

Bijdrage MTV Networks B.V. in het kader van de Toekomstverkenning publieke omroep

-1a- Vindt u het nodig dat de overheid meer gaat doen dan nu om de kwaliteit, verscheidenheid en toegankelijkheid van andere media dan de publieke omroep te verzekeren? Zo ja, wat is daarvoor de aanleiding en aan welke maatregelen denkt u?

-1b- Deelt u de volgende uitgangspunten voor de publieke omroep en welke uitgangspunten zou u eventueel willen toevoegen of veranderen, op basis van welke argumenten?

- de publieke omroep houdt bestaansrecht (Regels en steun voor commerciële media zijn nodig, maar deze kunnen kwaliteit, verscheidenheid, toegankelijkheid en continuïteit van publieke omroep niet garanderen.)
- de publieke omroep is van en voor iedereen (brede programmatische opdracht, multimediaal)
- de publieke omroep is verankerd in de samenleving en vormt daarvan een redelijk goede afspiegeling (ledentallen bewijzen dat, coördinatie blijft lastig)
- de continuïteit van de publieke omroep is voor lange tijd verzekerd. (Wettelijke opdracht, multimediaal budget). De overheid bepaalt de taak, maar blijft ver van inhoudelijke afwegingen.

Centraal bij deze toekomstverkenning staat volgens MTVN de vraag of de huidige grondslag van de Nederlandse publieke omroep behouden dient te blijven. Kern daarvan is dat private organisaties met een zendmachtiging (omroepen en een aantal andere non-profitorganisaties) samen de landelijke publieke omroep vormen en ieder een eigen zendmachtiging hebben gekregen op grond van hun representativiteit voor een bepaald deel van de bevolking (de omroepverenigingen en kleine zendgemachtigden) dan wel omdat ze een specifieke programmaopdracht vervullen (de NOS, NPS en de educatieve omroep).

Bij de toekomstbepaling van de Nederlandse publieke omroep dient zeker ook de rol betrokken te worden die commerciële mediabedrijven in Nederland vervullen bij het dienen van het publiek belang, zoals ook de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid terecht stelt in het rapport *Focus op Functies: uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid* (2004) Ook commerciële omroepen leveren een bijdrage aan kwaliteit, verscheidenheid, toegankelijkheid en continuïteit en zijn in de afgelopen decennia hecht verankerd geraakt in de Nederlandse samenleving.

Overheidsbeleid m.b.t. de publieke omroep heeft in onze ogen twee belangrijke oogmerken:

- het waarborgt op een zo effectief en kostenefficiënt mogelijke wijze op korte en lange termijn dat de Nederlandse landelijke publieke omroep verankerd is in de Nederlandse samenleving, de maatschappelijke pluriformiteit vertegenwoordigt en deze op basis van een duidelijke en afgebakende taakomschrijving vertaalt in programma's op alle platforms
- het waarborgt dat commerciële omroepen een eigen maatschappelijke rol vervullen en dat de concurrentie die zij onontkoombaar ondervinden van de publieke omroep, zich beperkt tot de terreinen die de publieke omroep vanuit haar taakomschrijving dient te bestrijken.

MTVN acht de huidige grondslag van de Nederlandse publieke omroep (een geheel van individuele private organisaties die elk een deel van de bevolking representeren) in beginsel een voldoende basis voor een gezond publiek omroepbestel in de toekomst. Voor het maatschappelijk draagvlak van de publieke omroep op langere termijn en voor een gezond ondernemingsklimaat voor de commerciële omroepen, dient de overheid wel een aantal belangrijke randvoorwaarden te vervullen:

-1- De formulering van de publieke taakomschrijving dient te worden aangescherpt. De huidige formulering laat te veel ruimte voor activiteiten die niet of nauwelijks bijdragen aan het vervullen van een publieke taak. Er dienen voorts heldere criteria te komen op basis waarvan kan worden getoetst of de bestaande en nieuwe activiteiten van de publieke omroep een bijdrage leveren aan het realiseren van de aangescherpte publieke taak.

-2- De maatschappelijke pluriformiteit is onvoldoende herkenbaar in het aanbod van de publieke omroep. Dat de publieke omroep in de huidige vorm een goede afspiegeling van de samenleving vormt, is een fictie. Wijziging in de opdracht en organisatie van de publieke omroep is noodzakelijk.

-3- Het omroep lidmaatschap dient inhoud te krijgen; ledental voldoet niet langer als criterium voor het verkrijgen van een erkenning. De huidige praktijk van ledenwerving en het feit dat vooral jongeren op een andere wijze dan het traditionele lidmaatschap uiting geven aan hun betrokkenheid, maken het noodzakelijk een nieuw concept te introduceren waarmee omroepverenigingen hun draagvlak kunnen aantonen.

-4- het realiseren van een hoog marktaandeel dient niet langer doel te zijn van de publieke omroep, maar middel. De functie die amusementsprogramma's in het verleden veelvuldig hadden, het aanjagen van het bereik van andersoortige programma's (de zogenaamde sandwichformule), is in de nieuwe wijze van programmeren zo goed als volledig achterhaald.

Bij de beantwoording van de vragen in het kader van de onderwerpen van de verkenning zullen we op al deze punten in uitgewerkte vorm terugkomen.

De wijze van financiering is geen onderwerp van deze toekomstverkenning. MTVN zal daarom hier niet ingaan op de positie van de STER, ervan uitgaande dat we in een later stadium in het kader van het aangekondigde onderzoek naar de STER alsnog in de gelegenheid zullen worden gesteld onze visie te geven.

We wijzen er hierbij wel op dat het onderwerp van de financiering van de publieke omroep verder strekt dan uitsluitend de STER. Het raakt ook andere commerciële activiteiten van de publieke omroep (b.v. Biba-Boerderij etc.). Omdat de reikwijdte van het aangekondigde onderzoek ons niet bekend is, ontkomen we er niet aan een aantal aangrenzende onderwerpen bij de nu volgende beantwoording van de vragen mee te nemen.

