit de tientallen vragen die worden afgevuurd op Inge Borninkhof-Slabbers. Wat moet een lokaal nieuwsprogramma bijvoorbeeld met de heropening van een verbouwde Bakker Bartwinkel? Mag je wel of niet de naam in beeld brengen en zo ja, hoe vaak en op welke manier? Mag een onderneming voor de verslaglegging van de Avondvierdaagse tijdelijk enkele auto's ter beschikking stellen – en hoe zit het dan met naamsvermelding? Zijn Arbeidsvitaminen-achtige constructies met lokale ondernemingen toegestaan? En wat moet je doen als een geïnterviewde zakenman steeds zijn eigen bedrijfsnaam noemt? Ook de namen van concurrenten noemen om zijn voordeel te neutraliseren? Inge Borninkhof-Slabbers: "Dat laatste in ieder geval niet. Dat is een broodje aap-verhaal, dat maar niet wil verdwijnen. Noem je er meer, dan maak je het probleem alleen maar groter. Het gaat ook bij landelijke omroepen nog vaak mis, daardoor is het zo hardnekkig. Over het algemeen is het gezonde verstand de beste raadgever. Is een reclame-uiting niet vermijdbaar? Zorg er dan voor dat het zonder opzet of nadruk in beeld komt. Je mag dus

wel zeggen: 'Welkom bij ons programma vanuit Herberg Het Dorstige Hert', maar niet: 'en ze hebben hier heerlijke wijn!' Noemen mag, aanprijzen niet.

Voor herhaling vatbaar

Na afloop blijkt dat de meeste vragen in de workshops een antwoord hebben gekregen. Onder het genot van een bitterbal zeggen Hennie van Duynhoven en Mia Franzen uit Boxmeer nu alles te weten waarvoor ze waren gekomen. En nog veel meer, aldus Van Duynhoven: "Ik wist niet dat het PBO representatief moest zijn voor de gemeente. Zo zie je maar. We hebben inmiddels bedacht hoe we ons PBO meer bij ons kunnen betrekken, zonder dat de scheiding van functies in het geding komt. We zeggen gewoon dat we meer gaan samenwerken en dat ze moeten meedenken, zolang ze maar doen wat wij zeggen! Ha!" Thorsten Moortz van Omroep Eindhoven is enigszins teleurgesteld over zijn workshop. "Er werd genoeg informatie verstrekt, er was alleen één probleem: ik wist al erg veel van de materie. Ik heb een paar veranderingen gehoord, maar ben verder over televisie niets wijzer geworden. Volgende keer ga ik bij Reclame en Sponsoring zitten, daar valt voor mij meer te leren." Of die volgende keer er komt, hangt af van de evaluatie van de bijeenkomsten op basis van de ingevulde evaluatieformulieren en de ervaringen van de medewerkers van het Commissariaat. De eerste geluiden zijn positief, want in elke workshop kwamen veel en zeer verschillende vragen aan bod. Peter Veenman, hoofd financieel toezicht bij het Commissariaat, gaf de workshop financiële verantwoording. Hem viel op dat belangenverstrengeling bij lokale omroepen veel minder als ongewenst wordt ervaren dan hij dacht. Veenman: "Zo zie je hoe zaken in de praktijk bij lokale omroepen anders worden gewogen dan bij ons in Hilversum. Ook viel me op hoeveel vrijwilligers bij lokale omroepen betrokken zijn. Ik sprak iemand van een middelgrote lokale omroep die aangaf dat de organisatie draait op 120 vrijwilligers; allemaal mensen die het puur uit liefde voor de radio doen, zonder er ooit een cent voor te krijgen. Dat mogen wij best in ons achterhoofd houden op het moment dat wij hun een brief schrijven." ■



CvdM-voorzitter Tineke Bahlmann spreekt lokale omroepmedewerkers toe.

Mediamonitor 2008 in nieuw jasje

Jaarlijks brengt het Commissariaat de verhoudingen binnen de mediawereld in beeld met het Mediamonitor-rapport, officieel getiteld: 'Mediaconcentratie in beeld. Concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media'. Met ingang van 2009 verandert dit rapport van naam, formaat en verschijningsfrequentie.

De nieuwe Mediamonitor, zoals die nu ook officieel gedoopt is, wordt inhoudelijk in twee delen gesplitst. In het eerste deel, dat steeds voor de zomer zal worden gepubliceerd en daarvoor actueler zal zijn dan voorheen, kijkt het Commissariaat terug op het afgelopen jaar: wat waren de trends, wat hebben de grote mediabedrijven gedaan en wat waren hun marktaandeelen? In het tweede deel van de monitor, dat aan het eind van het jaar verschijnt, presenteren we de resultaten van een onderzoek, dat dit jaar is gewijd aan nieuwsinhoud. Op de website mediamonitor.nl zal in de toekomst meer en veelvuldiger actuele informatie te vinden zijn.

