

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Hoge Naarderweg 78 ■■■ 1217 AH Hilversum ■■■
Postbus 1426 ■■■ 1200 BK Hilversum ■■■ cvdm@cvdn.nl ■■■ www.cvdn.nl ■■■
T 035 773 77 00 ■■■ F 035 773 77 99 ■■■

De staatssecretaris van Onderwijs,
Cultuur en Wetenschap
mevrouw J.M. van Bijsterveldt- Vliegthart
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag

1) DGCM
2) MLB

Ministerie van OCW	
E-doc Nr.	
Datum Reg	20-4-2010
Directie	
Ter behandeling aan:	
<input checked="" type="checkbox"/> Advies aan/afdoening door bewindspersoon	
<input type="checkbox"/> Advies aan/afdoening door lid MT-OCW	
<input type="checkbox"/> Afdoening op directieniveau	
<input type="checkbox"/> Ter kennisgeving	
Afdoening voor:	

Datum 27 april 2010
Onderwerp toekomst publieke omroep

Uw kenmerk MLB/M/176.059
Ons kenmerk 20653/2010006108

Contactpersoon Jan Vosselman Bosch
Doorkiesnummer +31 (035) 773 77 09

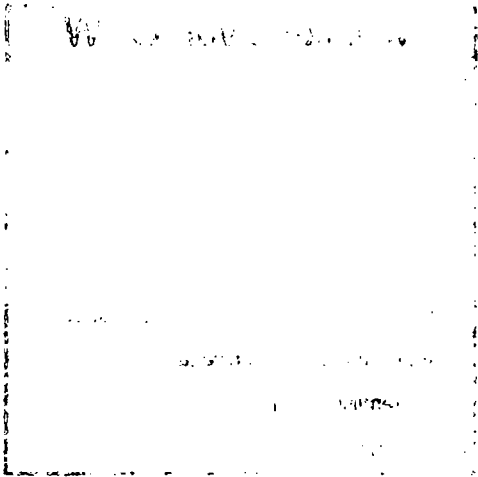
Geachte mevrouw Van Bijsterveldt – Vliegthart,

De voormalige minister van OCW heeft door toezending van een consultatiedocument een groot aantal organisaties en instellingen, waaronder het Commissariaat voor de Media, uitgenodigd om hun visie te geven op de toekomst van de publieke omroep. Het Commissariaat zal in het navolgende enkele aspecten die naar onze mening van belang zijn voor het toekomstig functioneren van de publieke omroep belichten. Wij nemen daarbij de vrijheid om onze reactie niet te laten verlopen langs het stamien dat in het consultatiedocument is aangereikt. De keuze om alleen op enkele hoofdonderwerpen te reageren betekent eveneens dat niet op alle vragen die in het document zijn gesteld een antwoord zal worden gegeven.

Wij stellen allereerst vast dat de consultatie wordt gepresenteerd als een toekomstverkenning. Doorgaans wordt in dergelijke verkenningen een poging gedaan om een periode van tien of wel twintig jaar vooruit te blikken. In het onderhavige geval blijkt te consultatie te dienen als input voor eventuele wetwijzigingen die na 2016 aan de orde zouden kunnen zijn. Het gaat dus om tamelijk nabije toekomst, wat betekent dat er naast de nodige onzekerheden ook al wel het een en ander vast staat. Ervan uitgaande dat dit kalenderjaar met toepassing van artikel 2.19, tweede lid, van de Mediawet 2008 aan de landelijke publieke omroep een concessie zal worden verleend voor een aansluitende periode van tien jaar, is het bijvoorbeeld een feit dat de publieke omroep verzekerd is van de opdracht om tot en met 2020 publiek media-aanbod te verzorgen. Gegeven de beperkte tijdspanne van de verkenning is het eveneens niet waarschijnlijk dat de omroepverenigingen die eind vorig jaar een erkenning hebben gekregen voor een periode van vijf jaar, direct na afloop van de erkenningperiode niet langer een zwaar stempel zouden drukken op de inrichting en het functioneren van het bestel. Het Commissariaat benadert dus de toekomstverkenning met dergelijke zekerheden in het achterhoofd.