-2a- Verwacht u de komende vijf tot tien jaar substantiële verschuivingen in het media- aanbod en het mediagebruik, welke zijn dat, en wat zijn de gevolgen voor de publieke omroep en andere spelers op de mediamarkt?

-2b- Welk multimediaal ontwikkelingsscenario biedt de beste kansen om iedereen met het publieke aanbod te bereiken: bundeling, differentiatie of een ander scenario?

De gevolgen van convergentie (het samensmelten van verschillende mediatypen, zoals televisie, internet en mobiel) zullen van grote invloed zijn op zowel het media-aanbod als de mediaconsumptie.

De technologische ontwikkelingen op het gebied van media en mediaconsumptie gaan razendsnel. Kranten zullen blijven bestaan, televisie blijft een machtig medium, radio zal echt niet uitsterven. Maar de onderlinge verschillen tussen de diverse mediatypes zullen verdwijnen en dat zal grote gevolgen hebben voor de wijze waarop de consument met media omgaat en dus ook voor het aanbod van de omroepen. Consumenten zijn daarbij leidend. Zij bepalen welke innovaties succesvol zijn en welke niet.

Van de overheid vraagt deze ontwikkeling een actieve opstelling om een einde te maken aan de nu nog bestaande verschillen in regelgeving voor aanbieders van dezelfde diensten op verschillende platforms of vanuit verschillende landen. Met de implementatie van de Audiovisuele Mediadienst richtlijn in de Nederlandse mediawet is een poging gewaagd, maar deze regelgeving roept meer vragen op dan dat er duidelijkheid en gelijkheid wordt gecreëerd.

De functie van tv als sociale bindende factor in het gezin en in de samenleving zal blijven bestaan. Brede landelijke zenders zullen om deze redenen dan ook hun bestaansrecht behouden. Maar naast deze traditionele vorm, ontstaat er nu een nieuwe vorm van televisieconsumptie, op andere, vaak kleinere schermen die niet aan tijd of plaats gebonden zijn. Voor omroepen is het de komende jaren zaak te zorgen de juiste content op het juiste scherm aan te bieden en ervoor te zorgen die twee werelden van televisiekijken (gezamenlijk en individueel) aan elkaar te koppelen. Lineair- en non-lineair aanbod zullen complementair aan elkaar zijn, zowel qua aanbod als qua kijkgemak, maar zullen elkaar niet uitroeien.

Voor de publieke omroep betekent dit dat ook de netten 1, 2 en 3 als merken wel degelijk van groot belang blijven en dat tegelijkertijd het belang van individueel kijken gaat toenemen. Dit vergt niet alleen dat voor verschillende platforms zal moeten worden geproduceerd en geprogrammeerd, maar ook dat dit in samenhang gebeurt.

MTVN acht een scherpere afbakening van de opdracht van de publieke omroep noodzakelijk. Daarbij zal het dienen van het publiek belang centraal dienen te staan. Een strikte afbakening zal het de publieke omroep mogelijk maken duidelijke keuzes te maken voor de domeinen die het crossmediaal dient te bestrijken. Zoals ook de Raad van State constateert (advies d.d. 19 oktober 2007, m.b.t. nieuwe Mediawet), ontbreekt het hier in belangrijke mate aan.

Gevolg is dat publieke middelen worden besteed aan activiteiten waarvan onvoldoende duidelijk en aantoonbaar is of en in hoeverre ze een bijdrage leveren aan het realiseren van de publiek opdracht. De WRR stelt dat dit enerzijds het niet doelmatig besteden van publieke middelen impliceert en anderzijds leidt tot marktverstoring. In de visie van MTVN is marktverstoring door de publieke omroep alleen geoorloofd indien sprake is van het uitoefenen van een publieke taak. In dit verband wijzen we erop dat ook de recente Mededeling van de Europese Commissie m.b.t. het inrichten van een ex ante markttoets een verduidelijking van de taakomschrijving van de publieke omroep vergt.

Deze toekomstverkenning zou in de ogen van MTVN ook moeten worden aangegrepen om de huidige dominantie van het behalen van hoge marktaandelen door de publieke omroep terug te brengen naar voor een publieke voorziening gezonde proporties. De kern van een publieke voorziening dient de inhoud ervan te zijn. Het bereik speelt uiteraard een rol (een publieke voorziening die niemand bereikt, is verspilling van overheidsmiddelen), maar bij het streven naar hoge bereikcijfers mag het publieke doel nimmer uit het oog worden verloren. De publieke omroep zou zich t.o.v. de commerciële omroepen moeten onderscheiden door het primaat van de inhoud. Zowel als het gaat om de inhoud van de programma's als de wijze van programmeren, is de werkelijkheid nu bepaald anders.

MTVN acht het vanzelfsprekend dat de publieke omroep zich niet beperkt tot radio en televisie, maar op alle platforms aanwezig is, met als absolute voorwaarde dat dit uitsluitend gebeurt met activiteiten die passen binnen de zojuist genoemde aangescherpte taakomschrijving. Bij wijze van voorbeeld gaan we nader in op het on demand aanbod van de publieke omroep.

Dat de publieke omroep ook on demand programma's zal moeten aanbieden, staat buiten kijf. Voorwaarde is wel dat dit dient te gebeuren binnen de kaders van een aangescherpte taakomschrijving. Die kaders dienen zodanig te zijn opgesteld dat met het on demand aanbieden van programma's door de publieke omroep altijd een publiek belang is gediend. Dit dient dus ook altijd gratis te gebeuren. Het on demand aanbieden van programma's (zoals aangekochte muziekvideo's, films en series) die ook logischerwijs binnen het aanbod van de commerciële omroepen een plek kunnen krijgen, kan nooit onderdeel zijn van de taak van de publieke omroep.