Ontwikkelingen in 2008

In dit eerste deel signaleert de Mediamonitor dat, net als veel andere ondernemingen, de mediabedrijven in 2008 een pas op de plaats hebben moeten maken. Door koersdalingen en schuldenlasten werden uitgever en omroepen genoodzaakt te zoeken naar kostenbesparingen. Deelnemingen die wat verder van de kernactiviteiten af staan, werden van de hand gedaan. Zo stapte RTL Nederland uit de zakenwebsite Z24 en verkocht ze haar studio's. ProSiebenSat.1 zette zelfs de winstgevendende Veronica-uitgeverij, bekend van onder meer Veronica Magazine, in de etalage. Omdat uiteindelijk geen koper werd gevonden, besloot het moederbedrijf de uitgever van het grootste omroepblad van Nederland te behouden. In de consumptie van radio, televisie en internet zijn in 2008 weinig veranderingen te zien. Voor de Nederlandse Publieke Omroep was het een positief jaar; het televisieaandeel steeg tot meer dan een derde. RTL bleef op hetzelfde niveau en SBS steeg lichtjes, mede door het verdwijnen van Tien. De regionale omroepen behalen gezamenlijk voor het eerst minder dan twee procent. In 2008 kijkt per dag maar een op de twintig Nederlanders naar de regionale omroepen.

Publiekstijdschriften

De Mediamonitor heeft dit keer ook onderzoek gedaan naar de ontwikkelingen op het gebied van publiekstijdschriften in de afgelopen tien jaar. Hoewel steeds minder mensen publiekstijdschriften lezen, zijn er diverse titels bijgekomen en is de totale oplage gegroeid. Het grootste tijdschrift in oplage is sinds jaar en dag het gezinsblad Kampioen, radio- en televisiebladen vormen de categorie met de grootste oplage. Veronica Magazine is met een gemiddelde oplage van meer dan één miljoen per nummer het enige tijdschrift dat zich in dit opzicht kan meten met Kampioen. Opvallend is de categorie 'sponso-

VOOR DE NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP WAS 2008 EEN POSITIEF JAAR

red magazines', die vanaf 2001 sterk is gegroeid. Het zijn vooral de Allerhande (Albert Heijn), Boodschappen (verschillende supermarkten) en Health (verzekeraar Achmea) die een groot aandeel hebben in de totale oplage. Het tijdschrift Vrouw, dat sinds 2007 gratis wordt geleverd bij de zaterdageditie van de Telegraaf, gaf de dalende oplage van vrouwenbladen een nieuwe impuls. In de afgelopen tien jaar zijn veel jongerentitels gestart en/of opgehouden. Een vaste waarde blijft Donald Duck, waarschijnlijk doordat dit vrolijke weekblad niet alleen door jongeren wordt gelezen. De opiniebladen, ten slotte, zijn in het afgelopen decennium lichtjes gedaald in totale oplage. Elsevier is in deze categorie het enige tijdschrift dat in oplage, en dus ook in marktaandeel, is gegroeid. ■

Conferentie regulering online media in Azerbeidzjan

Vertrouwen uitgangspunt in regulering online media

Hoe vallen online media te reguleren? Dit was het onderwerp van een conferentie in Bakoe, georganiseerd door de Raad van Europa in samenwerking met de National TV and Radio Council, de toezichthouder op de omroep in Azerbeidzjan.

Het olierijke land aan de Kaspische Zee heeft geen goede reputatie als het gaat om de vrijheid van meningsuiting en andere mensenrechten. Journalisten moeten zich bijvoorbeeld nog steeds registreren bij de overheid voordat ze hun vak kunnen uitoefenen. Er zijn in het recente verleden diverse incidenten geweest waarbij journalisten die kritisch berichtten over het regime, de georganiseerde misdaad of