Belang publieke omroep

Vertrekpunt van de initiatiefnemer van de consultatie is dat de aanwezigheid van publieke omroep nodig blijft. Dat idee ondersteunen wij van harte. In de informatiemaatschappij waarin wij tegenwoordig leven worden feiten, meningen en interpretaties over de samenleving uitgestort via meer platforms dan ooit te voren. In dit grote aanbod van informatie is er naar onze mening behoefte aan een lichtbaken dat in de informatievoorziening kwaliteit en betrouwbaarheid uitstraalt. De publieke omroep behoort die functie te vervullen en moet daartoe gefaciliteerd worden.



Met een bijdrage van alle Nederlandse huishoudens moeten wij met het oog op onafhankelijke informatievoorziening waarop de democratie drijft een gezaghebbend instituut als de publieke omroep in stand houden. De publieke omroep is voorts de maatschappelijke ontmoetingsplaats bij uitstek. Hij biedt een forum waar groepen Nederlanders elkaar kunnen ontmoeten en het is de plek waar meerderheden en minderheden zich aan de rest van de bevolking kunnen presenteren.

Daarmee is direct gezegd wat wij als de kernwaarden van de publieke omroep zien: een van de commercie en van de overheid onafhankelijke journalistieke organisatie waarop het publiek als vanzelfsprekend vertrouwt. Kwaliteit, betrouwbaarheid, onafhankelijkheid en pluriformiteit zijn wat het Commissariaat betreft ook voor de toekomst de centrale waarden van de publieke omroep.

De publieke omroep heeft zijn wettelijke taakopdracht vertaald in een kernachtige missie: "De publieke omroep is van en voor iedereen. De publieke omroep bindt de Nederlandse samenleving met programma's die informeren, inspireren en amuseren". Wat wij nog missen is een vertaling van deze missie in operationele termen.

Voorts mag het uitgangspunt "van iedereen en voor iedereen" wat het Commissariaat betreft niet betekenen dat er voor de grootste gemene deler een gevarieerd aanbod beschikbaar wordt gesteld. De publieke omroep is ook van en voor minderheden, zodat met hun wensen evenzeer rekening moet worden gehouden. Daarvoor moeten zekerheden worden ingebouwd. Dat kan in de Mediawet, maar ook de prestatieovereenkomst kan de plaats zijn om waarborgen voor minderheidspluriformiteit vast te leggen.

Convergentie

Direct na het uitzetten van de consultatie gaf minister Plasterk een nadere voorzet voor de discussie. *Er was sprake van dat Hilversum "op de schop" zal worden genomen en dat een en ander "zeer pittig" zal worden.* De analyse van de minister luidde dat de stand van de media in zo'n hoog tempo verandert dat aan een grondige wijziging van de werkwijze bij de publieke omroep niet valt te ontkomen. De verwachting is uitgesproken dat door de convergentie van televisie en internet en de mogelijkheden van uitgesteld kijken en ander video on demand het publiek zijn mediaconsumptie naar eigen wens zal gaan inrichten, waardoor het werk van schemabouwers en het nut van zorgvuldig uitgekende sandwich formules aan belang zullen inboeten.

De voorspelling dat convergentie tussen televisie en internet aanstaande is, dateert inmiddels al weer van jaren geleden, maar heeft nog steeds niet plaats gevonden. Hoewel de technische mogelijkheden fors toenemen, blijkt een deel van het publiek in zijn mediagebruik toch conservatiever dan gedacht. Het zijn in het bijzonder jongeren die in toenemende mate anders omgaan met media. Zij oriënteren zich meer en meer op webdiensten en op mobiele ontvangst ten koste van klassieke televisie. Dank zij hen winnen ook sociale media als Hyves, Twitter en Facebook aan betekenis in de maatschappelijke communicatie.