-3a- Verwacht u de komende vijf tot tien jaar substantiële veranderingen in de distributie van audiovisuele media? (Technisch en vooral ook economisch gezien). Wat zijn de gevolgen voor de publieke omroep en andere spelers op de mediamarkt?

-3b- Welke aanpassingen in wet- en regelgeving en/of de organisatie van de publieke omroep zijn nodig om verspreiding en promotie van het publieke aanbod onder alle Nederlanders veilig te stellen?

Digitalisering en convergentie zullen ook voor de distributie van audiovisuele media grote gevolgen hebben. De mediagebruiker zal, afhankelijk van het aanbod en zijn of haar persoonlijke behoefte, individueel of gezamenlijk programma's willen volgen, op de plaats en tijd die hem of haar schikt.

De publieke omroep zal hierop moeten inspelen door content ontsluitbaar te maken op alle platforms. Hier kan geen betaling van de burger tegenover staan. Immers: de aangescherpte taakomschrijving waarborgt dat de publieke omroep op alle platforms een publieke taak verzorgt en dan dient de burger daar niet voor te betalen. Het aanbieden van content waarvoor het acceptabel is dat de burger WEL betaalt, dient over te worden gelaten aan de commerciële partijen.

Dat laat overigens onverlet dat voor het aanbieden van dezelfde content met een betere beeldkwaliteit (HDTV) of het aanbieden van dezelfde content op nieuwe platforms (innovatie) betaling wel aanvaardbaar is. Hier wordt immers niet om betaling voor content gevraagd, maar als bijdrage aan innovatie. Om marktverstoring te voorkomen dient de publieke omroep hier allianties met commerciële omroepen te sluiten.

Een algemene doorgifteverplichting voor alle content van de publieke omroep voor alle netwerken is in de toekomst niet alleen onnodig, maar ook technisch, juridisch en economisch onhaalbaar. Leidend dient de vraag te zijn welke content voor de gebruiker uit het oogpunt van de publieke taak beschikbaar dient te zijn.

MTVN pleit verder voor volledige afschakeling van de analoge zenders op een nader vast te stellen moment in de nabije toekomst. Het aantal must carry zenders in het digitale domein moet vervolgens zoveel mogelijk beperkt worden.

-4a- Welke veranderingen in de organisatie van de publieke omroep zijn gewenst met het oog op een goede programmering, presentie en publieksbereik in het digitale medialandschap?

-4b- Wat zijn de voor- en nadelen van bovengenoemde opties om de openheid van het bestel voor diverse maatschappelijke geledingen te behouden en te beheersen? Welke alternatieven ziet u?

We merkten reeds op dat de herkenbaarheid van de maatschappelijke pluriformiteit in het aanbod van de publieke omroep de afgelopen jaren grotendeels verloren is gegaan. Door de toetreding van WNL tot het publieke bestel mag de publieke omroep dan wellicht niet meer 'drie keer De Volkskrant' zijn, maar dat de thans aanwezige omroepverenigingen in de huidige verhouding werkelijk een afspiegeling zouden vormen van de huidige pluriforme samenleving, is een illusie. Deze toekomstverkenning lijkt ons het moment voor de nuchtere constatering dat de publieke omroep geen afspiegeling vormt van de samenleving, of het nu gaat om leeftijd, culturele identiteit of politieke voorkeur. De programma's die wel een duidelijke signatuur bevatten, krijgen bovendien een plaats toegewezen in de randen van de programmering.

Bovendien moet worden geconstateerd dat de focus van de publieke omroep in recente jaren steeds meer is komen te liggen op het realiseren van hoge marktaandeelen, ten koste van het bieden van een primair op de publieke taak gericht programma-aanbod. De publieke omroep is hierin doorgeschoten. MTVN acht de stap die de publieke omroep onlangs heeft gezet m.b.t. de actualiteitenrubrieken als onontkoombaar, maar vindt deze nog lang niet ver genoeg gaan. Ook t.a.v. andere genres zoals documentaires, talkshows en zeker ook amusementsprogramma's dienen omroepen zich op basis van hun identiteit van elkaar te onderscheiden en daar in de programmering van de publieke omroep ook de mogelijkheden toe te krijgen.

Een belangrijke oorzaak van deze ontwikkelingen is gelegen in het feit dat de zeggenschap van omroepverenigingen over de programma's en de programmering van de publieke omroep sterk is verminderd. Hoewel de coördinatie van verschillende spelers onder één dak inderdaad lastig is, zal de aansturing van de programmering van de publieke omroep toch op een wijze moeten worden geregeld die meer ruimte biedt aan pluriformiteit. De verhouding tussen Raad van Bestuur en omroepverenigingen zal daarom moeten worden herzien. Als de omroepverenigingen de kern van het bestel vormen, dienen zij grotere invloed te kunnen uitoefenen op het programmabeleid en de programmering.

Het risico van onbestuurbaarheid zou kunnen worden ondervangen door het aantal omroepen te verminderen, maar dit dient dan wel te geschieden conform de uitgangspunten van het bestel. Dat betekent dat omroepen die onvoldoende maatschappelijk draagvlak hebben of onvoldoende bijdrage leveren aan het realiseren van de publieke opdracht, dienen te verdwijnen. Het afdwingen van oneigenlijke fusies van omroepen die juist een plek in het bestel hebben verworven omdat ze zich inhoudelijk van elkaar onderscheiden, is wezensvreemd aan dit bestel. Er is, kortom, dringend behoefte aan een nieuwe systematiek voor het vaststellen van het maatschappelijk draagvlak van de omroepverenigingen, bijvoorbeeld door strengere en vooral inhoudelijke eisen te stellen aan het omroepidmaatschap.