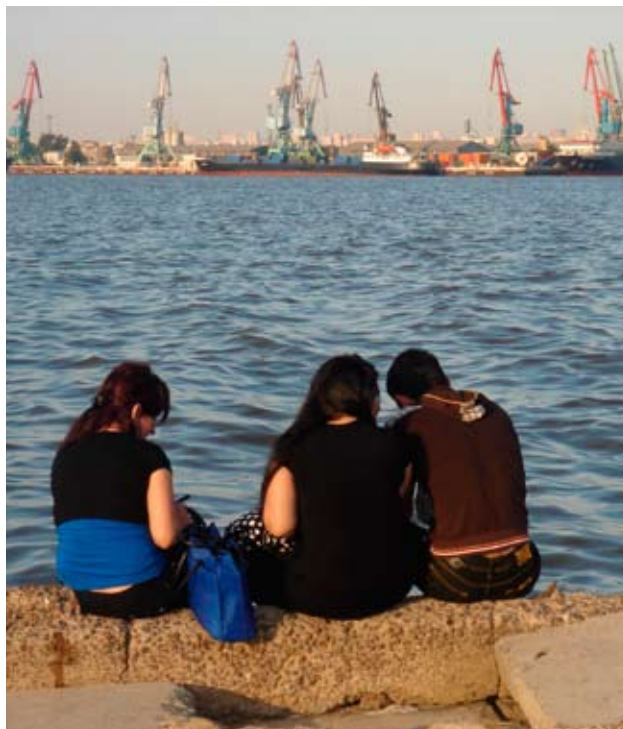


De televisietoren van Bakoe.

de welig tierende corruptie zijn gesanctioneerd, vervolgd door de autoriteiten of erger. Twee jaar geleden waagde een journalist het om in een satirische krantencolumn de president te bekritisieren – hij werd prompt bestraft met drie jaar cel. De autoriteiten beweerden dat de journalist zich schuldig maakte aan drugshandel, maar volgens internationale mediawaarnemers was deze aantijging volledig uit de lucht gegrepen. Veel journalisten zijn bedreigd of al eens in elkaar geslagen. Dieptepunt is de moord, in 2005, op Elmar Huseynov, hoofdredacteur van het kritische weekblad 'Monitor'. Veel van de artikelen van deze onderzoeksjournalist waren gewijd aan corruptie en machtsmisbruik bij de overheid, waarbij zelfs nauw aan de president gelieerde personen betrokken waren. Voordat hij in koelen bloede werd neergeschoten in het voorportaal van zijn flat in Bakoe, was hij al vele malen door de autoriteiten bestraft en vervolgd. Zijn moord is nooit opgelost. Volgens internationale mensenrechtenorganisaties is de situatie in Azerbeidzjan de laatste tijd overigens wel verbeterd. Zo is de registratieplicht verlicht en is als tegenhanger van de volledig door de autoriteiten gecontroleerde staats-televisie een publieke omroep opgericht, die objectiever en kritischer bericht dan voorheen mogelijk was.

Turkije afgesloten van YouTube

Op uitnodiging van de Raad van Europa was Marcel Betzel, beleidsadviseur bij het Commissariaat, present op het seminar over de regulering van online media. Er waren diverse sprekers uit media en politiek van Azerbeidzjan en het was met name de zeer hoge prijs van breedbandinternet – tien keer hoger dan gebruikelijk is in de omringende landen – die door veel sprekers uit de mediasector als een groot probleem naar voren werd gebracht. Hierdoor is het voor een groot deel van de bevolking onmogelijk om radio- en televisie via internet te ontvangen. De aanwezige minister van informatie liet desgevraagd weten dat daarin snel verbetering zal optreden. Naast een toelichting op de regelgeving van de EU, zoals de nieuwe Richtlijn voor audiovisuele mediadiensten, legde Betzel in zijn presentaties sterk de nadruk op het belang van deregulering en zelfregulering. In bepaalde gevallen kunnen co-regulering



Jaknikkers domineren de horizon.

en metatoezicht als alternatief dienen, maar Betzel onderstreepte dat een groot vertrouwen in de mediasector ('high trust') het leidend uitgangspunt moet zijn. Dit uiteraard en vooral om principiële redenen: ter waarborging van de persvrijheid en de vrijheid van meningsuiting. Er zijn echter ook praktische redenen voor: als overheid en toezichthouder moet je niet de illusie hebben dat je de huidige digitale media volledig kunt controleren. Je begeeft je immers al heel snel op het gladde ijs van censuur en buitenproportionele, vaak zinloze maatregelen. Zo is in Turkije, in veel opzichten een gidsland voor Azerbeidzjan, YouTube momenteel volledig afgesloten, omdat er een kritisch filmpje over Atatürk te zien was. Belediging van de oprichter van de Turkse seculiere staat geldt als een zwaar vergrijp in Turkije. Ondertussen bestaan er vele wegen, bijvoorbeeld andere videohosting-sites op internet, om toch kennis te nemen van de verboden inhoud. Een spreker liet weten dat Azerbeidzjan voor wat betreft het mediabeleid dan ook beslist geen voorbeeld moet nemen aan Turkije. ■

>> vervolg van pagina 9

- **Sponsorvermelding**
Sponsorvermeldingen moeten aan het begin of aan het einde van het programma worden geplaatst. Ook mogen ze voor of na een programmaonderbrekend reclameblok. Sponsorvermeldingen tijdens het programma worden gezien als sluikreclame. Een sponsorvermelding bestaat uit niet meer dan 'dit programma wordt mogelijk gemaakt door' of woorden van gelijke strekking. Naam, merk en beeldmerk mogen ieder eenmaal worden genoemd.

