

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



**1. ALGEMEEN: DE ECONOMISCHE, SOCIAAL-MAATSCHAPPELIJKE EN JURIDISCHE  
WIJZIGINGEN IN HET AUDIOVISUELE MEDIALANDSCHAP EN ZIJN IMPLICATIES  
VOOR DE OMROEPMEDEDELING VAN 2001.**

***1.1. Sinds 2001 zijn er in de publieke-omroepsector een aanzienlijk aantal juridische ontwikkelingen geweest: de goedkeuring van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten, de goedkeuring van de beschikking en de kaderregeling over de betaling van compensaties en de beschikkingspraktijk van de Commissie. Moet de omroepmededeling volgens u worden aangepast in het licht van deze ontwikkelingen? Of vindt u juist dat deze ontwikkelingen niet rechtvaardigen dat een nieuwe tekst wordt goedgekeurd?***

In 2001 heeft de Commissie een omroepmededeling uitgevaardigd om haar toekomstige aanpak van de hangende staatssteundossiers in de publieke omroepsector aan te kunnen pakken. In wezen is de omroepmededeling dan ook een beleidsinstrument van de Europese Commissie waarin zij haar interpretatie van het regelgevend kader bekend maakte.

Ten tijde van de totstandkoming van de omroepmededeling in 2001 was de Commissie zich ten volle bewust van de snelheid waarmee de sector evolueerde en zou evolueren in het licht van de technologische ontwikkelingen en dat dit logischerwijs ook zijn consequenties zou hebben voor de wijze waarop de lidstaten de publieke omroepopdracht zouden omschrijven. Het **evolutief gegeven** van de opdracht werd in de mededeling dan ook beaamd. Het is trouwens ook geen toeval dat zowel op internationaal niveau als op nationaal<sup>1</sup> niveau dit evolutief gegeven als belangrijk kenmerk van de publieke omroepopdracht is erkend. Dit gegeven ligt ook ten grondslag aan het Protocol van Amsterdam, immers ten tijde van het totstandkomen van het protocol waren publieke omroepen in Europa al volop actief met internetdiensten. Hetzelfde evoluerende karakter is terug te vinden in de door de Raad en het Europees Parlement en de Raad van Europa aangenomen resoluties over de publieke omroep<sup>2</sup>.

Daarnaast was de Commissie er zich ook van bewust dat de wijze waarop het publieke omroepbestel in de diverse lidstaten wordt georganiseerd en gefinancierd sterk uiteenloopt en dat de mededeling **slechts een kader** kon vormen, maar dat in elk geval ruimte moest worden gelaten voor een **case-by-case** benadering van de concrete staatssteundossiers in deze sector. Gezien het aantal beslissingen die er sinds de totstandkoming van de mededeling zijn genomen, heeft deze aanpak zijn vruchten afgeworpen en ziet het er naar uit dat deze ook voor de toekomst een nuttige aanpak vormt.

**De uitvaardiging van de richtlijn audiovisuele mediadiensten, de beslissing en kaderregeling inzake compensatiebetalingen zijn op zich belangrijke juridische verwezenlijkingen, maar ten gronde staan zij juridisch gezien volledig los van de omroepmededeling van 2001.**

Immers de richtlijn audiovisuele mediadiensten is net zoals zijn voorganger, de richtlijn televisie zonder grenzen, geenszins bepalend geweest voor de wijze waarop de lidstaten de

<sup>1</sup> Zie recente arrest Duitse Bundesverfassungsgericht 11 september 2007.

<sup>2</sup> Zie o.a. Council of Europe, 31 January 2007, Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content; Resolutie van de Raad van 25 januari 1999 betreffende de publieke omroep, P.B., 1999, C30/1 .

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



publieke omroepopdracht hebben gedefinieerd. In Vlaanderen en Nederland, maar ook in andere lidstaten van de Europese Unie, is de publieke omroepopdracht (thans en in het verleden) breder dan de diensten die geïmplementeerd worden door de richtlijnen [denk bv. aan radio, maar ook aan niet-lineaire audio en audiovisuele diensten (bv. 'uitzending gemist', 'net gemist') of interactieve applicaties (bv. de 'rode knop', gaming-applicaties) die niet gevat zijn door de enge definitie van de richtlijnen<sup>3</sup>]. Dit is ook niet verwonderlijk, gezien de richtlijnen louter bedoeld zijn een zekere harmonisatie teweeg te brengen in het vrije dienstenverkeer. Tegelijkertijd streven deze richtlijnen geheel andere doelstellingen na. De richtlijnen concentreren zich op onder andere bescherming van de kijker tegen schadelijke inhoud, bescherming van de lichamelijke, geestelijke en zedelijke ontwikkeling van minderjarigen, scheiding van redactionele inhoud en reclameboodschappen en het recht op wederhoor.

De finaliteit van de lidstaten bij de omschrijving van de publieke omroepopdracht overstijgt deze aspecten, aangezien het een politieke keuze betreft die in de bewoordingen van het Amsterdam Protocol rechtstreeks verband houdt met de culturele, maatschappelijke, en sociale behoeften van de samenleving en die ook verband houdt met de noodzaak aan pluralistische media.

De openbare omroepsector is specifiek van het toepassingsgebied van de kaderregeling over compensatie voor de openbare dienst uitgesloten. De kaderregeling kan als dusdanig dan ook geen impact hebben op de regelgeving m.b.t. openbare omroepen. (zie tevens antwoord op vraag 2.1)

De beschikkingspraktijk van de Commissie van de afgelopen jaren zelf, is veeleer een voortvloeisel van de mededeling waarbinnen de Commissie de aangekondigde case-by-case benadering heeft toegepast omwille van de specificiteit van de nationale situatie. Het kan evenwel niet de bedoeling zijn om deze aan een aantal nationale situaties specifiek aangepaste maatregelen/principes alsnog te verheffen tot algemene regels op Europees communautair niveau die van toepassing dienen te zijn op alle lidstaten. Hiermee zou de initiële opzet van de omroepmededeling precies worden gefnuikt en via een achterdeur de betekenis van het Amsterdam Protocol worden omzeild. Trouwens in een aantal dossiers aangaande bestaande steun werden door de lidstaten soms concessies gedaan aan de Europese Commissie die strikt genomen niet juridisch afdwingbaar zijn op basis van het gemeenschapsrecht (vb. public value test in Duitse zaak).

Wij zijn van oordeel dat de huidige omroepmededeling nog afdoende up-to-date is en er geen noodzaak is tot aanpassing ervan. Meer nog, dat een verdere specificering ervan net de flexibiliteit van de Europese Commissie bij het beoordelen van individuele staatssteundossiers kan verminderen of uitsluiten terwijl een dergelijke flexibiliteit precies broodnodig is om de bijzonder uiteenlopende nationale publieke omroepbestellen te beoordelen. Hier willen wij ook wijzen op het voor Europa essentiële oordeel van het Bundesverfassungsgericht van 11 september 2007. De benadering van de Europese Commissie in diverse zaken en de wijze van vraagstelling bij deze consultatie staan op gespannen voet met dit oordeel. Het Bundesverfassungsgericht geeft aan dat publieke omroep een open en dynamisch begrip is dat met zijn tijd mee behoort te evolueren en waarvoor volledige 'Staatsferne' en 'Programmautonomie' geldt. De benadering door de Commissie lijkt deze twee basisprincipes ten koste te laten gaan van 'marktwerking' waartoe het Protocol van Amsterdam echter geen ruimte voor biedt.

<sup>3</sup> Weliswaar vallen niet lineaire audiovisuele mediadiensten wel onder het toepassingsgebied van de nieuwe richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Dit was evenwel niet het geval voor de huidige toepasselijke richtlijn Televisie zonder grenzen.

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



Bovendien maakt een aantal van de in de huidige consultatie opgeworpen problematieken het voorwerp uit van een gerechtelijke procedure bij het Gerecht van eerste aanleg en rijst dan ook de vraag of de huidige consultatie op dit ogenblik überhaupt zinvol is. Dit aspect wordt evenzeer opgeworpen in de door het geachte lid van het Europees Parlement, de heer E. Meijer (GUE/NGL, SP NL) op 14 februari 2008 gestelde vragen aan de Europese Commissie aangaande de onderhavige consultatie.

**1.2. Hoe zou u de huidige concurrentiesituatie van de verschillende spelers in de sector audiovisuele media beschrijven? Geef, voor zover beschikbaar, de relevante gegevens over bv. leidende spelers, marktaandelen, evolutie van de marktaandelen op de omroep-/reclame-/andere relevante markten.**

Zie antwoord vraag 1.3.

**1.3. Wat zijn volgens u de waarschijnlijke ontwikkelingen en waar situeren zich in de toekomst volgens u de belangrijkste uitdagingen voor deze sector? Vindt u dat de bestaande regels nog geldig blijven in het licht van de ontwikkelingen of acht u aanpassingen noodzakelijk?**

De mediemarkt is sterk geëvolueerd sinds 2001 en deze trend zal zich ook in de komende jaren doorzetten. Daarbij wensen wij volgende (toekomstige) evoluties of uitdagingen aan de Europese Commissie te signaleren die een wezenlijke impact zullen hebben op de toekomst van de publieke omroepen en waarmee de Commissie dan ook ongetwijfeld in haar beschikkingspraktijk geconfronteerd zal worden.

- *Gewijzigde behoeftes van de mediagebruiker*

De behoeftes van de mediagebruiker zijn sinds 2001 geëvolueerd onder invloed van de mogelijkheden die de nieuwe mediatoepassingen bieden.

In 2005 werd door de studiedienst van VRT een grondig publieksonderzoek daaromtrent georganiseerd m.b.t. de **Vlaamse markt**. Het doel van dit onderzoek was te kijken in hoeverre algemene menselijke behoeftes (zoals nieuwsbehoefte, sociaal contact, ontspanning ...) vertaald worden in specifieke mediabehoeftes en welke verschillende media hier het best op inspelen. Daarnaast onderzocht men ook de relatie van het mediagebruik met de tijdsbesteding van de mediagebruiker. Media werden binnen deze studie heel breed bestudeerd: van klassieke radio en televisie over tijdschriften, magazines, tot internet, mp3 (i-pod) en gaming. De studie kreeg de titel '**Driehoek**', het samengaan van (media)behoeften (*wat*), tijdsbesteding (*wanneer*) en mediagebruik (*hoe*) en werd internationaal geïnterpreteerd op o.m. het Esomar-congres van 2005 in Shangai .

Uit de studie kwam naar voor dat het mediagebruik stijgt en de mediagebruiker een grotere diversiteit aan media gebruikt. Het gedrag van de mediagebruiker wijzigt door de mogelijkheid die hij meer en meer krijgt om zelf te kunnen bepalen welk aanbod hij waar en wanneer consumeert. Afhankelijk van zijn tijdsbesteding en mediabehoefte, wil de mediagebruiker ook veel meer dan vroeger de mogelijkheid krijgen om media in een continuüm te beleven: gemeenschappelijk, individueel of eerder begeleidend tijdens andere

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



activiteiten. Deze vormen van beleving vloeien vlot in elkaar over ondermeer dankzij de multifunctionele apparaten.