Het afschaffen van het huidige ledentalcriterium is zeker ook gewenst, omdat de ledentallen van de omroepverenigingen en de ledenaanwas van nieuwe omroepen helemaal niets zeggen over de vitaliteit van het bestel. De puur op marketing gebaseerde ledenwerfacties waar de diverse bestaande en nieuwe omroepverenigingen in de afgelopen jaren met regelmaat hun toevlucht toe hebben gezocht, laten geen ruimte voor een andere conclusie. Het is voor het toekomstig maatschappelijk draagvlak van het publieke bestel noodzakelijk dat onder ogen wordt gezien dat de aldus gerealiseerde ledentallen geen enkele maatstaf vormen voor de maatschappelijke verankering van een omroep, evenmin als de aantallen abonnees van omroepgidsen dat doen.

Dat betekent dat ledenwerfacties met premiums tot het verleden dienen te behoren, de koppeling tussen gidsabbonnementen en lidmaatschap volledig dient te worden verbroken en van leden een significante (financiële) inspanning dient te worden gevraagd. Alleen door een dergelijke zuivere benadering van het omroepidmaatschap wordt duidelijk of een omroep daadwerkelijk maatschappelijk is verankerd en niet alleen is gebaseerd op een voortvarende marketing afdeling. De eventuele consequentie van een dergelijke strikte benadering zou kunnen zijn dat het minimum ledental van omroepen om in aanmerking te komen voor een erkenning dient te worden verlaagd. Zolang een significant aantal leden vereist blijft om met recht een plek in het bestel te kunnen opeisen, is zo'n verlaging te verkiezen boven de huidige ledenwervingpraktijken.

In de vraagstelling van de toekomstverkenning wordt expliciet de mogelijkheid van een aanbestedingsmodel geopperd. Een dergelijk model past heel goed in een BBC-opzet, maar niet bij een publieke omroep die als uitgangspunt heeft dat individuele publieke omroepen op basis van een eigen wettelijk beschermde positie erin participeren. Het is of het een of het ander.

Een aanbestedingsmodel vormt in de visie van MTVN overigens een goed alternatief voor een op omroepverenigingen gebaseerd model. Overigens is ook dan het formuleren van een duidelijke taakomschrijving de eerste vereiste. Zeker de positie van de huidige omroepen verdient in zo'n aanbestedingsmodel de nodige aandacht. Zij zullen zich noodgedwongen ontwikkelen tot onafhankelijke productiemaatschappijen die hun programma's ook op andere wijze (via eigen themakanalen of zelfs via commerciële zenders) zullen aanbieden. Dit staat op gespannen voet met een eventuele positie als preferred supplier van programma's voor de publieke omroep.

-5- Welke (duurzame) samenwerking tussen de publieke omroep en verwante journalistieke, culturele en educatieve organisaties is wenselijk en wat eist dat van de publieke omroeporganisatie en de wetgeving?

Gelet op convergentie zal het verschil tussen dagbladen, omroepen en de aanbieders van mobiele content vervagen. Kranten lees je straks op het scherm van een i-pad, televisie kijk je op je mobiel, sms en e-mailverkeer wordt één. De onvermijdelijke consequentie daarvan is, dat het verschil tussen de (commerciële) uitgevers van dagbladen of opiniebladen en commerciële omroepen verdwijnt. Er mag dan ook geen enkel verschil in regelgeving bestaan voor uitgevers en omroepen.

Vanuit de taak van de publieke omroep is het denkbaar dat eenmaal geproduceerde en uitgezonden content ter beschikking wordt gesteld aan derden, met als belangrijkste oogmerk een nog groter publiek ermee te bereiken. Als dat daadwerkelijk gebeurt en de content van de publieke omroep wordt beschikbaar gesteld, dan kan dat alleen gebeuren aan alle geïnteresseerde partijen. Tussen de uitgevers van print en de commerciële omroepen moet een level playing field bestaan.

MTVN staat op het standpunt dat de publieke omroep in dat geval de reeds uitgezonden content tegen uitsluitend onkosten beschikbaar dient te stellen van derden (uiteraard afhankelijk van licentievoorwaarden, afspraken met geïnterviewden enz.).

Stimuleringsgelden of –maatregelen gericht op het bevorderen van de samenwerking tussen publieke omroepen (landelijk en/of regionaal) en dagbladen dienen evenzeer open te staan voor samenwerking tussen publieke omroep en commerciële omroepen.

Ook kan worden gedacht aan het ter beschikking stellen aan (commerciële) derden van met publieke gelden ontwikkelde innovatieve platformen (b.v. uitzending gemist).

-6- Op welke wijze dienen overheidscontrole en onafhankelijkheid van de publieke omroep in evenwicht te worden gebracht? Is er aanleiding om wetgeving op (ondermeer bovengenoemde) onderdelen te wijzigen?

Zowel publieke als commerciële media dienen onafhankelijk van de overheid te kunnen opereren. Een democratische samenleving staat of valt bij de volstrekte onafhankelijkheid van de journalistiek.

De relatie tussen de publieke omroep en de overheid als verreweg belangrijkste financier brengt risico's met zich mee. Een van de belangrijkste voordelen van het Nederlandse publieke bestel wordt gevormd door de directe invloed die omroepleden kunnen uitoefenen. Daarvoor dient echter aan twee in een ander verband al eerder genoemde voorwaarden te worden voldaan: het omroep lidmaatschap dient inhoudelijk weer betekenis te krijgen en de positie van de omroepverenigingen in de aansturing van de publieke omroep dient te worden versterkt.

Een ander punt m.b.t. de rol van de overheid betreft de toetsing van nieuwe diensten die de publieke omroep wil aanbieden.