Omdat de voorspellingen over veranderd mediagebruik ten dele gebaseerd zijn op verwachtingen en ten dele op daadwerkelijk waargenomen veranderd mediagebruik verdient het aanbeveling om alvorens beleidsmatige en juridische keuzes te maken voor de periode na 2016 eerst een zorgvuldige analyse te maken op basis van objectief cijfermateriaal. In dat verband is van belang dat de Stichting Kijkonderzoek (SKO) sinds 2008 ook gegevens verzamelt over uitgesteld kijken en dat in 2009 een *samenwerkingsverband met de Stichting Internet Reclame (STIR) is aangegaan om in beeld te brengen in welke mate de verschillende doelgroepen in de Nederlandse samenleving via internet naar de programma's van de publieke omroep en de commerciële omroep kijken.*

Non commercialiteit

Het is algemeen bekend dat de Nederlandse Publieke Omroep verhoudingsgewijs, vergeleken met de publieke omroep in andere lidstaten van de Europese Unie, karig wordt gefinancierd. Zo zijn de inkomsten van de publieke omroep waaruit zijn programmering moet worden betaald per hoofd van de bevolking slechts 50 euro per jaar (2008), waar in andere EU-lidstaten anderhalf tot twee keer zoveel inkomsten voor de publieke omroep beschikbaar is. Vooral het verschil met landen die vaak als beleidsbenchmark voor ons land worden genomen (Duitsland, België, Groot-Brittannië en Scandinavië) is opvallend.

Binnen de EU dreigt de financiering van de publieke omroep in ons land weg te zakken tot in de laagste regionen. Deze omstandigheid is buitengewoon zorgelijk omdat zij op termijn de kwaliteit, onafhankelijkheid en non-commercialiteit van de publieke omroep onder druk zal zetten. Inmiddels is ons land door de karige rijksbekostiging toegegroeid naar een situatie waarin de publieke omroep steeds meer afhankelijk wordt van reclameinkomsten via de STER, inmiddels jaarlijks ongeveer € 200 miljoen. In het afgelopen decennium is de bekostiging uit de algemene middelen verder onder druk komen te staan. Dat bracht beleidsmatig min of meer automatisch met zich mee dat voor compensatie daarvan in eerste aanleg gekeken werd naar uitbreiding van reclameinkomsten. Het consultatiedocument meldt weliswaar dat de mogelijkheden voor reclame begrensd zijn door de Mediawet, maar deze grenzen zijn in de loop der jaren wel steeds verder verlegd. Zo groeide de maximale tijd die aan reclame besteed mag worden van 4,5 procent naar 6 procent en vervolgens naar 10 procent van de totale zendtijd op jaarbasis, *prime time* op televisie meestal oplopend tot twintig procent per uur, het toegestane maximum onder de Europese richtlijn.

De STER heeft zich met dit alles ontwikkeld tot een invloedrijke speler op de reclamemarkt, dit tot zorg van de commerciële omroep en de gedrukte pers die volledig afhankelijk zijn van inkomsten uit commerciële activiteiten. Zij ervaren de concurrentie van de publieke omroep als onrechtvaardig. De concurrentie van de STER is zich de laatste jaren ook gaan manifesteren op andere platforms dan radio en televisie. In toenemende mate zijn reclameboodschappen te vinden op de internetsites van de publieke omroep. Voormalig minister Plasterk heeft in januari van dit jaar aangedrongen op beperking van online advertenties omdat de publieke omroep daarmee in het vaarwater zou komen van kranten.