Het onderzoek maakte duidelijk dat de klassieke media (radio en TV) zeer belangrijke media blijven, maar dat zij voortaan hun plaats zullen moeten delen met nieuwe media.

Radio en televisie vervullen nog altijd een belangrijke rol bij de invulling van zowat alle relevante mediabehoeften, maar zij worden, in vergelijking met nieuwe media, minder geschikt bevonden voor het invullen van de zogenaamde individuele mediabehoeften zoals media raadplegen om te ontdekken, kennis te verwerven of zich te onderscheiden. Daarnaast weten de nieuwe media het publiek op een veel snellere manier te bereiken dan radio en televisie.

Radio en televisie worden door de Vlamingen (jong en oud) vooral gepercipieerd als sociale media met een sterk onspannende en verbindende functie. Bovendien fungeren zij als gidsen die een sterke binding tussen het individu en de buitenwereld tot stand kunnen brengen. Televisie informeert, helpt mensen hun leven te structureren en fungeert als een venster op de wereld. Radio draagt bovendien meer vitaliteit en mogelijkheden tot individualiteit en eigenzinnigheid in zich dan televisie.

Zowel televisie als radio worden ook nog altijd gebruikt als middel tot individuele ontplooiing en groei. Maar vooral jongeren richten zich voor de invulling van deze laatste mediabehoeften steeds meer tot de digitale media (meer controle, grotere keuze, sneller, interactief, mobiel of draadloos).

Deze onderzoeksresultaten hebben uiteraard hun implicatie gehad op de opdrachtomschrijving van VRT onder de nieuwe beheersovereenkomst 2007-2011. Immers uit dit onderzoek kon duidelijk worden afgeleid dat de bestaande netten van televisie en radio van VRT zich moesten uitbreiden tot de nieuwe media opdat ze hun onderscheidende rol in termen van bekwaamheid, verdieping en meerwaarde zouden kunnen verankeren. Indien dit niet werd gedaan, zouden in de toekomst deze basisfuncties steeds meer los gezien worden van het aanbod van de VRT. Driehoek toonde ook aan dat de digitale media de enige weg zijn om de opdracht van VRT wat het doelgroepspecifiek en thematisch aanbod betreft compleet in te vullen. De VRT zal zijn doelgroepspecifiek en thematisch aanbod in de klassieke media moeten aanvullen en uitbreiden met een nieuwe, digitale poot.

In **Nederland** zien we deze evolutie al gebeuren door de wijze waarop het publiek omgaat met diensten als omroep.nl (en de overige websites van de Publieke Omroep), door Uitzending Gemist (programma's on demand terug kijken via internet en digitale televisie) en themakanalen (ontsloten via digitale televisie en Nederland4.nl). Nederland kent niet alleen een hoge penetratie van kabeltelevisie, maar vergeleken met omringende landen ook van toegang tot breedband internet. Dit heeft er toe geleid dat de evolutie van mediabehoeften versneld plaats vindt.

In 2008 organiseert de afdeling Kijk- en Luister Onderzoek van NPO daarom een vergelijkbaar onderzoek als 'Driehoek', om ook in Nederland inzichten in tijdbesteding en daarbinnen meer bijzonder mediagedrag en contentafname te koppelen aan inzichten over behoeften onder de Nederlander. We hopen daarmee aanvullende inzichten te krijgen die aansluiten bij de specifieke Nederlandse situatie, maar verwachten dat die vergelijkbaar zijn met de Vlaamse situatie.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



In Nederland zullen de onderzoeksresultaten gebruikt worden bij het opstellen van het volgende Concessiebeleidsplan 2011-2020. Zowel de visie op het Nederlandse medialandschap en het publiek, als de strategie van de Publieke Omroep zullen daarop worden afgestemd

Ook voor de toekomst zal, indien de publieke omroep aansluiting bij zijn publiek wenst te behouden, het belangrijk zijn dat hij aan de gewijzigde mediabehoefes van de mediagebruiker tegemoet kan komen en daar is waar het publiek is ongeacht de technische verspreidingswijze. Die mediabehoefes kunnen variëren gaande van de nood om grondige journalistieke informatie te ontvangen tot amusement ter ontspanning.<sup>4</sup> Indien de lidstaten bij de omschrijving van de publieke omroepopdracht beperkt zouden worden m.b.t. “nieuwe mediatoeepassingen”, dan zal de publieke omroep zijn rol als betrouwbaar en onafhankelijk baken niet langer kunnen vervullen.

- *Ontstaan van internationale mediagroepen en de nieuwe rol van distributeurs in gevolge convergentie*

De consolidatie in de televisiemarkt heeft geleid tot het ontstaan van een aantal grootschalige internationale mediagroepen. Recent voorbeeld daarvan is de merger van de SBS groep met Prosieben. Deze mediagroepen hebben belangrijke marktmacht, kunnen genieten van schaalvoordelen en zijn in staat op gebundelde wijze uitzendrechten op content te verwerven voor die territoria waarin zij actief zijn.

De overgang naar digitale televisie heeft netwerkoperatoren, zoals kabelexploitanten en telecomoperators de mogelijkheid gegeven hun activiteit van loutere technische distributeur van content uit te breiden naar de rol van aggregator van content, contentprovider en soms producent van content. Ofschoon dit vandaag reeds in bescheiden mate het geval is, zullen zij zeker voor Vlaanderen tegen medio 2010<sup>5</sup> volwaardige omroepen zijn die door middel van lineaire en niet lineaire content onder hun eigen merken en contentpakketten in competitie treden met de bestaande publieke en commerciële omroepen.

Vaak zijn deze netwerkoperatoren kapitaalkrachtige ondernemingen (vaak behorende tot grote internationale kapitaalkrachtige groepen) die daarenboven ook belangrijke concurrentiële voordelen zullen genieten bij het ontplooiën van hun omroepactiviteiten. Immers door middel van hun set top box zullen zij zowel de GUI (Graphic User Interface) als de EPG (Electronic Programming Guide) controleren, waardoor zij de facto de toegang van consumenten tot digitale content zullen controleren. Hun sterke kapitaalkracht maakt hen ook een belangrijke concurrent voor de verwerving van uitzendrechten op content (ook met betrekking tot content die voor de publieke omroep juist van groot belang is ter uitvoering van de publieke omroepopdracht.)

<sup>4</sup> Dit werd ook bevestigd in een recente aanbeveling van de Raad van Europa. (Council of Europe, 31 January 2007, Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content.

<sup>5</sup> De huidige penetratiegraad van digitale TV in Vlaanderen bedraagt ongeveer 20% (d.w.z. 500.000 digitale vs. 2.000.000 analoge gezinnen). Verwacht wordt dat tegen 2010 deze 60% zal bedragen

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



Beide evoluties maken dat de verwerving van uitzendrechten op interessante content voor de publieke omroepen, die qua financiële draagkracht en marktmacht kleine spelers zullen zijn, steeds moeilijker zal worden.

- *Groter afhankelijkheid van publieke omroepen ten aanzien van netwerkoperatoren voor de distributie van hun content.*

Nog meer dan in het verleden zullen de publieke omroepen zelf steeds minder de rol van distributeur vervullen (ook omwille van de exponentiële groei van de technologische distributiewijzen), en zullen zij voor de verspreiding van hun aanbod steeds meer aangewezen zijn op commerciële partijen zoals kabel-, satelliet- en telecomoperatoren. Binnen hun businessmodellen zullen publieke omroepen distributiecapaciteit moeten verwerven.

De publieke omroepen zullen dan ook genoodzaakt zijn om de businessmodellen van de netwerkoperatoren meer en meer te ondergaan. Dit kan onder meer tot gevolg hebben dat het aantal betaaldiensten voor publieke omroepcontent zal toenemen.

- *Informatie over gebruikerprofielen mediagebruikers wordt steeds belangrijker*

Mediagebruikers wensen steeds meer content die op hun maat is gemaakt en deze te ontvangen op het voor hen meest in aanmerking komende technische platform. Maar ook adverteerders/sponsors wensen hun commerciële communicatie steeds gericht te voeren. Het zullen evenwel louter de netwerkoperatoren die een klantrelatie hebben met de eindgebruiker, die over de nodige informatie m.b.t. mediagebruik van hun klanten zullen beschikken en dan ook kunnen aanwenden voor eigen commerciële doeleinden. Hierdoor genieten zij ook op dit punt een concurrentieel voordeel.

De hierboven gesignaleerde tendensen en uitdagingen noodzaken evenwel geen aanpassing van de omroepmededeling. Meer nog, de mediamarkt zal ongetwijfeld ook in de toekomst evolueren en het is belangrijk dat de huidige flexibiliteit van de omroepmededeling bewaard blijft. Het risico dat marktverschillen sneller evolueren dan de regelgeving is bijzonder groot. Een dergelijke situatie dient in ieder geval te worden vermeden ten einde de dynamiek van het publieke omroepbestel in de Europese Unie niet te fnuiken.

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



**2. VERENIGBAARHEIDSTOETS OP GROND VAN ARTIKEL 86, LID 2, VAN HET EG-VERDRAG, IN SAMENHANG MET DE OMROEPMEDEDELING**

**2.1. Coherentie met de beschikking van de Commissie en de kaderregeling overcompensatie voor de openbare dienst<sup>5</sup>**

**2.1.1. *Vindt u dat (ten minste een deel van) de voorwaarden uit de beschikkingen de kaderregeling over compensaties voor de openbare dienst in de herziene omroepmededeling al dan niet moeten worden opgenomen? Leg ook uit waarom.***

Zoals reeds aangegeven in het antwoord op vraag 1.1. heeft de kaderregeling geen impact op de openbare omroepsector aangezien de omroepsector specifiek van haar toepassingsgebied is uitgesloten.

De openbare omroepsector kan daarentegen slechts onderworpen zijn aan regels die rekening houden met de specificiteit van deze sector (o.a. het specifiek juridisch statuut van de openbare omroepopdracht erkend in het Protocol van Amsterdam). (zie tevens antwoord op vragen 2.5.3., 2.6.1, 2.6.2 en 2.6.6.)

**2.1.2. *Heeft u op de vorige vraag ja geantwoord, geef dan aan welke voorwaarden moeten worden opgenomen. Leg ook uit welke aanpassingen u voor de omroepsector passend acht (zie ook de volgende vragen, met name die over overcompensatie, in punt 2.6).***

-

**2.2. Omschrijving van de openbare opdracht**

**2.2.1. *Geef hier informatie over de omschrijving van de openbare opdracht in uw land, met name wat betreft activiteiten op het gebied van nieuwe media***

Zie **bijlage 1** (voor Vlaanderen) en **bijlage 2** (voor Nederland)

**2.2.2. *Vindt u dat het onderscheid tussen activiteiten in het kader van de openbare dienst en andere activiteiten verder moet worden verduidelijkt? Zo ja, welke maatregelen zouden verduidelijkend kunnen zijn (bv. de lidstaat stelt een lijst met voorbeelden op van commerciële activiteiten die niet tot de openbare opdracht behoren)?***

Dat van de lidstaten een zo precies mogelijke omschrijving van de publieke omroepopdracht wordt gevraagd, is een terechte eis. Zowel de Vlaamse als de Nederlandse overheid hebben in hun respectieve wet- en regelgeving hieraan omvattend gehoor gegeven. Echter de inhoudelijke omschrijving en de wijze waarop dit gebeurt (aan de hand van een positieve en negatieve lijst, aan de hand van een conceptuele invulling van de opdracht e.d.m.), is een

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



exclusieve bevoegdheid van de lidstaten en vanwege het Protocol van Amsterdam uitdrukkelijk niet van de Europese Gemeenschap.