MTVN pleit voor duidelijke markttoets die in ieder geval aan de volgende voorwaarden moet voldoen:

1. toetsing voorafgaand aan de effectuering van een nieuwe en/of uitgebreide taak (ex ante);
2. betrokkenheid van (alle) marktpartijen;
3. toetsing van de meerwaarde van de voorgenomen activiteiten aan de hand van een duidelijk publieke taak criterium;
4. beoordeling van de effecten op de markt en buitensporige concurrentievervalsing.

De huidige publieke taak is onduidelijk gedefinieerd en laat teveel ruimte voor interpretatie. Het uitvoeren van effectief toezicht is daarom ook zeer lastig, zo niet onmogelijk. Wij wijzen in dit verband ook op de zienswijze die MTVN in VESTRA-verband op 19 februari 2009 heeft ingediend tegen het conceptbesluit "goedkeuring aard en aantal aanbod themakanalen publieke omroep" (kenmerk MLB/M/98379), alsmede op het bezwaar dat MTVN in VESTRA-verband op 9 juli 2009 heeft ingediend tegen het daadwerkelijke besluit van de Minister d.d. 21 april 2009 (kenmerk BC090190 en BC090191). Indien gewenst zendt MTVN u de betreffende documentatie uiteraard graag toe.

Illustratief voor de wijze waarop de publieke omroep toestemming verkrijgt voor nieuwe diensten is het onderwerp van de onlangs door MTVN gewonnen procedure tegen het Commissariaat voor de Media (CvdM) en de NPO (derde-belanghebbende). Inzet van deze procedure was de toestemming die het CvdM aan de NPO had verleend voor een aantal neventaken (themakanalen 101, Hilversumbest, Journaal24 etc). MTVN was van oordeel dat het CvdM geen behoorlijke belangenafweging heeft gemaakt, dat de kanalen niet voorzien in een democratische, sociale culturele behoefte en dat het CvdM heeft nagelaten de besluiten te toetsen aan Europeesrechtelijke staatssteunregels. De rechtbank heeft MTVN hierin gelijk gegeven. Dat het onderscheid tussen hoofd- en neventaken in de nieuwe Mediawet niet langer relevant is stond aan dat oordeel niet in de weg. Het zaaknummer van deze procedure is AWB 08/1860 WET. Indien gewenst zendt MTVN u de betreffende documentatie graag toe.

De publieke omroep dient niet alleen onafhankelijk te kunnen opereren van de overheid, maar ook van commerciële invloeden. Hoewel we de positie van de STER hier buiten beschouwing laten, past in onze ogen wel degelijk de opmerking binnen het bestek van deze toekomstverkenning dat de zuiverheid van de publieke omroep niet is gediend met private en commerciële geldstromen anders dan via de STER. Terecht wordt als uitgangspunt van de toekomstverkenning genoemd dat de overheid op afstand van de publieke omroep dient te staan. Dat dient ook en in nog veel sterkere mate te gelden voor organisaties met specifieke belangen, of die nu commercieel of ideëel zijn. De inhoudelijke keuzes van de publieke omroep mogen nimmer geheel of gedeeltelijk afhankelijk zijn van financiële steun van derden. Als de publieke omroep vanuit de publieke opdracht tot de conclusie komt dat een bepaald programma geproduceerd dient te worden, dient dit vanuit de reguliere beschikbare middelen gefinancierd te worden. Programmasponsoring, ook door ideële organisaties, tast de onafhankelijkheid van de publieke omroep aan. Dat is inhoudelijk zuiver en beschermt commerciële omroepen, die hier een fundamenteel andere positie innemen, bovendien tegen oneigenlijke concurrentie. Omroepen die

zich omwille van het genereren van inkomsten (deels) afhankelijk maken van derden, diskwalificeren zichzelf, hetgeen niet zonder ernstige consequenties kan blijven.

Dit betekent eveneens dat de publieke omroep zich verre dient te houden van proposities zoals product placement, billboarding, split screen advertising, enzovoorts. Commerciële boodschappen binnen programma's dienen bij de publieke omroep uit den boze te zijn. Bovendien dienen omwille van de zuiverheid en geloofwaardigheid van de publieke omroep alle contacten met adverteerders / sponsors via de STER te lopen.

Samengevat pleit MTVN voor een zuivere publieke omroep die gebaseerd is op een duidelijke omschrijving van de publieke taak en opdracht en deze naar letter en geest uitvoert. Het uitgangspunt dat de Nederlandse publieke omroep wordt gevormd door onafhankelijke, private organisaties die een deel van de bevolking representeren, dient te gelden als leidend beginsel voor de organisatie en werkwijze van de publieke omroep. De publieke omroep dient onafhankelijk te zijn van overheid en commercie. MTVN is ervan overtuigd dat alleen een publieke omroep die deze keuzes niet alleen vol overtuiging maakt maar ook de consequenties ervan ten volle aanvaardt, toekomstbestendig is.

Onderbouwing visie MTVN op hoofdlijnen

-1- De activiteiten van de publieke omroep dienen zich te beperken tot wat strikt noodzakelijk is in het kader van het publieke belang. De formulering van de publieke taakomschrijving dient daarom te worden aangescherpt.

Uit: Mededeling van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun op de publieke omroep (2 juli 2009):

45. De lidstaten dienen de publieke taak zo precies mogelijk te omschrijven. Er mag geen twijfel blijven bestaan over de vraag of de lidstaat een bepaalde, door de met openbare dienst belaste exploitant uitgeoefende activiteit al dan niet als onderdeel van de publieke taak beschouwt. Zonder een duidelijke en precieze omschrijving van de verplichtingen die de publieke omroep worden opgelegd, kan de Commissie haar taken in het kader van artikel 86, lid 2, niet uitvoeren, en kan zij dan ook geen afwijking op grond van dat artikel toestaan.