Het consultatiedocument vraagt om bespiegelingen over de toekomst van de publieke omroep voor de volgende concessieperiode, na 2016. Gegeven het grote belang van kwaliteit, onafhankelijkheid en non-commercialiteit van de publieke omroep acht het Commissariaat het aan te bevelen dat het gemengde financieringssysteem op middellange termijn opnieuw tegen het licht wordt gehouden. De publieke omroep moet kunnen rekenen op een stabiele, ruimhartige financiering. Of dit betekent dat de publieke omroep reclamevrij dan wel reclameluw zou moeten zijn, zou in een uitvoerig maatschappelijk en politiek debat de komende jaren duidelijk moeten kunnen worden. Overigens is in landen als het Verenigd Koninkrijk, België, Duitsland en Zweden al enige tijd sprake van reclamevrije of reclameluwe publieke omroep, terwijl in Frankrijk en Spanje recentelijk is besloten om reclame bij de publieke omroep af te schaffen. Ook ervaringen uit die landen kunnen bij het debat, worden meegewogen. Zo'n discussie kan ook een eind maken aan de zich nu al jaren voortslepende discussie over oneerlijke concurrentie waarin de publieke omroep telkens in een kwaad daglicht komt te staan. In die discussie zou in ieder geval ook de al vaker door verschillende groeperingen geuite wens aan de orde kunnen komen om geen reclameblokken meer te plaatsen rond kinderprogramma's, omdat deze groep kijkers nog geen onderscheid kan zien tussen reclame en het gewone programma.

Als het om non commercialiteit gaat moet ook stil worden gestaan bij de nevenactiviteiten die de publieke omroepen ontplooiën. Lange tijd bestonden die hoofdzakelijk uit het uitgeven van omroepgidsen, maar tegenwoordig begeven de omroepen zich op veel andere terreinen. In webwinkels verkoopt men boeken, cd's en dvd's, er worden merklicenties verleend voor bordspellen, er worden tijdschriften en kalenders op de markt gebracht en er worden theaterproducties gekoppeld aan programma's.

Het Commissariaat toetst of de activiteiten voldoende relatie hebben met de hoofdtak en of de activiteiten worden verricht tegen marktconforme tarieven. Dit laatste ter bescherming van marktpartijen die vergelijkbare producten of diensten aanbieden.

Het verdient aanbeveling om voor de nabije toekomst na te gaan in hoeverre publieke omroepen naast het verrichten van hun hoofdtak de markt mogen betreden met nevenactiviteiten.

Een ander punt van aandacht is dat het verrichten van nevenactiviteiten erg versnipperd plaats vindt. Zo exploiteren alle omroepen hun eigen webwinkel en voeren zij ieder individueel onderhandelingen over het verlenen van merklicenties. De manier waarop in de toekomst de dan nog toegestane nevenactiviteiten worden ontplooid zou centraler in te richten zijn. Wij denken aan een afzonderlijke rechtspersoon waarbinnen alle nevenactiviteiten samen komen. Dit bevordert efficiency en professionaliteit, terwijl er ook adequater kan worden omgegaan met marktverstoringen.

Onderscheidende programmering

Essentieel voor het bestaansrecht van de publieke omroep is dat hij zich in zijn media-aanbod onderscheidt van de commerciële omroepen.

De publieke omroep verkeert daarbij in de bekende spagaat dat aan de ene kant van hem verwacht wordt dat hij relevante kijktijdaandelen en internetbereik realiseert en dat hij aan de andere kant kleinere doelgroepen moet aanspreken en ook aandacht moet besteden aan kunst en cultuuruitingen die doorgaans geen groot publiek trekken.

Commerciële omroepen hebben geopperd dat bepaalde programmaformats net zo goed door hen uitgezonden zouden kunnen worden. De visitatiecommissie signaleerde dat een omroepvereniging als de TROS een programmering hanteert die hier en daar wel erg dicht tegen die van de commerciële omroep aan ligt. Dit soort geluiden legt op de publieke omroep de verantwoordelijkheid om haar *public value* nadrukkelijk te bewaken en duidelijk te maken. Voor de legitimatie van de publieke omroep in de toekomst moet de vraag worden beantwoord welke programmasoorten eigenlijk niet in het bestel thuis horen.