De lidstaten zullen bij deze omschrijving van de opdracht evenwel rekening dienen te houden met de redactionele autonomie en institutionele onafhankelijkheid van de publieke omroepen<sup>6</sup>. Omwille van deze beginselen, is de wijze waarop de opdracht wordt omschreven in wezen verschillend van de traditionele omschrijving in andere sectoren (waar er meestal sprake is van een *nominatim* oplisting van diensten die vaak ook in kwantitatieve termen wordt omschreven). De publieke omroepopdracht is een welomschreven kader waarin per definitie ook diverse kwalitatieve elementen zijn verwerkt.

**2.2.3. Volgens de bestaande omroepmededeling kunnen activiteiten die geen televisieprogramma's in de traditionele zin zijn, tot de openbare opdracht behoren voor zover daarmee wordt voldaan aan dezelfde democratische, sociale en culturele behoeften van de maatschappij. Geeft deze bepaling voldoende duidelijk aan welke activiteiten deze openbare opdracht mag omvatten? Leg uit waarom? Of vindt u, omgekeerd, juist dat een herziene omroepmededeling verdere verduidelijking moet geven?**

Sinds eind jaren negentig staat de omvang van de publieke omroepopdracht ter discussie op Europees niveau. Nochtans heeft het protocol van Amsterdam de **bevoegdheid van de lidstaten** om de publieke opdracht te definiëren, organiseren en financieren expliciet bevestigd met slechts een beperkte marginale onderwerping aan de mededingingsregels. Het protocol heeft daarmee het publieke omroepbestel in het Europese medialandschap willen beschermen en heeft o.m. erkend dat “het publieke-omroepstelsel in de lidstaten rechtstreeks verband houdt met de democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving en met de noodzaak pluralisme in de media te behouden”.

Daar waar eind jaren negentig de discussie voornamelijk draaide rond het genre van content dat al dan niet deel kon uitmaken van de publieke omroepopdracht, lijkt vandaag de discussie zich (deels) te verplaatsen naar de technologie waarmee de content naar het publiek wordt gebracht.

Zogenaamde “nieuwe mediatoepassingen” zouden wel deel kunnen uitmaken van de publieke omroepopdracht, maar slechts voor zover deze voldoen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de samenleving en met de noodzaak pluralisme in de media te behouden. In de beschikkingspraktijk van de Europese Commissie zijn vragen rond een ex ante evaluatie in de zin van een public value test en een market impact assesment naar Brits en Duits voorbeeld waarbij gepeild wordt naar de meerwaarde van het aanbod voor de samenleving en een onderzoek wordt gedaan naar de impact van het aanbod van de publieke omroep op de bestaande media-aanbiedingen van andere commerciële speler(s), dan ook legio.

<sup>6</sup> Zie o.a. Council of Europe, 27 september 2006, Declaration of the Committee of Ministers on the guarantee of the independence of public service broadcasting in the member states; Europees parlement, werkdocument van de commissie cultuur en onderwijs betreffende concentratie en pluralisme in de media in de Europese Unie, 19 december 2007.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



Dat van de lidstaten een zo **precies mogelijke omschrijving van de publieke omroepopdracht** wordt gevraagd, is zoals reeds eerder gesteld een terechte eis, maar de inhoudelijke omschrijving en de wijze waarop dit gebeurt is een exclusieve bevoegdheid van de lidstaten.

Het is dus niet aan de Europese Commissie om in het kader van de herziening van de omroepmededeling de wijze te omschrijven waarop de lidstaten tot een bepaling (al dan niet na een publieke ex ante evaluatie) en concrete omschrijving van de opdracht kunnen besluiten.

Een ander issue betreft de **toetsingsbevoegdheid op manifeste fouten** bij de omschrijving van de publieke omroepopdracht die de Europese Commissie zich heeft toegeëigend. Met name nieuwe mediatoepassingen zouden slechts deel kunnen uitmaken van de publieke omroepopdracht voor zover ze voldoen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van iedere samenleving en ze bijdragen tot pluralistische media. Echter het protocol van Amsterdam vereist niet dat het aanbod dat een publieke omroep brengt in al zijn facetten dient te beantwoorden aan de opgesomde behoeftes, laat staan dat dit met name voor “nieuwe media-activiteiten” een expliciete rechtvaardiging of test zou moeten geschieden in het licht van deze behoeftes. Het is het omroepbestel dat in zijn totaliteit aan deze behoeften dient te voldoen.

Wat rechtvaardigt trouwens deze aparte behandeling van nieuwe en traditionele media mede in het licht van de technologieneutraliteit die door de Europese Commissie toch steeds is verdedigd? Zie hierover ook het bij vraag 1.1. aangehaalde arrest van het Bundesverfassungsgericht van 11 september 2007.

Het is daarentegen o.i. de bevoegdheid van de lidstaat om de noodzaak, rol en opdracht van een publieke omroep te omschrijven en het spreekt voor zich dat als een lidstaat een daadkrachtig publiek omroepbestel binnen zijn grondgebied wil organiseren, het belangrijk is dat de omroep wordt toegelaten een aanbod te brengen dat niet alleen geschikt is voor distributie door middel van de traditionele technologieën, maar ook geschikt is voor de nieuwe of in ontwikkeling zijnde technologieën. Indien de publieke omroep de rol van betrouwbaar, onafhankelijk baken op een goede manier wenst te vervullen, moet hij kunnen aansluiten op de nieuwe technologische middelen en aansluiting kunnen houden bij zijn publiek. Het publiek op zijn beurt kan een publieke omroep ook maar als een relevante speler erkennen voor zover hij ook in zijn mediabehoeftes kan voorzien en welke kunnen variëren gaande van de nood om grondige journalistieke informatie te ontvangen tot content ter ontspanning, ongeacht het daarvoor in te zetten technische verspreidingsmiddel.<sup>7</sup> Het is aan de lidstaten om aan de door hem gepercipieerde mediabehoeftes van zijn onderdanen aangepaste openbare omroepopdracht te definiëren. Ook hier is de Lidstaat niet op basis van het gemeenschapsrecht verplicht om het mediapubliek, laat staan de commerciële operatoren op de markt te consulteren.

Vandaar dan ook dat een toetsing van een “nieuwe dienst” in het licht van het bestaande aanbod van commerciële spelers, zoals dat vereist wordt in de Duitse zaak, een brug te ver gaat. Het is niet omdat trouwens een dienst of activiteit evenzeer door een commerciële

<sup>7</sup> Dit werd ook bevestigd in de recente aanbeveling van de Raad van Europa van 31 januari 2007 (Council of Europe, 31 January 2007, Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content).

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



speler of in het kader van een commerciële activiteit kan worden aangeboden, dat dit impliceert dat de dienst of activiteit geen deel kan uitmaken van de publieke omroepopdracht. Een dergelijke zienswijze zou impliceren dat de openbare omroep niet altijd de mediabehoefte van de gebruiker zou kunnen honoreren en dus aansluiting bij zijn publiek zou kunnen missen, eenvoudig omdat het voorstel van de Commissie de jure erop neerkomt dat een bepaalde dienst geen deel uit kan maken van de publieke omroepopdracht, terwijl op het niveau van de maatschappelijke opvatting in een Lidstaat daar de facto anders over gedacht wordt.

In de omroepmededeling is trouwens aangegeven dat de Commissie slechts een marginale controle zou uitoefenen<sup>8</sup>. Wat evenwel voorgesteld zou worden in gevolge vraag 2.2.8. zou neerkomen op een voorgekauwd stramien waarbinnen de lidstaten hun openbare omroepopdracht zouden moeten definiëren. Dit gaat verder dan de marginale controle die de Europese Commissie zich tot nu toe toeëigende en zou een inbreuk vormen op de autonomie van de lidstaten, zoals gegarandeerd in het Protocol van Amsterdam.

Trouwens een ex ante evaluatie is ook in het kader van de kaderregeling voor compensatie van de openbare opdracht niet verplicht gesteld voor diensten van algemeen economisch belang<sup>9</sup>. Het valt dan ook niet in te zien waarom een dergelijke ex ante evaluatie dan ook noodzakelijk zou zijn voor de openbare omroepsector, laat staan op welke juridische basis een dergelijke verplichting aan de lidstaten zou kunnen worden opgelegd.

### **2.2.4. Vindt u dat de algemene benadering in de recente beschikkingspraktijk van de Commissie (waarbij de openbare opdracht namelijk wordt bepaald op basis van een beoordeling vooraf van activiteiten in de sector nieuwe media) in een herziene omroepmededeling moet worden verwerkt?**

Zie antwoord vraag 2.2.3.

<sup>8</sup> Punt 36 omroepmededeling : "36. Het is de opdracht van de Commissie na te gaan of lidstaten de bepalingen van het Verdrag naleven(16). Wat betreft de omschrijving van de openbare dienst in de omroepsector, blijft de rol van de Commissie beperkt tot controle bij kennelijke fouten. Het komt de Commissie niet toe zich uit te spreken over de vraag of een programma moet worden aangeboden als dienst van algemeen economisch belang; evenmin kan zij de aard of de kwaliteit van een bepaald product ter discussie stellen. Er zou evenwel sprake zijn van een kennelijke fout bij de omschrijving van de openbare opdracht indien deze laatste activiteiten omvat waarvan redelijkerwijs niet kan worden aangenomen dat deze - om de bewoordingen van het protocol te gebruiken - voldoen aan "de culturele, sociale en democratische behoeften van de samenleving". Normaal zou dit het geval zijn voor bijvoorbeeld e-commerce. In dit verband dient te worden herhaald dat de openbare opdracht de omschrijving geeft van de in het algemeen belang, aan het publiek aangeboden diensten. Het thema van de omschrijving van de openbare opdracht mag niet worden verward met de vraag naar het financieringsmechanisme dat met het oog op het aanbieden van deze diensten wordt gekozen. Dit betekent dat openbare omroepen om inkomsten te verwerven wel commerciële activiteiten, zoals de verkoop van advertentieruimte, kunnen uitoefenen, maar dat dergelijke activiteiten doorgaans niet kunnen worden beschouwd als onderdeel van de openbare opdracht.

<sup>9</sup> Punt 10 van de kaderregeling : "De lidstaten worden **aangemoedigd**, bij het vaststellen van de openbare dienstverplichtingen en bij het beoordelen of de betrokken ondernemingen aan deze verplichtingen hebben voldaan, een brede raadpleging te houden, met de bijzondere klemtoon op de gebruikers."