46. De duidelijke afbakening van activiteiten die deel uitmaken van de publieke taak, is ook van belang voor niet-publieke omroepen met het oog op de planning van hun activiteiten. Bovendien dienen de bepalingen van de publieke taak voldoende precies te zijn, zodat de autoriteiten van de lidstaten daadwerkelijk toezicht kunnen uitoefenen op de inachtneming ervan, zoals in het volgende deel wordt uiteengezet.

Uit: Persbericht Europese Commissie, 26 januari 2010 (Ref.nr. IP/10/52):

De Nederlandse autoriteiten hebben zich ertoe verbonden vooraf en voldoende gedetailleerd aan te geven wat de omvang is van de publieke taak die aan de publieke omroep zal worden toegewezen. (...)

De Nederlandse autoriteiten hebben tevens toegezegd dat zij het financieringsmechanisme zullen aanpassen, waarbij de compensatie voor de publieke omroep wordt beperkt om te garanderen dat de publieke financiering niet meer bedraagt dan wat nodig is voor de vervulling van de publieke taak, met controle op overcompensatie.

Uit: Focus op Functies: uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2004):

Publieke belangen betreffen een onafhankelijke, pluriforme en kwalitatief goede nieuwsvoorziening, de functie van opinievorming en maatschappelijk debat, evenals, zij het in mindere mate, de functies kunst en cultuur en het geven van specifieke informatie. Functies als vermaak, reclame, voorlichting en andere vormen van persuasive communication vallen hier in beginsel buiten en vormen daarom geen kerntaak van een voor de toekomst wenselijke publieke 'omroep', in welke vorm die ook gestalte zal krijgen. (...) Deze functionele differentiatie houdt in dat niet langer moet worden vastgehouden aan het geldende uitgangspunt dat de publieke omroep een volledig programma moet kunnen bieden. (pag. 17)

De huidige opdracht van de meeste publieke omroepen is breed en omvat feitelijk alle functies (en de daarmee verbonden inhoud) die de raad als belangrijk voor het medialandschap als geheel heeft aangeduid. De vraag is gerechtvaardigd of een dergelijke brede opdracht, gezien de actuele en toekomstige ontwikkeling van het medialandschap, nog als noodzakelijk kan worden aangemerkt. (...) Indien er in alle redelijkheid geen risico bij de vervulling van een van de functies kan worden vastgesteld, is van een noodzaak van een dergelijke betrokkenheid (publiek belang) niet langer sprake. (pag. 162/163)

Uit: Met het Oog op Morgen, kabinetsvisie op de toekomst van de publieke omroep (24 juni 2005)

Het kabinet neemt de aanbeveling van de WRR over om in de analyse en de beleidsvisie van de overheid uit te gaan van maatschappelijke functies. (pag. 7)

-2- Ook commerciële omroepen spelen een belangrijke maatschappelijke rol en dienen door de overheid te worden betrokken bij het vervullen van de publieke taak.

Uit: Mededeling van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun op de publieke omroep (2 juli 2009):

15. In zijn resolutie over concentratie en pluralisme in de media in de Europese Unie heeft het Europees Parlement de aanbeveling gedaan d"at er dusdanige regels ten aanzien van staatssteun worden ontwikkeld en ingevoerd dat de openbare en publieke (burger- en gemeenschaps-)media wel hun functie kunnen blijven vervullen in een voortdurend veranderende omgeving en dat wordt gewaarborgd dat de openbare media de hun door de lidstaten toevertrouwde taken op transparante wijze vervullen en daarover verantwoording afleggen, waarbij misbruik van overheidsfinanciering om redenen van politiek of economisch eigenbelang wordt vermeden" [17].

16. Tegelijk, en zonder afbreuk te doen aan het bovenstaande, is het belangrijk dat commerciële omroeporganisaties, waarvan er een aantal aan openbare-dienstverplichtingen is onderworpen, ook een belangrijke rol kunnen spelen bij het bereiken van de doelstellingen van het Protocol van Amsterdam, voor zover deze bijdragen tot het waarborgen van pluralisme, de verrijking van het culturele en politieke debat en de verruiming van het programma-aanbod. Daarnaast zijn ook krantenuitgevers en andere gedrukte media een belangrijke garantie voor een objectieve informatievoorziening aan het publiek en voor de democratie. Aangezien deze partijen thans op internet met omroepen concurreren, krijgen al deze commerciële media-aanbieders te maken met de mogelijk negatieve effecten die staatssteun voor publieke omroepen op de ontwikkeling van nieuwe businessmodellen kan hebben. Zoals in de richtlijn audiovisuele-mediadiensten [18] wordt herhaald, is "[h]et naast elkaar bestaan van particuliere en openbare aanbieders van audiovisuele-mediadiensten een onderscheidend kenmerk van de Europese audiovisuele-mediemarkt". Het is immers in het gemeenschappelijke belang om, ook in het huidige dynamische medialandschap, een divers en evenwichtig aanbod van publieke en private media aan te bieden.

Uit: Advies van de Raad van State m.b.t. nieuwe Mediawet (19 oktober 2007)

Dat stelt evenwel hoge eisen aan de formulering van de criteria (content), daar alleen hetgeen tot de publieke mediaopdracht gerekend kan worden, in aanmerking komt voor publieke financiering zonder dat sprake is van staatssteun⁵. Dit vereist een geschikte en nauwkeurige omschrijving van de publieke mediaopdracht. (...) De Raad is van oordeel dat deze formulering onvoldoende onderscheidend vermogen heeft voor de afbakening van de publieke mediaopdracht ten opzichte van de activiteiten van de commerciële omroep. (...) Dat zou ertoe kunnen leiden dat de commerciële omroep op (vrijwel) alle terreinen kan worden geconfronteerd met concurrentie van de kant van de publieke omroep. De concurrentievoorwaarden waaronder de publieke omroep en de commerciële omroep opereren, zijn evenwel zeer verschillend. De formulering van de publieke mediaopdracht biedt door zijn ontoereikend onderscheidend vermogen naar het oordeel van de Raad dan ook onvoldoende waarborgen tegen concurrentievervalsing tussen de publieke en de commerciële omroep en tegen overtreding van de Europese staatssteunregels.