Bij het verzorgen van onderscheidend media-aanbod hoort ook dat de kijkers van het aanbod van hun keuze kennis kunnen nemen op tijdstippen die er toe doen. De publieke omroep zou er goed aan doen voor de toekomst beleid te ontwikkelen voor een evenwichtige verdeling van de uren in prime time over de verschillende genres en doelgroepen. Dergelijk beleid is zeker van belang zolang grote delen van het publiek nog geen toegang hebben tot de digitale (thema)kanalen waarop nicheprogrammering een plaats kan krijgen.

Overheidsbemoeyenis

Een belangrijk motief voor de instelling van het Commissariaat voor de Media was de wens om de bemoeyenis van de politiek met het dagelijks reilen en zeilen van de publieke omroep in te perken. In de praktijk zijn we echter inmiddels toegegroeid naar een situatie waarin de politiek zich weer intensief bemoeit met de programmering van de publieke omroep. De politiek behoort zich naar ons oordeel bezig te houden met de brede kaders waarbinnen de omroep zijn taak uitvoert en niet met inhoudelijke aspecten, zoals de vraag of bepaalde programma's al dan niet gecontinueerd moeten worden of op welk tijdstip zij worden uitgezonden. Het Commissariaat zal zich daarin overigens evenmin mengen, want dergelijke afwegingen behoren tot de autonomie van de omroepen. Bij komende wetwijzigingen zou het destijds ingenomen standpunt over depolitiseren van de publieke omroep en de rolverdeling tussen omroep, politiek en het Commissariaat als onafhankelijke toezichthouder nog eens expliciet herbevestigd kunnen worden.

De centrale overheid dient in wetgeving heldere kaders te scheppen en een duidelijke taakopdracht te formuleren. De publieke omroep en de minister maken over de uitvoering van die taak afspraken in de prestatieovereenkomst. Als die prestatieafspraken worden nagekomen zal de overheid een concessie, erkenningen en bijbehorend budget verlenen. Daarmee houdt de bemoeyenis van de politiek op. De dagelijkse controle op wat zich bij de publieke omroep voordoet, moet naar onze mening overgelaten worden aan het Commissariaat. De reikwijdte van die controlerende taak is wettelijk vastgelegd, teneinde de programmatische autonomie van de omroep te garanderen.

Ook de afschaffing van de inhoudelijke programmavoorschriften met minimum percentages voor cultuur, kunst, informatie en educatie en een minimum percentage voor verstrooiing heeft onbedoeld overheidsbemoeyenis dichterbij gebracht. De voorschriften zijn vervangen door de hierboven genoemde prestatieovereenkomst, die wordt gesloten tussen de minister en de publieke omroep. De omroep heeft zich laten verleiden tot het maken van tientallen afspraken waarin op detail niveau is vastgelegd hoeveel uur of hoeveel programmaonderdelen zullen worden uitgezonden in de verschillende genres. Het Commissariaat heeft al eerder opgemerkt dat door dergelijke gedetailleerde afspraken de omroep zich op de grens begeeft van het uit handen geven van de wettelijk vastgelegde programmatische autonomie. Voor de toekomst achten wij het daarom van belang dat de prestatieovereenkomst binnen veel bredere kaders wordt gesloten teneinde de onafhankelijkheid van de omroep ten opzichte van de overheid zeker te stellen.

Nieuwe media en samenwerking

De publieke omroep heeft een voortrekkersrol op zich genomen op het gebied van het ontwikkelen van digitale platforms. Dat is te waarderen en verdere ontwikkeling van de ambities van de publieke omroep verdient stimulering. Terugdringen van de publieke omroep op internet en op de markt van mobiele ontvangst waar private partijen regelmatig voor pleiten zou tot kapitaalvernietiging leiden. Voor Nederlandse ambities die gericht zijn op het ontwikkelen van de kenniseconomie is het bovendien goed als er een stabiele, betrouwbare partij is die met gevoel voor journalistieke kwaliteit het voortouw blijft nemen bij het toepassen van nieuwe media in de praktijk. Hierboven kwam al aan de orde dat met name voor jongeren het gebruik van sociale media een steeds belangrijkere rol gaat spelen. Deze ontwikkeling biedt voor de publieke omroep kansen om in te spelen op veranderd mediagebruik en zodoende jongeren en minderheden aan zich te binden.