- **'Met dank aan'-mededeling**
Tot een bedrag van € 500 worden niet-identificeerbare bijdragen aan televisieprogramma's niet als sponsorbijdragen beschouwd. Te denken valt daarbij aan kleding in bruikleen, catering, bloemstukken en andere kleine decorversieringen. Hiervoor mag de verstrekker op de titelrol worden vermeld, uitsluitend met de zin 'met dank aan', gevolgd door de (handels)naam. Wordt de aanduiding 'kleding' of 'outfit' toegevoegd, dan wordt dat gezien als sluikreclame. Financiële bijdragen worden altijd als sponsorbijdragen gezien.

- **Reclameblokken**
Reclameboodschappen horen thuis in herkenbare reclameblokken, duidelijk onderscheiden van andere programmaonderdelen. Ze mogen niet meer dan twaalf minuten per uur in beslag nemen, met een maximum van vijftien procent van de zendtijd per dag. Deze reclameblokken dienen ten minste één minuut te duren. ■

Commissariaat controleert ledenbestanden

De speurtocht naar het onbekende omroepid

Omroepverenigingen en nieuwe initiatieven die deel willen (blijven) uitmaken van het publieke bestel, hebben hun ledenbestand per 1 april 2009 aangeleverd bij het Commissariaat. Voor het controleren van die bestanden volgt het Commissariaat een transparant protocol, opdat omroepen steeds precies weten hoe hun vlag erbij hangt. Begin juli is de controle door het Commissariaat afgerond.

De erkenningverlening voor de publieke omroep kent een heldere procedure. Eind juli moeten alle omroepverenigingen hun aanvragen voor een erkenning voor 2010-2015 inleveren bij het Commissariaat, samen met hun beleidsplan voor die periode. Voor 1 oktober brengen de Raad voor Cultuur, de raad van bestuur van de NPO en het Commissariaat voor de Media afzonderlijk advies uit aan de minister, die uiteindelijk beslist over de erkenningverlening. Een belangrijk onderdeel van het beleidsplan van elke omroep is het ledenbestand, dat aangeeft op hoeveel geld en zendtijd de betreffende omroep recht heeft. Dat door de omroep opgegeven ledenbestand wordt gecontroleerd door het Commissariaat, om zo tot een eerlijke weging van de aanhang van alle omroepen te komen.

Aselecte steekproef

Controle van het ledenbestand van de omroepen: het klinkt eenvoudig. Maar hoe scheid je kaf en koren in een bestand van soms meer dan 500.000 leden? Peter Veenman, hoofd financieel toezicht bij het Commissariaat en projectleider van de ledentellingen, legt uit: "Op 8 april, de uiterste datum om de ledenbestanden aan te leveren, hebben we keurig van elke omroep hun ledenbestand ontvangen. Een externe accountant heeft vervolgens uit deze omvangrijke ledenbestanden een aselechte steekproef getrokken. Dit is allemaal zodanig gedocumenteerd dat de procedure volledig transparant is. De steekproef geven we door aan de omroepen, zodat zij de gelegenheid krijgen om eventuele ontbrekende informatie aan te vullen. Vervolgens zijn we aan de slag gegaan om elke steekproef, in omvang variërend van 500 tot 1000 leden, helemaal uit te pluizen. Doel van die steekproef is om met minimaal 95% statistische betrouwbaarheid, binnen een onnauwkeurigheidsmarge van bijna 2%, het aantal leden van een omroep vast te stellen."

Achterhalen ontbrekende gegevens

Voor de goede orde: ook deze toetsing is uitbesteed aan de externe accountant. Niet alleen vanwege het belang van onafhankelijkheid, maar ook omdat het Commissariaat daarvoor onvoldoende capaciteit heeft. De toetsing van de steekproef uit de ledenbestanden gebeurt via de BSN-administratie, de landelijke database van burgerservicenummers. Van belang is dat de geboortedatum van het lid bekend is. Is dat niet het geval, dan worden de wel bekende gegevens van het omroepid met een verzoek tot verificatie gestuurd naar de gemeenten waar hij of zij volgens de ledenadministratie woonachtig is. Veenman: "Ook de omroepen zijn van die ontbrekende gegevens op de hoogte gesteld. Voor hen loont het om zelf die gegevens te achterhalen, want elk geverifieerd lid betekent extra geld en zendtijd. Als van een steekproef van 500 leden uit een totaal van 400.000 vijf procent niet geverifieerd kan worden, scheelt dat ook vijf procent in het totale ledenaantal. Vandaar dat een omroep moeite en tijd steekt in het achterhalen van vijftig ontbrekende leden. Dat gebeurt ook volop: sommige omroepen hebben daar zelfs een apart team op gezet. Overigens is de kwaliteit van de aangeleverde ledenbestanden goed. De afwijkingen zijn in alle gevallen kleiner dan drie procent." >>

Net die ene...