Uit: Focus op Functies: uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2004):

In deze benadering kan de borging van publieke belangen ook plaatsvinden binnen het kader van het marktsegment en met gebruikmaking van het marktmechanisme, zoals het stellen van marktconditionerende regels. (...) Bij deze open afweging tussen publieke en private 'voorzieningen' voor het borgen van publieke belangen ontstaat bovendien beter zicht op de mogelijke disfunctionele werking van publieke voorzieningen. Te denken valt hierbij aan marktverstoring, wanneer publiek gefinancierde voorzieningen zich (inmiddels) op eenzelfde wijze op hetzelfde terrein begeven als gewone marktpartijen. Zeker wanneer deze verstoring dynamiek en vernieuwing in de markt afremt, impliceert dit overheidsfalen ook een tekort in mediapolitieke zin, en niet alleen in termen van de economische orde. (pag. 151)

De functiegerichte benadering maakt duidelijk dat publieke belangen niet per definitie vragen om het opzetten of instandhouden van publieke voorzieningen. (...) De zorg voor publieke belangen mag niet worden gelijkgeschakeld met overheidsvoorzieningen. Een ontkoppeling tussen publieke belangen en publieke voorzieningen is gewenst. (pag. 150/151)

De huidige, historisch bepaalde beleidsfixatie van de overheid op de publiek gefinancierde voorzieningen, met name (de inrichting van) de publieke omroep, kan vervallen. De huidige publiek bekostigde instellingen hebben in deze benaderingswijze geen vanzelfsprekende voorrang meer in de beleidsaandacht. (pag. 88)

Juist gezien het grote bereik draagt het commerciële segment van de media in hoge mate bij aan de maatschappelijke en politiekdemocratische meningsvorming en cultuurontwikkeling. (...). Wanneer in de beleidsanalyse meteen de afslag wordt gemaakt naar het publiek bekostigde deel, is er een te smalle basis voor de verdere beleidsvorming. (pag. 89)

-3- De maatschappelijke pluriformiteit is onvoldoende herkenbaar in het aanbod van de publieke omroep. (De rol van de individuele omroepverenigingen moet worden versterkt.)

Uit: De Volkskrant, interview met Jos Campman, directeur Multiculturele Televisie Nederland (18 februari 2010):

De Publieke Omroep in zijn totaliteit schiet tekort. De PO moet programma's maken voor een zo breed mogelijk publiek. Als je merkt dat een groot deel van de Nederlanders, namelijk die van allochtone afkomst, zich niet herkennen in de programma's, ben je fout bezig.

Uit: De Publieke Omroep: het spel, de spelers en het doel, Rapport van de Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep 2004 – 2008:

Bepaalde bevolkingsgroepen of maatschappelijke stromingen worden niet of te weinig bediend. Het huidige systeem van toetreding gebaseerd op omroepidmaatschap waarborgt niet zondermeer dat de beoogde representativiteit tot stand komt. Ook nieuwe spelers dragen daar niet per definitie aan bij. Mensen kunnen tegen geringe vergoeding lid worden van een omroep en zelfs van diverse omroepen tegelijkertijd en sommige omroepen maken gebruik van onorthodoxe middelen om leden te werven (vakantiehuisjes, koppeling met het lidmaatschap van een krant, cadeautjes). (, pag. 17)

Uit: Focus op Functies:

De omroepverenigingen die nu deelhebben aan de Publieke Omroep vormen geen adequate afspiegeling meer van de intussen veel minder overzichtelijk geworden 'pluriformiteit' van de Nederlandse samenleving (Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep 2004; Broeders en Verhoeven 2005; scp 2004; Dommering 2005). Omdat die afspiegeling en representatie eenzijdig gestalte krijgen door middel van ledenbinding¹ (en bijvoorbeeld jongeren heel andere repertoires van betrokkenheid hebben) kunnen er terecht vragen worden gesteld bij de wijze waarop de pluriformiteit in het omroepbestel aansluit bij de pluriformiteit in de samenleving. Ook de neiging om de competitie met het commerciële deel van het medialandschap aan te gaan, heeft de specifieke profilering van belangrijke delen van het door omroepverenigingen aangeboden aanbod onder druk gezet. Het is bovendien vooral een pluriformiteit van aanbieders, die niet meer goed lijkt aan te sluiten bij de hedendaagse pluriformiteit van de vraag. (pag. 160)

De maatschappelijke verankering van de Publieke Omroep komt daarmee in het geding en daarmee staat ook de legitimiteit op het spel. (pag. 161)

-4- Het omroepidmaatschap dient inhoud te krijgen; ledental voldoet niet langer als criterium voor het verkrijgen van een erkenning.

Uit: Focus op Functies:

Aantallen leden kunnen voor identiteit, achterban en maatschappelijke verankering een waardevolle en belangrijke indicatie vormen, maar omdat het werven van leden, voornamelijk onder jongeren, steeds lastiger lijkt te worden, moeten daarvoor ook andere vormen worden verkend. (...) De beoordeling zou in ieder geval niet alleen aan de hand van ledenaantallen moeten plaatsvinden, maar door een 'mandje' van relevante criteria. Het beginsel van een maatschappelijke verankering zal op eigentijdse wijze moeten worden vormgegeven, waardoor beter kan worden aangesloten op de sterk veranderde samenstelling van de Nederlandse bevolking. (...) Het belang van een eigentijdse vormgeving geldt overigens ook voor de publieke verantwoording van de besteding van de toegekende publieke middelen. (pag. 169/170)

Uit: NRC Handelsblad (door Mirjam Keunen en Wubby Luyendijk zaterdag 22 november 2008):

Met snelle wervingsacties en gelegenhedskoopjes hebben de omroepen de jacht geopend op zwevende kijkers. Dat is elke vijf jaar vaste prik- als de zendtijd en het budget opnieuw worden verdeeld op basis van een ledentelling. (...)