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



**2.2.5. Dient een herziene omroepmededeling verdere verduidelijking te geven over de omvang van de beoordeling vooraf door de lidstaten van de vastgestelde openbare opdracht?**

Zie antwoord vraag 2.2.3..

**2.2.6. Voor welke diensten of categorieën van diensten zou volgens u een beoordeling vooraf moeten plaatsvinden?**

Zie antwoord vraag 2.2.3.

**2.2.7. Dient een herziene omroepmededeling de basisbeginselen te bevatten voor de procedurele en inhoudelijke aspecten van een dergelijke beoordeling (zoals bv. de rol van derden of eventuele beoordelingscriteria, met onder meer de bijdrage aan helder omschreven doelstellingen, behoeften van de burgers, het op de markt beschikbare aanbod, additionele kosten, impact op de mededinging)?**

Zie antwoord vraag 2.2.3.

**2.2.8. Of dit soort activiteiten het karakter van openbare dienst hebben, kan op verschillende wijzen worden bepaald. In hoeverre moet een herziene omroepmededeling de verschillende mogelijkheden uiteenzetten?**

Zie antwoord vraag 2.2.3.

### **2.3. Toewijzing en toezicht**

**2.3.1. Leg hier uit hoe de toewijzing in uw land plaatsvindt. Omvat de toewijzingsprocedure ook een publieke raadpleging? In hoeverre wordt de opdracht van de omroep vastgelegd in juridisch bindende toewijzingsbesluiten? In hoeverre wordt de tenuitvoerlegging en de afbakening van de precieze omvang van activiteiten overgelaten aan publieke omroepen? Zijn dergelijke "uitvoeringsmaatregelen" publiek beschikbaar?**

De toewijzing van de publieke omroepopdracht aan de VRT gebeurt via een beheersovereenkomst. Deze wordt onderhandeld door de Vlaamse regering met VRT. Zoals reeds vermeld in het antwoord op vraag 2.2.1., omschrijft de beheersovereenkomst in detail de omvang van de publieke omroepopdracht.

Voor de aanvang van de onderhandelingen met VRT aangaande het sluiten van de huidige beheersovereenkomst (2007-2011), heeft de Vlaamse overheid de Vlaamse Mediaraad gevraagd een studie te maken over de rol van de VRT.

Voor de Nederlandse publieke omroep is de taakopdracht vastomlijnd in artikel 13c van de Mediawet (zie voor de tekst bijlage 2). Ten behoeve van de verwezenlijking van deze

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



taakopdracht is aan de **NPO** een concessie voor landelijke omroep voor tien jaren verleend. Voor de programmaverzorging voor landelijke omroep zijn vervolgens erkenningen voor vijf jaren verleend aan omroepverenigingen en aan een educatieve omroepinstelling. Tenslotte kent de wet specifieke programmaverzorging toe aan bij de wet ingestelde omroepinstellingen. De doelstellingen met betrekking tot het programma-aanbod en het publieksbereik van de landelijke omroep worden vastgelegd in een prestatieovereenkomst tussen de minister en de NPO. Op de zogenoemde neventaken van de publieke omroep vindt door de Minister een ex ante toezicht plaats waarover het Commissariaat voor de Media en de Raad voor Cultuur worden gehoord.

Voor de **regionale publieke omroep in Nederland** geldt dat er per provincie ten minste één regionale omroep moet bestaan. Het Commissariaat voor de Media verleent aan die regionale publieke omroep, waarvoor het provinciebestuur verklaard heeft zorg te dragen voor de bekostiging ervan, een zendtijdtoewijzing telkenmale voor de duur van tenminste 5 jaren. De taakstelling van de regionale publieke omroep is vastgelegd in de Mediawet en bestaat er onder meer uit dat ten minste vijftig procent van de zendtijd bestaat uit onderdelen van informatieve, culturele en educatieve aard, die in het bijzonder betrekking hebben op de provincie waarvoor het programma bestemd is. Voorts heeft de regionale publieke omroep op grond van zijn statuten een orgaan dat het programmabeleid bepaald, welk orgaan een zodanige samenstelling heeft dat het representatief is voor de belangrijkste in de provincie voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.

**2.3.2. Leg hier uit hoe de mechanismen om toezicht te houden op de publieke omroep in uw land functioneren. Wat is uw ervaring met de bestaande toezichtsmechanismen? Vindt u dat er voor derden voldoende mogelijkheden zijn om iets te doen aan beweerde inbreuken op of niet uitvoering van openbare-dienst- (en andere) verplichtingen in uw land?**

Ook de wijze waarop de toewijzing van de publieke omroepopdracht gebeurt (bv. via een wetgevend instrument, beheersovereenkomst) en de wijze waarop het toezicht op de uitvoering ervan wordt georganiseerd, betreft een exclusieve bevoegdheid van de Lidstaten.

Of derde partijen al dan niet worden betrokken in dit proces (via consultatie-, klachtenprocedures of anderszins), maakt deel uit van deze bevoegdheid. De Europese Gemeenschapsregels leggen alvast geen verplichting vast voor de Lidstaten om dit te voorzien.

Belangrijk is dat de lidstaten tegemoetkomen aan hun verplichting tot toewijzing en effectief toezicht op de uitvoering van de publieke omroepopdracht.

**2.3.3. Vindt u dat de omroepmededeling verder moet verduidelijken in welke omstandigheden een aanvullend toewijzingsbesluit (dus naast de algemene, in de wet vastgestelde bepalingen) nodig is? Of zijn de bestaande regels afdoende?**

Zie antwoord vraag 2.2.2.

**2.3.4. Vindt u dat de omroepmededeling verdere verduidelijking moet geven om**

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



***het toezicht op publieke omroepen doeltreffender te maken? Wat zijn volgens u ten opzichte van andere toezichtsmechanismen de voor- of eventuele nadelen van toezichthouders die onafhankelijk zijn van de onderneming die met de openbare dienst is belast (zoals bedoeld in de omroepmededeling)? Vindt u dat voor doeltreffend toezicht ook bestraffingsmechanismen nodig zijn? En zo ja, welke?***

Zie antwoord vraag 2.3.2.

***2.3.5. Moeten er op nationaal niveau specifieke klachtenprocedures zijn waar particuliere spelers problemen in verband met de omvang van de activiteiten van de publieke omroep aan de orde kunnen stellen? Zo ja, hoe zouden die er moeten uitzien?***

Zie antwoord vraag 2.3.2.

## **2.4. Gemengde financiering van publieke omroepen**

***2.4.1. Wat is volgens u de te verwachten impact op de mededinging van (gedeeltelijk) door de Staat gefinancierde betaaldiensten?***

Zie antwoord vraag 2.4.2.

***2.4.2. Moeten betaaldiensten als zuiver commerciële activiteiten worden beschouwd of zijn er ook gevallen waarin ze kunnen worden beschouwd als onderdeel van de openbare opdracht? Vindt u bijvoorbeeld dat betaaldiensten in het kader van de openbare opdracht beperkt moeten blijven tot diensten die niet door de markt worden aangeboden? Of vindt u dat betaaldiensten onder bepaalde voorwaarden als onderdeel van de openbare opdracht kunnen worden beschouwd? Zo ja, geef dan aan welke diensten. Moeten deze voorwaarden bijvoorbeeld elementen omvatten zoals specifieke doelstellingen voor de openbare diensten, specifieke behoeften van de burgers, het al dan niet bestaan van een vergelijkbaar ander aanbod op de markt, ontoereikende bestaande openbare dienstverplichtingen, of financiering die ontoereikend is om te voldoen aan specifieke behoeften van de burger?***

De meeste Lidstaten laten de publieke omroepopdracht om diverse redenen (o.a. budgettaire redenen) ook deels financieren door andere inkomsten dan de overheidsmiddelen.

Het feit dat een dienst op betaalbasis beschikbaar is betekent niet noodzakelijkerwijs dat deze niet kan behoren tot de publieke omroepopdracht want het betalend karakter kan o.a. als financieringssysteem noodzakelijk zijn. Dit is trouwens ook in andere sectoren het geval (vb. publiek transport) nochtans zal men daar niet betwisten dat de financiële bijpassing door de gebruiker, aan de dienst het karakter van dienst van algemeen economisch belang niet ontnemt. De wijze van financiering zegt dus niks over de aard van een dienst en het zou

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



dan ook onjuist zijn diensten tegen betaling te beperken tot diensten die nog niet door commerciële operatoren worden aangeboden<sup>10</sup>.

Meer nog, zoals ook reeds hoger geschetst, moeten (in dit zal in de toekomst nog meer het geval zijn) publieke omroepen zich in bepaalde gevallen inschalen in het businessmodel van een distributeur om hun content aan het publiek verdeeld te zien.

De Commissie heeft in zijn beschikking van 22 juni 2006 betreffende de ad hoc financiering van de Nederlandse publieke omroep<sup>11</sup> trouwens nog expliciet opgemerkt dat de publieke omroep in dergelijke gevallen niet mag afzien van het vragen van een vergoeding voor doorgiftdiensten door netwerkoperatoren omdat hij anders de behoefte aan overheidsfinanciering zou vergroten.

Het vragen van een vergoeding van de gebruiker, kan trouwens een positief effect hebben op het businessmodel van commerciële operatoren. Het loutere feit dat een vergoeding wordt gevraagd voor een content-service, zelfs als gaat het om een lagere prijs dan deze aangerekend voor diensten van andere commerciële operatoren, doet de gebruiker de waarde van de dienst beseffen en dan ook de commerciële politiek van commerciële operatoren ook beter aanvaarden.

## 2.5. Transparantievereisten

### 2.5.1. *In hoeverre verricht de publieke omroep zelf in uw land commerciële activiteiten? Is er een structurele of functionele scheiding tussen de openbare dienst en commerciële activiteiten?*

De regie voor reclame en sponsoring op **VRT** is uitbesteed aan de VAR. Dit vertegenwoordigt het gros van de commerciële activiteiten van VRT. De overige commerciële activiteiten van VRT, worden door VRT zelf uitgeoefend.

De verzorging van reclameboodschappen en telewinkelboodschappen bij **de Nederlandse landelijke publieke omroep** is door de Mediawet exclusief opgedragen aan de Stichting Etherreclame; een zelfstandige omroeporganisatie die speciaal voor dit doel is opgericht. De inkomsten uit reclame gaan na aftrek van de door de minister goedgekeurde uitgaven van de STER, niet naar de NPO, maar uitsluitend en alleen naar de minister. De aldus afgedragen inkomsten kunnen door de minister worden aangewend ter bestrijding van de diverse kosten zoals genoemd in artikel 28 van de Mediawet.

Alle activiteiten en werkzaamheden van een Nederlandse omroepinstelling die zendtijd heeft verkregen, die niet rechtstreeks verband houden met of ten dienste staan van de uitoefening van de taak, bedoeld in artikel 13c, eerste lid, worden aangemerkt als nevenactiviteiten, met uitzondering van de verenigingsactiviteiten van een omroepvereniging. Dergelijke activiteiten

<sup>10</sup> Zie tevens punt 36 van de omroepmededeling. "Het thema van de omschrijving van de openbare opdracht mag niet worden verward met de vraag naar het financieringsmechanisme dat met het oog op het aanbieden van deze diensten wordt gekozen."