Bij de steekproef uit het ledenbestand van een van de landelijke omroepverenigingen bleek van de 500 onderzochte namen één persoon niet traceerbaar. De omroep heeft er veel, zo niet alles, aan gedaan om deze persoon te vinden en de juiste gegevens boven tafel te krijgen. Het bleek te gaan om een oudere man die al jaren in een verzorgingshuis zit. Zijn vrouw wist niet meer precies de geboortedatum van haar man: was het nu 3-11 of 11-3? Na het zoveelste telefoontje van de omroep gooide de getergde mevrouw de hoorn op de haak, waarna de omroep het Commissariaat verzocht naar de datum te kijken. Via het burgerservice-systeem kon die uiteindelijk worden gevonden. Veenman: "Het lijkt een heel gedoe voor één lid, maar net dat ene lid minder kan verstrekken gevolgen hebben voor het totaal aantal leden. Vandaar dat omroepen alles uit de kast halen om alle gegevens van de leden binnen de steekproef te achterhalen."

Dubbelingen

Als van de leden uit de steekproef is aangetoond dat ze minstens zestien jaar oud zijn, wonen in Nederland en het lidmaatschapsgeld hebben betaald, voldoen ze aan alle mediawettelijke criteria en worden ze geteld als lid. Het kan ook gebeuren dat sommige leden dubbel zijn geteld, bijvoorbeeld doordat ze zich zowel via internet als per telefoon hebben aangemeld als lid. Deze dubbelingen worden niet uit de steekproef, maar uit het totaalbestand gefilterd, al zijn het er doorgaans niet zo veel. Veenman: "Het gaat dan om enkele tientallen tot soms een paar honderd. Op een totaal van meestal enkele honderdduizenden leden valt dat erg mee. Een omroep kan dus beter energie steken in het vinden van een lid uit de steekproef." Als de ledentelling is afgerond en een geverifieerd ledenaantal bekend is, stelt het Commissariaat de omroepen daarvan op de hoogte. Die aantallen worden door het Commissariaat bij het beleidsplan van de omroepen gevoegd en dit beleidsplan gaat met een advies van het Commissariaat naar de minister. Die zal voor 1 januari 2010 beslissen welke omroepen een erkenning krijgen. ■

Collegebesluiten 10 maart 2008 tot en met 2 juni 2009

Zendtijd- en kabelzaken

Lokale media-instelling

Als lokale publieke media-instelling aangewezen

- ◆ Stichting Lokale Omroep Valkenburg
- ◆ Stichting Lokale Omroep Geffen, Nuland, Vinkel voor de gemeente Maasdonk
- ◆ Stichting Lokale Omroep Marum voor de gemeenten Marum en Grootegast
- ◆ Stichting Lokale Omroep Groot Nuth
- ◆ Stichting Lokale Omroep Dalfsen, Ommen, Nieuwleusen
- ◆ Stichting Lokale Media Beuningen, ook voor de gemeente Druten
- ◆ Stichting Lokale Omroep Valkenswaard
- ◆ Stichting Radio Superstar voor de gemeente Middelharnis
- ◆ Stichting Omroep Overbetuwe voor de gemeente Overbetuwe

Het besluit van 10 juli 2006 tot toewijzing van zendtijd aan de Lokale- en Huisomroep De Branding wordt ingetrokken, voor zover het betreft het toewijzen van zendtijd voor de gemeente Bennebroek.

De aanvraag van Stichting Lokale Omroep gemeente Onderbanken voor gebiedsuitbreiding met de gemeente Nuth wordt afgewezen.

Regionale media-instelling

Als regionale publieke media-instelling is aangewezen

- ◆ Stichting Regionale Omroep West voor de provincie Zuid-Holland
- ◆ Stichting Regionale Omroep Rotterdam-Rijnmond voor de provincie Zuid-Holland

Commerciële media-instelling

In 2009 is aan de volgende media-instellingen toestemming verleend om een commerciële mediadienst te verzorgen