Maar blikvangers blijven de welkomstcadeaus. Die moeten origineel zijn (BNN's bierkratkussen), appelleren aan de identiteit of wat daar nog van over is (postzegel met NCRV-coryfeeën) en het allerbelangrijkste: de attentie moet voordelig zijn. Met de attenties richten de omroepen zich op koopjesjagers. Waarom 19,95 uitgeven aan het rijk geïllustreerde kookboek van Rik Felderhof als je dat voor 5,72 bij de NCRV kunt krijgen op voorwaarde dat je 'fan' wordt. Max doet dat met de dubbel-dvd van Andrié Rieu Live die in de winkel 14,95 (exclusief 2 euro verzendkosten) kost. En BNN geeft de allernieuwste Lama's single Lekker Gewoon weg. (...)

De VPRO heeft bijvoorbeeld een grote internetcommunity rond het muziekprogramma 3 voor 12. Dat zijn veel jonge mensen. Maar zij zijn geen lid, want jongeren binden zich nauwelijks aan een omroep, kerk of politieke partij, blijkt uit onderzoek van het Sociaal cultureel Planbureau.

-5- het realiseren van een hoog marktaandeel dient niet langer doel te zijn van de publieke omroep, maar middel. De functie van amusement in het aanbod van de publieke omroep is volledig achterhaald.

Uit: Met het Oog op Morgen, kabinetsvisie op de toekomst van de publieke omroep (24 juni 2005)

Omdat er aldoor meer commercieel aanbod is, kan de publieke omroep zich concentreren op een drietal 'publieke' functies. Dat zijn : 1) nieuws, 2) opinievorming en maatschappelijk debat en 3) cultuur, educatie en andere informatie. Amusement verdwijnt als doel op zich (als functie), maar blijft onmisbaar als vorm (als genre) om de publieke functies te helpen realiseren. (pag. 15)

Uit: Focus op Functies:

De gerichtheid op marktaandelen heeft bovendien geleid tot een type aanbod dat vaak meer lijkt ingegeven door een zorg om 'marktaandelen' dan door een duidelijke visie op de taak en de doelstellingen van de Publieke Omroep. (pas. 161)

Het ruime aanbod van commerciële aanbieders is naar het oordeel van de raad voldoende reden om de noodzaak van een omvattend publiek gefinancierd aanbod in twijfel te trekken. (pag 164)

Uit : De Volkskrant (door columnist Ronald Plasterk, 8 september 2006)

De eerste week van de nieuwe zenderindeling zit erop. Als kijker die primair is geïnteresseerd in nieuws, actualiteiten, achtergronden en discussies, kan ik mijn tv eigenlijk wegdoen. De programmering is erop gericht het kijken onmogelijk te maken. Je ziet de hele avond geen actualiteiten meer. Hoe de omroep werkt is voor een normaal mens niet te snappen maar ergens moet toch iemand achter een bureau zitten die dit heeft bedacht.

-6- Convergentie van media vraagt van de overheid een actieve opstelling om een einde te maken aan de nu nog bestaande verschillen in regelgeving voor aanbieders van dezelfde diensten op verschillende platforms of vanuit verschillende landen.

Uit: Focus op Functies:

Uit de voorbeelden wordt duidelijk dat digitalisering en convergentie ervoor zorgen dat er een vervaging optreedt tussen de verschillende distributiekkanalen en infrastructuren. Maar in het beleid staan die scheidslijnen nog steeds centraal. Zo kan een aanbieder die een televisiekanaal wil opzetten vandaag nog beginnen als hij dit op het internet doet, aangezien hiervoor in de huidige Mediawet geen aparte regels te vinden zijn. Wil dezelfde aanbieder dit echter doen via de ether, dan valt hij wel onder het regime van de Mediawet en zal hij eerst de juiste vergunningen in handen moeten krijgen. (pag. 44)

Dit heeft als gevolg dat het steeds moeilijker wordt om te spreken van 'aanbieders op de televisiemarkt', of 'aanbieders op de telecommunicatiemarkt'. Dit levert weer afstemmingsproblemen op tussen telecommunicatiebeleid en mediabeleid. (pag. 45/46)

-7- De publieke omroep dient zich verre te houden van iedere vorm van commerciële activiteiten. Alle contacten met adverteerders / sponsors lopen via de STER. Nieuwe diensten van de publieke omroep dienen, om marktverstoring te voorkomen te worden onderworpen aan een onafhankelijke markttoets.

Uit: Mededeling van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun op de publieke omroep (2 juli 2009):

52. Zodra de omvang van de publieke taak wordt verruimd tot nieuwe diensten, dient of dienen het besluit of de besluiten inzake omschrijving en toewijzing dienovereenkomstig te worden aangepast, binnen de beperkingen van artikel 86, lid 2.

Uit: Persbericht Europese Commissie, 26 januari 2010 (Ref.nr. IP/10/52):

Voorts hebben de Nederlandse autoriteiten toegezegd dat nieuwe audiovisuele diensten, waaronder betaaldiensten, aan een voorafgaande toetsing zullen worden onderworpen voordat zij als taak aan de publieke omroep worden toegewezen. De Nederlandse autoriteiten zullen erop toezien dat deze voorafgaande toetsing op transparante wijze verloopt. In het kader van deze voorafgaande toetsing zullen belanghebbenden worden gehoord en zullen de markteffecten van de nieuwe audiovisuele diensten worden beoordeeld en afgewogen tegen de waarde van de nieuwe diensten voor de Nederlandse samenleving.