Het innemen van een plaats in de voorhoede moet er overigens niet toe leiden dat er onvoldoende ruimte over blijft voor commerciële initiatieven. De publieke omroep dient eerlijke concurrentieverhoudingen in acht te nemen.

Samenwerking met private partijen is overigens wenselijk naar de mening van het Commissariaat. Vorig jaar is na het verschijnen van het rapport van de commissie Brinkman veel gesproken over de voordelen van publiek private samenwerking tussen de publieke omroep en uitgevers van dagbladen. Met name bij internetactiviteiten zouden kansen liggen voor vruchtbare samenwerking waarvan beide partijen profijt kunnen hebben. Het Commissariaat constateert echter dat er veel gesproken wordt, maar dat concrete plannen voor samenwerking nog maar sporadisch worden gepresenteerd. Het Commissariaat heeft bereidheid getoond om door aanpassing van beleidsregels samenwerking te bevorderen, maar dat is kennelijk nog niet voldoende. Om partijen over de streep te trekken, en dan gaat het in het bijzonder om de private partijen, is het waard te onderzoeken of aanpassing van de Mediawet wellicht soelaas kan bieden.

Organisatie

Direct na de start van de consultatieronde begon de discussie over de inrichting van het publieke bestel na 2016. De voorzitter van de raad van bestuur van de NPO bepleitte bijvoorbeeld het terugbrengen van het aantal omroepen van 24 naar 15. Een en ander zou bewerkstelligd moeten worden door fusies. Het Commissariaat acht het niet opportuun om over de interne organisatie van de publieke omroep uitspraken te doen.

Een uitzondering maken wij voor de organisatie van de omroepen op religieuze en levensbeschouwelijke grondslag, de zogeheten 2.42 omroepen. Met deze omroepen heeft het Commissariaat speciale bemoeienis, omdat wij eens in de vijf jaar beslissen op de aanvragen voor een aanwijzing als media-instelling. Daarnaast is het Commissariaat nauw bij de 2.42 omroepen betrokken, omdat zich daar met regelmaat incidenten voordoen die ingrijpen van de toezichthouder nodig maken. Het Commissariaat is van oordeel dat de omroepen op de kortst mogelijke termijn gebruik moeten gaan maken van gezamenlijke faciliteiten in een centrale back office. Als dit niet te realiseren is in de komende jaren dienen wettelijke voorzieningen te worden getroffen voor de aanwijzingsperiode na 2015.

Voorts zijn ingrijpendere wijzigingen in het systeem te overwegen. Te denken valt aan een model van één overkoepelende organisatie voor de beheersmatige aspecten van het proces, waardoor de kerkgenootschappen en de genootschappen op geestelijke grondslag zich volledig kunnen concentreren op het verzorgen van media-aanbod, daarin bijgestaan door een programmaraad en een centrale raad van toezicht voor beheersmatige zaken.

Bij een verdergaande hervorming zou naar de mening van het Commissariaat de vraag aan de orde kunnen komen of het wel gerechtvaardigd is om ten behoeve van een bepaalde religie of levensbeschouwing een genootschap aan te wijzen voor de verzorging van media-aanbod als er al een omroepvereniging is die vanuit dezelfde religieuze of levensbeschouwelijke overtuiging een plaats in het bestel heeft verkregen. De omroepvereniging zou in die situatie een podium kunnen bieden, zodat niet zoals nu voor bijvoorbeeld het protestantisme vier instellingen met grosso modo dezelfde achtergrond een beroep doen op zendtijd en financiële middelen.