<sup>11</sup> Beschikking van de Commissie van 22 juni 2006 betreffende de door Nederland ten uitvoer gelegde ad-hoc financiering van de Nederlandse publieke omroep, C2/2004 (ex NN170/2003), C(2006)2084 def., punt 158.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



hebben veelal betrekking op de exploitatie van rechten. Zij mogen volgens de wet (1) geen nadelige invloed hebben op de uitvoering van de omroep, (2) de nevenactiviteit moet verband houden met of ten dienste staan van de taak en (3) het verrichten van de nevenactiviteit mag niet leiden tot concurrentievervalsing ten opzichte van andere aanbieders van dezelfde of vergelijkbare goederen of diensten. Bovendien dienen zij te worden goedgekeurd door het Commissariaat voor de Media.

Alle inkomsten van een Nederlandse omroepinstelling, waaronder de inkomsten uit nevenactiviteiten en vermogen, worden, voor zover bij of krachtens deze wet niet anders is bepaald, aangewend voor de verzorging van het programma waarvoor zij zendtijd heeft verkregen. Tenslotte geldt voor de Nederlandse omroepinstellingen, dat zij met al hun activiteiten, behoudens het bepaalde in de wet niet dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden.

De **Nederlandse regionale publieke omroep** is toegestaan programmaonderdelen te verzorgen die bestaan uit reclameboodschappen en telewinkelboodschappen die zijn aangeboden door derden. Het reclameregime voor de publieke omroep is daarbij strenger dan voor de commerciële omroep. De inkomsten die hieruit gegenereerd worden variëren per regionale publieke omroep maar bedragen gemiddeld zo'n 20% van het totale budget van alle regionale omroepen samen en moeten na aftrek van kosten aangewend worden voor de verzorging van de overige programmaonderdelen. Voorts heeft de regionale publieke omroep –zij het beperkt- mogelijkheden tot het verrichten van nevenactiviteiten. Hiervoor geldt dat dergelijke activiteiten vooraf toestemming behoeven van het Commissariaat voor de Media en dat eveneens de opbrengsten aangewend moeten worden voor de verzorging van programmaonderdelen.

### ***2.5.2. Is er volgens u behoefte aan een structurele of functionele scheiding van commerciële activiteiten, en zo ja waarom? Wat zouden de positieve of negatieve effecten zijn van een dergelijke structurele of functionele scheiding?***

Dat de regels van de transparantierichtlijn van toepassing zijn op de publieke omroepsector staat buiten kijf. Het is evident dat met name moet worden vermeden dat met publiek geld commerciële activiteiten worden ontwikkeld en gefinancierd.

Voor zover de transparantierichtlijn wordt nageleefd door de publieke omroep, is er trouwens geen nood aan een structurele scheiding van de commerciële activiteiten. De transparantierichtlijn noch enige andere juridische norm verplicht de Lidstaten of de omroepen om een dergelijke structurele scheiding te maken.

### ***2.5.3. Kunnen de regels inzake kostenallocatie zoals die in de huidige omroepmededeling worden beschreven, volgens u worden verbeterd in het licht van ervaringen in uw land? Zo ja, geef mogelijke voorbeelden van goede praktijken. Of zijn de bestaande regels voor u afdoende?***

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



De regels uiteengezet in de huidige omroepmededeling zijn afdoende duidelijk ten einde in de lidstaten op maat van de betrokken omroeporganisatie te worden geïmplementeerd.

In de zogenaamde artikel 17-brieven van 21 juli 2006 aan de Vlaamse overheid en van 3 maart 2005 aan de Nederlandse overheid van de Europese Commissie werd trouwens bevestigd dat het kostenallocatiemethodologie van respectievelijk VRT en NPO voldoet aan de vereisten van de transparantierichtlijn<sup>12</sup>.

### **2.5.4. Zou een herziene omroepmededeling, gelet op uw antwoorden op de vorige vragen (2.5.1, 2.5.2, 2.5.3), wat betreft transparantie nog verdere verduidelijkingen moeten bevatten?**

Omtrent de toepassing van de transparantierichtlijn, heeft de Europese Commissie in de huidige omroepmededeling terecht aanvaard dat met name op het vlak van de kostenallocatie voor een aantal commerciële activiteiten gelinkt aan de openbare omroepopdracht, de toepassing van de transparantierichtlijn met het nodige pragmatisme dient te worden toegepast. Immers waar er geen objectieve criteria kunnen worden gevonden om de kosten op te splitsen tussen de publieke en commerciële activiteit, aanvaardt de Europese Commissie dat deze kosten louter worden toegerekend aan de publieke activiteiten. Belangrijk voor het onderzoek naar de al dan niet aanwezigheid van overcompensatie, is dat van de netto-kost van de publieke omroepopdracht alle inkomsten uit commerciële activiteiten gelinkt aan de openbare omroepopdracht worden afgetrokken.

Voor de opsplitsing van de respectieve inkomsten- en uitgaven aan de publieke activiteiten, de commerciële activiteiten gelinkt aan de publieke omroepopdracht en de commerciële activiteiten niet gelinkt aan de publieke omroepopdracht dienen derhalve op het niveau van de publieke omroep de nodige allocatiemechanismen te worden ingebouwd. Het spreekt voor zich dat deze regels op maat van de concrete situatie van de omroep moeten worden opgebouwd wil op nuttige wijze uitvoering worden gegeven aan de transparantierichtlijn.

Enige verdere verduidelijking van de beginselen van de transparantierichtlijn in de omroepmededeling, is dan ook niet nodig.

In dit kader dient ook opgemerkt te worden dat de transparantierichtlijn, en dit wordt ook als dusdanig erkend in de huidige omroepmededeling, de Commissie moet bijstaan in haar onderzoek naar het al dan niet aanwezig zijn van overcompensatie. Daarbij moet de netto-kost van de publieke omroepopdracht in zijn totaliteit worden vergeleken met de overheidsmiddelen die de omroep ter beschikking worden gesteld. Voor dit onderzoek is enige opsplitsing van de netto-kost per "dienst deel uitmakend van de openbare omroepopdracht" (zoals dit gevraagd wordt in de kaderregeling voor compensatie van de openbare opdracht), niet nodig temeer dat de publieke omroepopdracht gezien zijn aard één opdracht is.

<sup>12</sup> Brief Europese Commissie van 21 juli 2006 aan de Belgische Permanente vertegenwoordiger bij de Europese Unie betreffende zaak nr. E-8/2006 (ex CP 110/2004 en CP 126/2004), Financiering van openbare omroep VRT – België, punt 196; Brief Europese Commissie van 3 maart 2005 aan de Permanente Vertegenwoordiging van het Koninkrijk der Nederlanden bij de Europese Unie betreffende zaak nr. E-05/2005 (ex NN 170b/2003), Financiering van Nederlandse publieke omroepen – Nederland, punt 128 e.v.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



### **2.6. Evenredigheidstoets: uitsluiten van overcompensatie**

#### **2.6.1. Moet de omroepmededeling volgens u de voorwaarde bevatten dat de lidstaten duidelijke parameters vaststellen om het compensatiebedrag te bepalen?**

De concrete bepaling van het financieringsmodel en de financieringsbehoefte van de publieke omroep, is een exclusieve bevoegdheid van de lidstaten. De huidige omroepmededeling bevestigt trouwens terecht dit principe.

Het toezicht van de Europese Commissie beperkt zich tot het controleren van het al dan niet aanwezig zijn van overcompensatie van de netto-kost van de publieke omroepopdracht.

#### **2.6.2. Bieden de huidige voorwaarden van de omroepmededeling de publieke omroepen voldoende financiële stabiliteit? Of vindt u dat de huidige regels buitensporige beperkingen voor de financiële meerjarenplanning van de publieke omroep inhouden?**

Financiële stabiliteit is inderdaad een absolute voorwaarde voor een gezond publiek omroepbestel en is ook nodig om de financiële onafhankelijkheid zoals die ondermeer door de Raad van Europa is erkend, te waarborgen<sup>13</sup>. De publieke omroep moet dan ook net als elk ander bedrijf in staat zijn zijn bedrijfsvoering op midden- en lange termijn te plannen, wat impliceert dat ook dat het over een financiële buffer moet beschikken die fluctuaties in inkomsten of kosten kan opvangen. De huidige omroepmededeling sluit dit niet uit en in de beschikkingspraktijk van de Europese Commissie werd dit ook herhaaldelijk toegepast. Zoals reeds eerder aangehaald, is het evenwel van belang dat met name wat betreft de hoogte van de over te dragen surplussen, de reserveringsmechanismen of de maximale periode gedurende de welke die financiële buffers ter beschikking staan van de publieke omroep ruimte wordt gelaten voor een case-by-case benadering. De financieringsmechanismen van de verschillende Lidstaten verschillen onderling te sterk om hierover een algemene stelregel te kunnen formuleren (vb. jaarlijkse fondsen vs. meerjaren financiering). Meer nog: het formuleren van een dergelijke algemene stelregel is niet mogelijk op basis van het Protocol van Amsterdam).

#### **2.6.3. Onder welke omstandigheden valt te rechtvaardigen dat publieke omroepen een overschot op het eind van een financieel jaar mogen behouden? Vindt u dat de desbetreffende bepalingen van de beschikking en de kaderregeling betreffende diensten van algemeen economisch belang (cf. het overzicht in de toelichting en met name het 10%-plafond voor jaaroverschotten) in de nieuwe omroepmededeling kunnen worden opgenomen?**

Zie antwoord vraag 2.6.2..

<sup>13</sup> Council of Europe, 11 september 1996, Aanbeveling nr. R(96)10 E on the guarantee of the independence of public service broadcasting

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



**2.6.4. Welke garanties/beperkingen moeten er zijn om mogelijke buitensporige mededingingsdistorsies te vermijden? (Moet de publieke omroep bijvoorbeeld - binnen de grenzen van zijn taken in het kader van de openbare dienst - vrij over de 10%-marge kunnen beschikken of moet deze worden voorbehouden voor specifieke doelstellingen zodat reserves alleen voor vooraf vastgelegde doelstellingen/projecten mogen worden gebruikt? Moet de lidstaat de financiële behoeften van de publieke omroep opnieuw bezien in het geval van aanhoudende overschotten?)**

Zie antwoord vraag 2.6.2..

**2.6.5. Kunnen de bestaande regels van de omroepmededeling eventueel ontradend werken voor publieke omroepen om efficiëntiewinsten te behalen? Zo ja, hoe kan deze situatie worden verholpen? Welke mechanismen bestaan daarvoor in uw land die als een goed voorbeeld kunnen dienen?**

De huidige omroepmededeling lijkt geen regels te bevatten die ontradend werken voor publieke omroepen om efficiëntiewinsten te behalen. Het feit dat zij bv. de publieke omroep toelaat om reserves op te bouwen om zijn activiteiten in de toekomst te kunnen garanderen, is een voorbeeld van een stimulans om aan efficiëntiewinsten in de vorm van kostenbesparingen door te voeren.