- ◆ 2GrapesMedia B.V. voor Dusk
- ◆ B.V. Directie Radiozenders voor City FM
- ◆ Kabelkrant van den Munckhof Venray B.B. voor Peel en Maas TV
- ◆ Rising Star Radio voor het gelijknamige radioprogramma
- ◆ Regionaal Televisie Netwerk Limburg B.V. voor TV Limburg, edities Parkstad Limburg, Roermond, Sittard-Geleen, Valkenburg, Venlo en Weert
- ◆ Pebble TV B.V. voor Pebble TV
- ◆ Get-TV Networks v.o.f.
- ◆ De heer H.W.M. Muysers voor Radio Wonderland
- ◆ French Lover TV B.V. voor French Lover TV
- ◆ Stichting ODP TV voor ODP TV
- ◆ Stichting Baronie Media voor Baronie TV/ De Baronie Carnavalsmarathon
- ◆ WBS Projects B.V. voor Rock Café en Jazz Café
- ◆ Veronica Holding B.V. voor radio-omroep 'Altijd Klassiek'
- ◆ Radio Jazz B.V.
- ◆ Radio 538 B.V. voor RTL Jazz
- ◆ Media & More Factory B.V. voor Smooth Jazz FM
- ◆ Luisterrijk B.V. voor Radio Klassiek
- ◆ Lex Harding B.V. voor 'Slam 2!' Radio
- ◆ Flux Media Factory B.V. voor Flux Jazz FM en Flex Rock FM
- ◆ Go Crossmedia c.v. voor Azuco Radio en Azuco TV

- ◆ Young City FM voor Radio Decibel Groot Eindhoven
- ◆ Enter Weesp B.V. voor BussumNieuws TV, WeesperNieuws TV en DiemerNieuws TV
- ◆ French Lover TV B.V. voor Free XTV, Free XTV 2, X Dream TV en Free X-Delight
- ◆ Liliocerus Holding B.V. voor Telefonsex.TV, SuperSexy.TV en Guter Sex.TV.

Evenementenzender

In de aangegeven periode is toestemming verleend aan

- ◆ De heer A.F. Geers voor een inzamelingsactie scholing kinderen in Burundi
- ◆ Branche Vereniging Organische Reststoffen voor de Demonstratiedag 2009 van machines
- ◆ Collegium Studiosorum Veritas voor de slotweek 24ste lustrum
- ◆ Q Outdoor Events B.V. voor het dance event Defqon.1 2009
- ◆ Stichting Cyber Media World voor Codemasters Campzone 2009
- ◆ Stichting Gigant FM voor tennisweek Veritas voor scholen.
- ◆ Tridee B.V. voor Drive In Movie Amsterdam Arena
- ◆ Stichting de Giganten van het Noorden voor feest ter promotie Nederlandse lied te Oudkerk
- ◆ NMC Media B.V. voor de Roparun 2009 Rotterdam en Roosendaal
- ◆ Stichting Commissie Dorpsbelangen Annen voor Sport en spelweek in Annen, gemeente Aa en Hunze
- ◆ Radio 10 Gold B.V. voor Toppers in Concert in Amsterdam Arena
- ◆ In Qontrol B.V. voor dance-feest
- ◆ Kleijn-AUDIO-rental & Sales voor Koninginnedag- en Nach Stratumseind
- ◆ TdB Scheepselektro Service voor

- Piratenfeest
- ◆ De heer R. Wesselink voor de Truckrun
- ◆ Stichting Hxx voor computerfestival HAR 2009
- ◆ Katholieke Studenten Vereniging Sanctus Virgilius voor introductieweek
- ◆ Little Fish voor de festivals Pinkpop en Lowlands
- ◆ Stichting Vrede van Utrecht voor kunstproject Radio Baken tijdens Zomer van Utrecht
- ◆ Radio Omroep Stichting Hoogvliet voor Koninginnedag
- ◆ Stichting Gigant FM voor tennisweek scholen
- ◆ Nova Media Producties voor Fruitcorso en Appelpop 2009
- ◆ Stichting Historische Motor G.P. Eext voor motorcrossevenement
- ◆ Tilburgs Studenten Corps "St. Olof" voor introductieweek
- ◆ Oomens Geluid voor wielerronde Acht van Chaam
- ◆ Stichting Flevo-festival voor Xnoizz Flevo Festival
- ◆ Stichting Net Media Nederland voor Campzone
- ◆ Stichting Facilitair Centrum De Golfbreker voor Amersfoort 750 jaar stadsrechten
- ◆ Stichting Artiestengala voor Artiestengala Emmer Compascuun

17 maart

Het bezwaar van de Stichting Omroep Menterwolde tegen het besluit van 2 december 2008, waarbij een boete van € 650,- is opgelegd wegens het niet voldoen aan de informatieplicht zoals bedoeld in het Awb, wordt ongegrond verklaard. De boete blijft gehandhaafd. De aan de Stichting bij besluit van 3 juli 2008 opgelegde boete van € 150,- wordt ingetrokken.