Toezicht

Vanzelfsprekend wil het Commissariaat ook stil staan bij de toekomstige inrichting van het toezicht op de publieke omroep. Dat onafhankelijk toezicht ook na 2016 nodig zal zijn staat voor ons buiten kijf, al was het maar vanwege de eisen die de Europese Commissie dienaangaande stelt. Wij voorzien dat het toezicht zich in toenemende mate zal toespitsen op rechtmatige en doelmatige besteding van publieke middelen. Tot nu toe ligt de focus in het financiële toezicht op rechtmatigheid. Uitbreiding van de taken van het Commissariaat op het gebied van doelmatigheid is zeker te overwegen. Momenteel is al een verschuiving zichtbaar van het programmatoezicht dat is gericht op wat er op het scherm te zien is naar toezicht waarin de focus ligt op wat er achter de schermen gebeurt. Een manco dat zich in het bijzonder in het financiële toezicht doet gevoelen, is dat het Commissariaat bij misstanden die aan het licht komen vaak pas achteraf kan reageren met sancties in de vorm van administratieve boetes. Dat voelt onbevredigend aan omdat het leed dan al is geschied en publiek geld is weggelekt. Om dergelijke situaties te voorkomen heeft het Commissariaat behoefte aan wettelijke voorzieningen die het mogelijk maken om tijdiger en slagvaardiger op te kunnen treden. Verder verdient het aanbeveling de verdeling van bevoegdheden tussen het Commissariaat, de raad van bestuur van de NPO en de Commissie Integriteit Publieke Omroep (CIPO) nader te beschouwen. In voorkomende gevallen kan het in de ogen van het Commissariaat nodig zijn de bevoorschotting van een omroep op te schorten.

Omdat het Commissariaat alleen fungeert als doorgeefluik van financiële middelen en de verdeling van het budget in de vorm van maandelijkse voorschotten geschiedt door de NPO heeft het Commissariaat altijd de medewerking van de NPO nodig. Dit bevordert niet de slagvaardigheid, zodat wetwijziging op dit punt is aan te bevelen.

De relatie tussen het Commissariaat en CIPO is enigermate diffuus. De grenzen tussen de onderscheiden taakgebieden zijn niet altijd even helder en regelmatig is het aftasten om te voorkomen dat de twee toezichthoudende instanties in elkaars vaarwater terecht komen.

Wetgeving voor de periode na 2015 zou meer centralisering van het toezicht kunnen regelen.

Het thema van convergentie zoals dat hierboven aan de orde kwam speelt overigens niet alleen als het gaat om samensmelting van platforms waarover content wordt verspreid, maar ook op het gebied van toezicht. Zo luidde de eerste concrete aanbeveling die de WRR in zijn in december 2004 verschenen rapport Focus op Functies presenteerde dat er moet worden voorzien in onafhankelijke, openbare, periodieke en crossmediale monitoring van de pluraliteit van aanbieders en de pluriformiteit van het aanbod, in het bijzonder op het gebied van de onafhankelijke en kwalitatief hoogwaardige voorziening van nieuws en actualiteiten. Volgens de raad kan de toezichthoudende taak het best worden ondergebracht bij een nieuwe toezichthouder voor de hele mediasector. Daarbij wordt gedacht aan samenvoeging van (delen van) OPTA, het Commissariaat voor de Media en de NMa. In 2008 heeft vervolgens op instigatie van het ministerie van Economische Zaken een verkenning plaats gevonden naar de inrichting van het markttoezicht. De uitkomst daarvan was dat samenvoeging als hiervoor bedoeld te weinig synergie oplevert en daarenboven op veel praktische bezwaren stuit. Het Commissariaat sluit zich bij die conclusie aan. Toezicht op de publieke omroep vereist deskundigheid en sensibiliteit op het gebied van de inhoud van het aanbod, wat iets heel anders is dan mededingingstoezicht of op de techniek gericht toezicht. Ook na 2016 zien wij derhalve voor onszelf een duidelijke rol als sectorspecifieke toezichthouder.

Hoogachtend,
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,

prof. dr. Tineke Bahlmann
voorzitter

prof. dr. Jan van Cuilenburg
commissaris