**2.6.6. Onder welke omstandigheden en op welke voorwaarden zouden publieke omroepen volgens u een winstmarge mogen behouden?**

Zoals algemeen wordt erkend, maakt een vergoeding van de kapitaalkost van een onderneming een normaal kost-element uit (zoals dat ook het geval is in het normale bedrijfsleven) dat in aanmerking kan worden genomen bij de berekening van de netto-kost van de publieke omroepopdracht. De huidige omroepmededeling laat reeds toe dat alle kosten van de publieke omroepopdracht worden gecompenseerd door overheidsmiddelen.

**2.7. Evenredigheidstoets: uitsluiting van marktverstoringen die voor het vervullen van de openbare opdracht niet noodzakelijk zijn**

**2.7.1. Welke mechanismen bestaan er in uw land waarmee particuliere spelers vermeende concurrentieverstorende gedragingen van publieke omroepen kunnen aanvechten? Geef aan of deze mechanismen volgens u een afdoend en daadwerkelijk toezicht garanderen. Worden lagere inkomsten als gevolg van bewezen concurrentieverstorende gedrag (bv. prijsonderbieding) in aanmerking genomen bij het bepalen of de publieke omroepen al dan niet overcompensatie hebben ontvangen?**

Het protocol van Amsterdam heeft het publieke omroepbestel onttrokken aan de onderwerping aan de normale mededingingsregels voor zover dit noodzakelijk is voor de vervulling van de publieke omroepopdracht. Het spreekt voor zich dat marktverstoringe gedragingen die een publieke omroep in het kader van zijn commerciële activiteiten zou ontplooiën onder de toepassing van de normale regels van het mededingingsrecht vallen. De controle ervan is onderworpen aan de normale nationale en Europese

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



mededingingsautoriteiten en rechtbanken. Iedere belanghebbende, zoals de commerciële operatoren, kunnen afdoende rechtsbescherming afdwingen door middel van deze bestaande procedures. Het spreekt voor zich dat een mogelijke veroordeling van de publieke omroepen wegens het fruisen van deze regels, een negatieve impact zal hebben op de financiële middelen die een Lidstaat ter beschikking zal stellen aan de publieke omroep. Indien dit niet het geval zou zijn, is er reden tot ingrijpen door de Europese Commissie wegens overcompensatie van de publieke omroepopdracht.

***2.7.2. Wat betreft de mogelijke concurrentieverstorende gedragingen van publieke omroepen (en met name klachten over onderbieding van prijzen), vindt u dat de omroepmededeling voorwaarden moet bevatten dat de publieke omroepen voor hun commerciële activiteiten de marktvoorwaarden moeten naleven, in overeenstemming met de beschikkingspraktijk van de Commissie, onder meer via passende toezichtsmechanismen?***

De huidige omroepmededeling voorziet reeds in punt 58 in de verplichting tot het hanteren van marktprijzen voor de commerciële activiteiten van de omroep.

Het is aan de lidstaten om de nodige toezichtmechanismen uit te werken. Zie antwoord op vraag 2.7.1..

***2.7.3. Vindt u dat de methodiek voor het opsporen van prijszonderbieding worden verduidelijkt, eventueel ook door andere criteria op te nemen als alternatief kunnen dienen voor de thans in de omroepmededeling beschreven methodiek? Geef hierbij de criteria die in uw land worden gehanteerd voor het prijszettingsbeleid van publieke omroepen en die een voorbeeld van goede praktijken kunnen dienen.***

De markten waarop publieke omroepen in het kader van hun commerciële activiteiten actief zijn, zijn in de regel complexe markten die door tal van marktspecifieke factoren wordt gekenmerkt. De reclamemarkt is daarvan een sprekend voorbeeld. Een eenvormige Europese methodologie om prijszetting te evalueren in dergelijke verscheiden markten lijkt ons dan ook moeilijk haalbaar.

***2.7.4. Vindt u dat de omroepmededeling verduidelijkingen moet bevatten betreft overheidsfinanciering van premium sportrechten? Zo ja, verdere voorwaarden moeten volgens u in de omroepmededeling worden opgenomen en hoe zouden daarmee door overheidsfinanciering veroorzaakte potentiële mededingingsbezwaren worden aangepakt? nee, vindt u dat mogelijk ongunstige effecten op de mededinging gevolg van de verwerving van dergelijke rechten door publieke omroepen afdoende via de antitrustregels zouden kunnen worden aangepakt?***

Het al dan niet opnemen van een sportaanbod (of het nu gaat om premium sport of minder populaire sporten) in de openbare omroepopdracht is een keuze van de Lidstaten waarvoor ook de nodige overheidsfinanciering kan worden voorzien. Er is geen reden om de

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



overheidsfinanciering van met name premium sporten anders te behandelen dan deze van de overige aspecten van de openbare omroepopdracht. Er is ook geen juridische basis voor de Europese commissie om op dergelijke ingrijpende manier afbreuk te plegen aan de autonomie van de lidstaat in de definiëring en financiering van de publieke omroepopdracht.

De impact die de overheidsfinanciering van de publiek omroepopdracht desgevallend zou veroorzaken op de mededinging, dient in de bewoordingen van het Protocol van Amsterdam te worden getolereerd aangezien deze duidelijk noodzakelijk is voor de vervulling van de publieke omroepopdracht.

### 2.8. Andere kwesties

#### **2.8.1. Vindt u een vermelding van de moeilijkheden van kleinere lidstaten noodzakelijk?**

Ja.

#### **2.8.2. Wat zijn volgens u de typische moeilijkheden van kleinere lidstaten en hoe moet daarmee rekening worden gehouden?**

De huidige omroepmededeling gaat terecht uit van een case-by-case benadering en herhaalt op verschillende plaatsen dat een dergelijke aanpak noodzakelijk is om de specificiteit van de nationale situatie in aanmerking te kunnen nemen. Niettegenstaande het feit dat elke markt en elk nationaal publieke omroepbestel verschillend is, is met name de budgettaire slagkracht van de overheid en de concrete marktsituatie in kleine(re) Lidstaten bijna per definitie niet te vergelijken met deze van grotere Lidstaten.

De beperkte budgettaire draagkracht van de kleinere lidstaten heeft uiteraard zijn implicaties voor de financiering van de publieke omroep waardoor bv. de keuze voor een gemengd financieringssysteem of de toelating van de opbouw een reservefonds (al dan niet binnen de publieke omroeponderneming) noodzakelijk kan zijn om de financiële onafhankelijkheid van de publieke omroep te vrijwaren.

Ook de noodzaak aan een publieke omroep en de opdracht die hij dient te vervullen ter bescherming van de culturele eigenheid is vaak groter in kleine lidstaten.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



### 3. SLOTOPMERKINGEN

**3.1. Leg hier uit wat volgens u de impact van eventuele aanpassingen van de bestaande regels zou zijn op bijvoorbeeld de ontwikkeling van innoverende diensten en, meer algemeen, op de werkgelegenheid en groei in de mediasector, de keuzemogelijkheden voor de consument, de kwaliteit en beschikbaarheid van diensten voor audiovisuele en andere media, het pluralisme in de media en de culturele diversiteit.**

Traditioneel wordt steeds gesproken over de vermeende negatieve effecten van de publieke omroep en zijn overheidsfinanciering op de mededinging, maar er wordt voorbij gegaan aan de stimulerende kracht die de publieke omroep op de mediasector heeft, zowel op de vlak van kwaliteit van het media-aanbod, innovatie en tewerkstelling in de mediasector.

Er bestaat het gevaar dat door een al te sterke, en ongerechtvaardigd wantrouwen of controle, op het lanceren van de nieuwe mediadiensten door de publieke omroep de publieke omroep in de toekomst niet of in zeer beperkte mate zijn rol als innovatieve motor in de mediasector zal kunnen vervullen wat uiteraard ook een negatieve impact zal hebben op de groei van de mediasector en de werkgelegenheid daarin, de keuze en kwaliteit van de beschikbare diensten voor de consument, mediapluralisme en de culturele diversiteit. Meer nog als de publieke omroep niet langer kan inspelen op nieuwe mediaontwikkelingen, kan met zekerheid gesteld worden dat zijn aansluiting bij het publiek teloor zal gaan en zal hij niet langer zijn rol als betrouwbare, onafhankelijke gids kunnen waarmaken en zal ook zijn impact op de kwaliteit van het media-aanbod teloor gaan..

In dit kader is het goed erop te wijzen dat publieke omroepen door de jaren heen altijd een voortrekkersrol hebben vervuld bij de ontwikkeling van nieuwe technieken<sup>14</sup>. Commerciële partijen hebben hiervan ten volle kunnen profiteren zonder daarvoor aanzienlijke investeringen te moeten doen. In dit kader kan o.a. verwezen worden naar de ontwikkeling van mono- naar stereo-uitzendingen, van zwart/wit naar kleurtelevisie, elektronische programmagidsen, de switch over naar digitale distributie, T-DAB, DVB-T, teletekst, ondertiteling, HDTV, de ontwikkeling van content managementsystemen.

**3.2. In hoeverre verwacht u dat de hier geschetste mogelijke verdere verduidelijkingen zouden kunnen zorgen voor nieuwe administratieve belasting en compliance kosten?**

Het installeren van bijkomende evaluatie- en toezichtsystemen brengen de nodige administratieve belasting met zich mee en genereren ook extra kosten in hoofde van de lidstaten.

**3.3. Denkt u dat de hier geschetste mogelijke verdere verduidelijkingen een beter reguleringskader zullen creëren?**

Naar onze mening gaan de in deze consultatie gestelde vragen verder dan een "verduidelijking", maar zouden zij nieuwe regels in het leven roepen. De geschetste

<sup>14</sup> De beheersovereenkomst tussen VRT en de Vlaamse Gemeenschap voorziet trouwens in een verplichting voor VRT om de resultaten van zijn onderzoek te delen met de sector.

**Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling  
Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)**



“verduidelijkingen” zullen er enkel toe leiden dat de bestaande flexibiliteit die een op maat van de nationale situatie aangepaste benadering toelaat, zal verdwijnen. Gezien het snel evoluerend karakter van de mediasector, zullen trouwens de bewuste “verduidelijkingen” snel achterhaald zijn, waardoor de kwaliteit van de regelgeving verder zal inboeten. De huidige Mededeling is reeds afdoende duidelijk.

**3.4. Leg uit of volgens u de positieve impact van eventuele verduidelijkingen langs de in deze vragenlijst uitgetekende lijnen al dan niet opweegt tegen de negatieve impact ervan.**

Zie antwoord op vraag 3.2. en 3.3..

**2 bijlagen**

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



### Bijlage 1 (Vlaanderen)

De inhoudelijke opdracht van VRT is gebaseerd op artikel 6 van de mediadecreten en wordt meer in detail omschreven in een beheersovereenkomst tussen de Vlaamse overheid en VRT (zie onderstaande (zeer gedetailleerde bepalingen van de beheersovereenkomst). Komt daarbij dat VRT overeenkomstig de beheersovereenkomst verplicht is bij de uitwerking van zijn inhoudelijke opdracht ten volle gebruik te maken van de nieuwe mediatechnieken (artikel 2 BO).