7 april

Het bezwaar van Chellomedia Programming B.V. tegen het besluit om het verzoek de televisieprogramma's als één gebundelde dienst aan te merken, wordt gegrond verklaard. Het verzoek om een financiële regeling te treffen op grond waarvan zij slechts voor één toestemming toezichtskosten zal zijn verschuldigd, wordt niet-ontvankelijk verklaard.

De toestemming aan Chellomedia Programming B.V. voor het uitzenden van de TV-programma's Film 1.2, Film 1.3 en Film 1 Action, wordt ingetrokken.

26 mei

Het verzoek van Ziggo B.V. om ontheffing van de doorgifte van het gedeelte van het minimumpakket dat wordt bepaald door het advies van de programmaraden, omdat het onverkort nakomen van die adviezen tot een belemmering van innovatie zou leiden, wordt afgewezen.

De verzoeken van de Programmaraad Breda e.o. en de Regionale Programmaraad Multi-kabel tot bestuursrechtelijke handhaving van artikel 6.20, tweede lid, van de Mediawet 2008 (...) worden toegewezen. Ziggo wordt gewezen op de verplichting de adviezen van beide programmaraden ten aanzien van het analoge wettelijke minimumpakket voor alle aangeslotenen in de desbetreffende gemeenten op te volgen, en ontvangt een boete van € 1,-.

Juridische zaken - Programmatoezicht

17 maart

Er wordt afgezien van handhavend optreden

ten aanzien van een radio-actie voor de Stichting Kika en de landelijke vrijwilligersdagen, zolang Veluwezoom zich houdt aan de voorwaarden zoals neergelegd in de Beleidsregels ontheffingen liefdadigheidsacties.

■ 14 april

De beleidsregels nevenactiviteiten 2009 worden vastgesteld.

Het bezwaar van 4 februari 2009 van TV Oranje tegen de weigering te handhaven ten aanzien van de ledenwerfactie van de TROS, wordt ongegrond verklaard.

■ 26 mei

De volgende omroepen ontvangen een waarschuwing wegens het veelvuldig voorkomen van overtredingen van de bewaarplicht, itemsponsoring, sluikeclame, onjuiste sponsorvermeldingen, identificeerbare bijdragen, foutieve 'met dank aan' vermeldingen en reclameboodschappen.

Gerstel Productions B.V.

Graafschap TV B.V.

Info Thuis Nieuwe Media B.V.

Maximaal TV Walcheren

Regio 22

TV & Co. Holding B.V.

■ 2 juni

Er wordt afgezien van handhavend optreden m.b.t. de liefdadigheidsactie van AKN/NCRV ten behoeve van het Koningin Wilhelmina Fonds, zolang de omroep zich bij het vermelden van de namen van donerende bedrijven houdt aan de voorwaarden zoals vastgelegd in het desbetreffende besluit.

Er wordt met betrekking tot Serious Request van de NPO besloten af te zien van handhavend optreden m.b.t. reclame-uitingen in het programma, zolang de omroep zich houdt

aan de voorwaarden zoals vastgelegd in het desbetreffende besluit.

Financieel toezicht

De volgende brieven, waarin aanwijzingen zijn gegeven bij de jaarrekeningen 2007, zijn in de aangegeven periode vastgesteld.

Lokaal

Bredase Radio en Televisie Stichting
Stichting Lokale Omroep Nunspeet
Omroep Amersfoort

Stadsomroep Den Haag

Landelijk

Boeddhistische Omroep Stichting
Nederlandse Programma Stichting
AVRO

NIO

BNN

Stichting VKZ

Educom

Humanistische Omroep Stichting

Nevenactiviteiten

■ 24 maart

Omroep MAX krijgt toestemming voor de nevenactiviteit: het verkopen van producten van derden via haar webwinkel, onder de voorwaarden zoals in het besluit neergelegd.

■ 7 april

Het in licentie geven van de naam van het televisieprogramma "Het Klokhuis" en het ter beschikking stellen van een bureauredac-

teur van genoemd programma ten behoeve van de theatervoorstelling 'Het Klokhuis, de roadshow' wordt als een toegestane nevenactiviteit aangemerkt.

■ 28 april

S-TV Broadcast Your School van Omroep Gelderland wordt aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit.

■ 7 mei

Het in licentie geven van de naam Het Sinterklaas Journaal door de NPS wordt aangemerkt als een toegestane nevenactiviteit.

Besluiten Vaste Boekenprijs over de periode vanaf 16 december 2008 tot en met 23 maart 2009

Vaste Boekenprijs

■ 16 december

Intratuin B.V. krijgt een bestuurlijke boete van € 10.000,- in verband met een spaaractie waarbij in ruil voor fleuri's onder meer boeken werden aangeboden.