Essentieel is evenwel dat de inhoudelijke opdracht van VRT in de zogenaamde openbare omroepdomeinen omschreven in artikel 4 van de beheersovereenkomst beantwoordt aan de meerwaarde bepaald in artikel 1 § 4 van de BO en het driesporen-concept zoals voorzien in artikel 4. Het driesporen concept is trouwens in detail uitgewerkt in de artikelen 5-13 van de beheersovereenkomst.

**Art 1 §4.** De VRT brengt in de uitvoering van zijn openbare omroepopdracht een meerwaarde aan de Vlaamse samenleving op cultureel, maatschappelijk, democratisch, sociaal en economisch gebied.

Wat de culturele meerwaarde betreft, ondersteunt de VRT de eigenheid en de diversiteit van de cultuur in Vlaanderen. Hij heeft bijzondere aandacht voor de culturele creativiteit in Vlaanderen. Daarnaast heeft hij een bijzondere opdracht ten aanzien van de Nederlandse taal. Ten slotte draagt de VRT bij tot de uitstraling van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse culturele identiteit. Hij steunt de culturele activiteiten in Vlaanderen.

Wat de maatschappelijke meerwaarde betreft, is de VRT er voor alle Vlamingen en van alle Vlamingen. Hij geeft aandacht aan sociodemografische groepen in de samenleving, in het bijzonder kinderen, jongeren en Vlamingen in het buitenland. Hij geeft ook aandacht aan kansengroepen in de Vlaamse samenleving. Hij schenkt bijzondere aandacht aan educatie. De VRT helpt de digitale kloof te dichten.

De Openbare Omroep ondersteunt voorts de democratische waarden door het verstrekken van onafhankelijke, geloofwaardige en waarheidsgetrouwe informatie. De democratische reflex komt ook tot uiting in het streven naar een universeel bereik (in de digitale mediawereld) en het verzorgen van 'open net'-uitzendingen. De VRT promoot een pluralistische samenleving.

Wat zijn sociale meerwaarde betreft, heeft de VRT een belangrijke verbindende rol. Hij heeft in zijn aanbodbeleid bijzondere aandacht voor het stimuleren van de sociale cohesie. Ook het ondertitelen van televisieprogramma's voor doven en slechthorenden en ze toegankelijk maken voor blinden, is één van de manieren om de sociale samenhang te verhogen. De VRT is bovendien sociaal actief als organisator of sponsor van talrijke evenementen. Hij ondersteunt het diversiteitbeleid, het gelijkekansenbeleid en het Noord-Zuid beleid van de Vlaamse overheid.

De VRT steunt de Vlaamse media- en beeldindustrie via (co)producties en onderzoeksprojecten rond innovatie. De VRT is een ambassadeur van Vlaanderen in het buitenland.

**§5.** Binnen de perken van de gecoördineerde mediadecreten en de beheersovereenkomst stelt de VRT autonoom zijn aanbod vast, en bepaalt hij autonoom op welke wijze, via welke media (Radio, Televisie, Internet en Mobiel) en via welke relevante typeplatformen zijn aanbod aan het publiek wordt aangeboden. Hij kiest autonoom de naam van zijn producten en netten en beslist autonoom over het te voeren operationeel beleid dat de realisatie van de performantiemaatstaven moet mogelijk maken.

De VRT stelt zich onafhankelijk op ten aanzien van commerciële belangen.

### Artikel 2. Specifieke doelstellingen van de voorliggende beheersovereenkomst

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



§1. De VRT groeit door naar een digitale omroeporganisatie. Hij moet zich digitaal ontplooiën in zijn aanbod, productie en distributie.

§2. In zijn digitaal aanbod ontwikkelt de VRT diensten voor elke mediagebruiker: de VRT biedt verrijkingen aan, interactiviteit en aanbod op aanvraag, afgekort "VIA".

§3. De VRT bouwt in de digitale omgeving zijn aanbod uit via een driesporenbeleid: Via zijn generalistische netten die hierna in Hoofdstuk 2 zijn omschreven, worden de mediagebruikers doorgeleid naar een specialistisch thematisch aanbod.

§4. De VRT brengt zijn aanbod via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet, en Mobiel en via alle relevante analoge en digitale netwerken. Hij leeft daarbij de principes na die in artikel 25, § 4, van Hoofdstuk 5 zijn vastgelegd: maximale bereikbaarheid, neutraliteit, niet-exclusiviteit, niet-discriminatie en dit zonder de markt te verstoren.

### Artikel 4. De Openbare Omroepdomeinen en het driesporenbeleid

#### §1. Openbare Omroepdomeinen

De verschillende domeinen die in artikel 6, § 2, van de gecoördineerde mediadecreten zijn opgesomd, als domeinen waaraan de VRT in zijn aanbod aandacht moet besteden - namelijk prioritair, Nieuws en Informatie, en Cultuur; en daarnaast Sport, Kennis en Wetenschap (educatie), Vlaamse Identiteit (fictie, documentaires en muziek van eigen bodem) en Ontspanning - worden gedefinieerd als de Openbare Omroepdomeinen.

#### §2. Driesporenbeleid

Het aanbod van de VRT is gebaseerd op de Openbare Omroepdomeinen. In de loop van deze beheersovereenkomst versterkt de VRT zijn aanbod door de toepassing van het driesporenbeleid op de volgende Openbare Omroepdomeinen: Cultuur, Nieuws en Informatie, Sport, Kennis en Wetenschap en Vlaamse Identiteit. Deze opgesomde domeinen maken deel uit van het aanbod via onderdelen in programma's (spoor 1), programma's op zichzelf (spoor 2) en een specialistisch thematisch aanbod in het Openbare Omroepdomein (spoor 3).

In een digitale omgeving wordt het aanbod gestructureerd via een driesporenbeleid.

De basisvoorwaarde voor een succesvol driesporenbeleid zijn sterke generalistische netten. Op de generalistische netten komen de mediagebruikers in contact met de verschillende Openbare Omroepdomeinen. Dat gebeurt via spoor 1 en spoor 2 van het driesporenbeleid.

Vervolgens worden de mediagebruikers doorgeleid naar een specialistisch thematisch aanbod (spoor 3) dat aan hun specifieke mediabehoefte kan tegemoetkomen.

De drie sporen spelen permanent op elkaar in en creëren een breed en doeltreffend aanbodsuniversum.

#### Spoor 1: onderwerp in een generalistisch programma

De VRT signaleert over een domein via een onderwerp in programma's op de generalistische radio- en televisienetten.

#### Spoor 2: voorwerp van een generalistisch programma

De VRT maakt en brengt specifieke programma's over de gekozen domeinen op zijn generalistische radio- en televisienetten.

#### Spoor 3: voorwerp van een specialistisch thematisch aanbod

De VRT brengt een specifiek Openbaar Omroepdomein als specialistisch thematisch aanbod. Elk van de gekozen domeinen wordt in spoor 3 gedragen door een merk (bijvoorbeeld Sporza, Klara, Vrtnieuws). De verschillende sporen zullen doorverwijzen naar elkaar en elkaar zo versterken.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



In het derde spoor zullen de nieuwe media als Internet en Mobiel, alsook de innovatie in media(technologie) een belangrijke rol spelen.

Het driesporenbeleid is een geïntegreerd beleid. Items of programma's van een domein worden niet geïsoleerd, maar zijn onderdeel van een geïntegreerde strategie. Ieder programma blijft op zich zelf staan. Er worden echter doorverwijsfuncties ingebouwd. Deze bieden de mediagebruiker de kans zijn horizon te verbreden door naar het volgende spoor te stappen en zich te initiëren in de specialistische thema's.

De generalistische radio- en televisienetten worden ingezet voor de eerste twee sporen. Voor het derde spoor wordt een specialistisch thematisch aanbod uitgewerkt dat de geïnteresseerden moet aanspreken. Het derde spoor wordt gepromoot vanuit spoor 1 en spoor 2.

Het driesporenbeleid zorgt voor een vliegwieleffect. De uitbouw van het derde spoor zorgt voor een doorstroming van aanbod naar spoor 1 en 2. Daardoor zullen uiteindelijk nog meer mensen bereikt worden. Ook nieuw creatief aanbod dat in het derde spoor aan bod komt, kan doorstromen naar spoor 1 en 2 en op die manier het grote publiek bereiken. Het driesporenbeleid is een katalysator in het realiseren van de openbare omroepopdracht.

### **Artikel 5. Het generalistisch aanbod voor iedereen, het generalistisch aanbod voor doelgroepen en het specialistisch thematisch aanbod - definities**

Het aanbod van de VRT bestaat uit een generalistisch aanbod voor iedereen, een generalistisch aanbod voor doelgroepen en een specialistisch thematisch aanbod.

#### **§1. Generalistisch aanbod voor iedereen.**

De drie basiskennmerken van een generalistisch aanbod zijn:

- 1° Het streeft naar een breed en gediversifieerd bereik: het wil een ruim publiek aanspreken, zowel in zijn geheel als in zijn subgroepen.
- 2° Het biedt een gevarieerde kwalitatieve programmamix aan: variatie als basisvoorwaarde om een breed publiek te kunnen aanspreken. Specifieke 'speerpunt'-programma's zijn daarbij noodzakelijk. Dat zijn programma's die grote groepen van mediagebruikers aanspreken.
- 3° Het brengt een uitgebreid aanbod van eigen bodem: de optimale aansluiting bij en de herkenbaarheid voor de Vlaamse mediagebruikers vergen producties van eigen bodem in alle relevante genres.

#### **§2. Generalistisch aanbod voor doelgroepen.**

Het generalistisch aanbod voor doelgroepen heeft dezelfde kenmerken als het generalistisch aanbod voor iedereen, zij het dat het aanbod zich specifiek richt op bepaalde doelgroepen in de maatschappij: kinderen, jongeren, en Vlamingen in het buitenland.

#### **§3. Specialistisch thematisch aanbod.**

Het specialistisch thematisch aanbod is een aanbod in het derde spoor in één van de Openbare Omroepdomeinen dat onder een specifiek merk aangeboden wordt.

### **Artikel 6. Begrippenkader**

**§1.** De VRT brengt zijn generalistisch aanbod voor iedereen, zijn generalistisch aanbod voor doelgroepen en zijn specialistisch thematisch aanbod gegroepeerd onder net-merken via alle relevante media: Radio, Televisie, Internet en Mobiel.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



**§2.** Radio en Televisie zijn de klassieke media die ingaan op de behoeften van de mediagebruiker aan een meer gemeenschappelijke mediabeleving.

Het radio- en televisieaanbod wordt gebracht via analoge en/of digitale kanalen.

1° Een analog kanaal is een geheel van lineaire audio- of audiovisuele diensten en beperkte multimedia- en interactieve diensten<sup>15</sup> die gegroepeerd onder een net-merk via elektronische analoge communicatienetwerken<sup>16</sup> aan de mediagebruiker wordt aangeboden.

Lineaire diensten zijn diensten waarbij de VRT zijn aanbod aan de mediagebruiker aanbiedt in een door de VRT in de tijd vastgelegd programma- en uitzendschema.