Miss Etam B.V. krijgt een boete van € 2.500,- in verband met een kortingsactie op het exclusief voor Miss Etam vervaardigde boek 'Lekker in je vel met Sonja'.

Music Pilots krijgt een waarschuwing vanwege een actie waarbij klanten gratis het blad Aktueel ontvingen bij aankoop van een vaderdagcadeau (ook boeken konden een vaderdagcadeau zijn).

Music Pilots B.V. krijgt een waarschuwing in verband met diverse (acht) boekenacties die in strijd met de Wvbp zijn.

StudieBoeken.com krijgt een bestuurlijke boete van € 1.000,- omdat bij verkoop van

studieboeken andere prijzen zijn gehanteerd dan de uitgever hebben vastgesteld. In deze prijzen was de onderwijskorting al verwerkt, waarbij die prijs vervolgens is afgezet tegen de vaste prijs van deze boeken.

Het handhavingsverzoek van de Nbb tegen Spits, met name gericht tegen de wijze waarop in het dagblad Spits het boek Hoge hakken in de keuken te koop werd aangeboden, wordt afgewezen.

House of Knowledge B.V. krijgt een bestuurlijk boete van € 1.000,- wegens een ongeoorloofde kortingsactie op boeken.

Dirk van den Broek krijgt een waarschuwing vanwege een actie van Dirx Drogisterijen, waar bij het blad Lekker Doen! het boek Bereik én behoud je ideale gewicht van Sonja Bakker werd aangeboden onder de vaste boekenprijs.

■ 13 januari

HEMA B.V. krijgt een waarschuwing in verband met de prijsstelling bij verkoop van de boeken Jip en Janneke in Artis, Jip en Janneke o.e. een koe en Jip en Janneke naar het circus.

Illustre B.V. krijgt een waarschuwing omdat zij via de website <http://www.fiepwestendorp.nl/> zes titels heeft aangeboden en verkocht onder de door de uitgever vastgestelde prijs.

■ 3 februari

SplinQ wordt niet-ontvankelijk verklaard in haar bezwaar met betrekking tot de juridische toelaatbaarheid van het adverteren van boeken op haar website, omdat SplinQ slechts een afgeleid belang heeft.

Multigift Relatiegeschenken B.V. krijgt een boete van € 1.000,- omdat via haar website

www.leukeboeken.nl boeken voor een prijs die afwijkt van de prijs die de uitgever voor de boeken heeft vastgesteld, zijn aangeboden.

Verburg Services krijgt een waarschuwing omdat tijdens een actie bij de aankoop van een boek via de Manna-shop het boek 'Levend bewijs' als cadeau werd aangeboden aan leden van Manna-vandaag.

■ 10 februari

Aan Kookpunt B.V. wordt een boete van € 500,- opgelegd omdat bij een sticker-actie waarbij onder meer aan vaste klanten 20% korting werd verleend op artikelen uit het assortiment, via de website geen voorbehoud is gemaakt voor boeken die onder de Wvbp vallen.

Aan Drie Lindes wordt een waarschuwing gegeven omdat de vaste boekenprijs voor de boekuitgave 'Vuur' op een later tijdstip is gemeld dan wettelijk toegestaan is.

■ 24 februari

Het bezwaar van Bol.com tegen het besluit waarbij een boete is opgelegd omdat met het aanbieden van 'Het Groene Boekje' de wet op de vaste boekenprijs is overtreden, wordt ongegrond verklaard.

■ 10 maart

Aan NBDBiblion is het bestuurlijk rechtsoordeel meegegeven dat het is toegestaan om bij levering van voor gebruik door openbare bibliotheken geschikt gemaakte boeken aan Karmac Bibliotheek Services B.V., een korting van ten hoogste 25 procent toe te passen, voor zover deze boeken bestemd zijn voor de collectie die in de bibliobussen wordt aangeboden.

Staarink Warenhuis Doesburg krijgt een waarschuwing omdat het boek Bereik je

ideale gewicht! werd aangeboden onder de door de uitgever vastgestelde prijs.

■ 23 maart

Mainpress krijgt een waarschuwing wegens het verstrekken van geldelijk voordeel via SplinQ.

Aan Bruna wordt een boete van € 1.000,- opgelegd omdat in de nieuwsbrief in het kader van de Maand van het Spannende Boek mededelingen zijn gedaan omtrent de prijs van een aantal boeken die de eindafnemer kunnen misleiden. Dit is in strijd met artikel 6, tweede lid, van de Wet op de vaste boekenprijs. Bol.com wordt op de hoogte gesteld van het bestuurlijk rechtsoordeel inzake de toepassing van de vaste boekenprijs.

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