De multimedia- en interactieve diensten zijn datadiensten die meegestuurd worden met het lineaire aanbod en die door de mediagebruiker lokaal kunnen worden opgevraagd.

2° Een digitaal kanaal is een geheel van lineaire en niet lineaire audio en/of audiovisuele mediadiensten en multimediadiensten, die gegroepeerd onder een net-merk via elektronische digitale omroepnetwerken<sup>17</sup> aan de mediagebruiker wordt aangeboden.

Lineaire diensten zijn diensten waarbij de VRT zijn aanbod aan de mediagebruiker aanbiedt in een door de VRT in de tijd vastgelegd programma- en uitzendschema.

Met niet lineaire diensten worden de mediadiensten bedoeld waarbij de mediagebruiker zelf het tijdstip bepaalt waarop die diensten geconsumeerd worden<sup>18</sup>.

Multimediadiensten zijn diensten die een mix van interactieve, communicatieve, audio-, audiovisuele- en tekstdiensten bevatten.

De verrijkingen en interactiviteit die de VRT vanuit het lineaire aanbod ontwikkelt, kunnen lineaire en niet lineaire (multi-)mediadiensten zijn.

Met verrijking wordt bedoeld die digitale diensten die meegestuurd worden met het aanbod en die een betere service, toegevoegde waarde of beleving en extra comfort bieden aan de mediagebruiker.

Met interactiviteit wordt elke toepassing bedoeld die een actie van de mediagebruiker vraagt.

**§3.** Een Internet-aanbod is een aan het medium aangepast aanbod dat gegroepeerd onder een net-merk via een open elektronisch breedbandnetwerk aan de mediagebruiker wordt aangeboden. Het Internet-aanbod gaat in op de behoefte van de mediagebruiker tot een individuele mediabeleving.<sup>19</sup>

**§4.** Een Mobiel-aanbod is een aan het medium aangepast aanbod dat gegroepeerd onder een net-merk via een elektronisch mobiel netwerk voor ontvangst via een zaktoestel aan de mediagebruiker wordt aangeboden. Het Mobiel-aanbod gaat in op de behoefte van de mediagebruiker tot een begeleidende mediabeleving.<sup>20</sup>

**§5.** Met een net wordt bedoeld het geheel van aanbod dat aan een bepaald behoefteprofiel beantwoordt en onder een merk aangeboden wordt via een bepaald medium (radio, televisie, Internet, mobiel). De

15 Het gaat om teletekst, RDS...

16 Analoge netwerken, zijn onder meer AM, FM, kabel.

17 Digitale omroepnetwerken zijn de radio- en televisieomroepnetwerken, kabelnetwerken, satellietomroepnetwerken

4 'Net Gemist' is een niet lineaire dienst die de VRT op het ogenblik van het sluiten van deze beheersovereenkomst reeds brengt in zijn openbare omroepopdracht.

19 De multifunctionaliteit van eindapparatuur en de convergentie van netwerken doen nieuwe diensten ontstaan met kenmerken van meerdere media. Bijvoorbeeld podcasting die een mobiel medium is met kenmerken van Radio, Televisie en Internet.

20 Idem voetnoot 5.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



VRT-netten op het ogenblik van het sluiten van de beheersovereenkomst zijn: Eén, Canvas, Ketnet, Radio 1, Radio 2, Donna, Stubru, Klara, Sporza-radio, Sporza.be, Vrtnieuws.net, Nieuws+, RVi.

### Artikel 7. Het aanbod van de VRT - Algemeen kader

**§1.** Gedurende de looptijd van deze beheersovereenkomst wordt het aantal analoge kanalen niet uitgebreid.

**§2.** Alle bestaande analoge kanalen worden onverkort digitaal aangeboden. De VRT ontwikkelt rond de genoemde kanalen digitale toepassingen te weten verrijking, interactiviteit en aanbod op aanvraag conform art 2, § 2, van deze beheersovereenkomst.

Lineaire verrijkingen vertrekken vanuit het aanbod van de analoge kanalen.

De ontwikkeling van nieuwe digitale kanalen gebeurt overeenkomstig de bepalingen van artikel 8.

**§3.** De VRT ontwikkelt rond zijn aanbod een aangepast Internet- en Mobiel aanbod.

## Afdeling 2. Engagements van de VRT omtrent de inhoudelijke opdracht

### Artikel 9. Algemene bepalingen

**§1.** Hierna worden de kernengagements van de VRT betreffende zijn inhoudelijke opdracht vastgelegd.

**§2.** In de eerste plaats continueert en versterkt de VRT zijn generalistisch aanbod voor iedereen (Donna, Eén en Radio 2, en Canvas en Radio 1), zijn generalistisch aanbod voor doelgroepen (Stubru, Ketnet en RVi) en zijn specialistisch thematisch aanbod in Cultuur (Klara), Nieuws (Vrtnieuws.net en Nieuws+) en Sport (Sporza-radio en Sporza.be)

Daarnaast rolt de VRT één bijkomend specialistisch thematisch digitaal televisiekanaal uit in het Openbare Omroepdomein Cultuur.

**§3.** De VRT verzorgt dit in § 2 genoemde aanbod analog – tot de volledige switch off - met twee analoge televisiekkanalen (Eén en Ketnet/Canvas) en met zes analoge radiokanalen (Donna, Radio 2, Radio 1, Stubru, Klara en Sporza).

De VRT verzorgt dit in § 2 genoemde aanbod digitaal met drie digitale televisiekkanalen (Eén, Canvas/Ketnet en het cultuurkanaal) en met zeven digitale radiokanalen (Donna, Radio 2, Radio 1, Stubru, Klara, Sporza en Nieuws+). Tot de uitrol van de digitale radiokanalen Donna en Klara behoren eveneens Donna Hitbits, en Klara Continuo. De netten Canvas/Ketnet blijven het digitale kanaal delen wat hun respectieve lineaire aanbod betreft.

Voor de Vlamingen in het buitenland verzorgt de VRT een aan hun behoeften aangepast aanbod.

**§4.** De VRT ontwikkelt rond zijn in § 2 genoemd aanbod onder zijn net-merken een aan het profiel van het net aangepast Internet- en Mobiel aanbod.

**§5.** De netten zijn zo geprofileerd dat zij een diversiteit brengen in hun aanbod in de verschillende Openbare Omroepdomeinen, zodat in elk van de Openbare Omroepdomeinen over de netten heen een diversiteit aan genres en disciplines wordt aangeboden. Hierbij wordt ook de nodige aandacht besteed aan Brussel.

In het bijzonder zijn de radionetten zo geprofileerd dat zij een diversiteit aan muziekgenres aanbieden waaronder ook het Nederlandstalige in al zijn genres.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



**§6.** De VRT engageert zich te blijven investeren in Vlaamse fictie.

De VRT zal zijn aandeel in kwalitatieve fictie en animatie uitbreiden op Eén, Canvas en Ketnet en zijn documentaire aanbod op Canvas, op voorwaarde dat de VRT hiervoor bijkomende middelen kan verwerven.

De VRT zal hiertoe een samenwerkingsovereenkomst sluiten met het VAF. Voor de realisatie van deze doelstelling zullen VAF en VRT een beroep kunnen doen op alle financieringsinstrumenten die door de Vlaamse Gemeenschap worden ontwikkeld voor zover zij aan de toekenningvoorwaarden ervan beantwoorden.

**§7.** Gedurende de periode van de beheersovereenkomst zal de VRT maximale inspanningen leveren om zijn aanbod voor de slechthorenden en de slechtzienden toegankelijk te maken.

1° Voor slechthorenden zal de VRT zijn ondertitelingaanbod aan televisieprogramma's geleidelijk uitbreiden tot 95 % in 2010.

2° Voor de slechtzienden zal de VRT bij hernieuwing van zijn websites, de sites maximaal conform het Blindsurfer-label realiseren.

3° Tevens zal de VRT onderzoeken in welke mate hij de televisieprogramma's op een gebruiksvriendelijke wijze toegankelijk kan maken voor de slechtzienden. Indien uit deze onderzoeken blijkt dat zulks financieel, operationeel en technisch haalbaar is, worden de eerste experimenten opgezet bij Ketnet.

**§8.** De aankleding van een net, de netpromotie en het gecreëerde imago zijn verbonden met het slagen of falen van de aanbodpolitiek omdat alleen maar kwalitatief hoogstaande programma's brengen niet voldoende is om ook de mediagebruiker te overtuigen het aanbod te consumeren. Vandaar dat ook een professionele en consistente netstyling en promotie zullen worden behouden.

Tevens zal de VRT via een gediversifieerd promotiebeleid per net het contact met het publiek intensifiëren.

**§9.** Hierna worden voor het generalistisch aanbod voor iedereen, het generalistisch aanbod voor doelgroepen en het specialistisch thematisch aanbod, aangeduid welke mediabehoeften dit aanbod invult, welke het doelpubliek of de doelgroep en de kenmerken en profilering van dit aanbod zijn.

De VRT verricht geregeld een uitgebreid publieksonderzoek dat nagaat welke behoeften de gebruiker met media invult. De VRT speelt maximaal in op de behoeften van alle Vlaamse mediagebruikers. Uit het jongste publieksonderzoek (Driehoek), bij het sluiten van deze beheersovereenkomst, blijkt dat de mediagebruiker drie kernbehoeften heeft:

- 1° het leven aangener maken;
- 2° het leven onder controle houden;
- 3° het leven verrijken.

### **Artikel 10. Generalistisch aanbod voor iedereen**

De VRT positioneert zijn generalistisch aanbod ten overstaan van de kernbehoeften van de mediagebruiker op basis van drie elementen van publieke meerwaarde:

- 1° Signaleren
- 2° Verbinden
- 3° Ontplooien

'Signaleren' is een waarde die in het gehele generalistische aanbod aanwezig is. De VRT dient de vinger aan de pols van de samenleving te houden en de Vlamingen een waarheidsgetrouw venster op Vlaanderen en op de wereld te bieden. De VRT staat daarbij garant voor waarheidsgetrouwe en onafhankelijke informatie.

'Verbinden' en 'ontplooien' zijn waarden die eveneens aanwezig zijn binnen elk generalistisch VRT-aanbod.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



De verbindende opdracht bestaat erin de sociale samenhang en de sociale integratie in een democratische samenleving te bevorderen. De ontplooiende opdracht is gericht op het bieden van een meerwaarde aan de mediagebruiker als individu. Met een diepgaand aanbod spreekt de VRT de Vlaming aan die via het gebruik van zijn media kennis wil verwerven of naar bekwaamheid en zelfbewustzijn zoekt.

De verschillende generalistische radio- en televisienetten onderscheiden zich van elkaar door verschillende evenwichten tussen de elementen van publieke meerwaarde en door de concrete invulling die daaraan gegeven wordt. Alleen met de genoemde generalistische netprofielen in elk mediatype is het mogelijk de volledige Vlaamse bevolking te bereiken.

### §1. Generalistisch signalerend aanbod (Donna)

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch signalerend aanbod. Dat aanbod moet voldoen aan de mediabehoefte van een grote groep Vlamingen met als belangrijkste mediabehoefte 'het leven aangenamer maken', zonder 'de controle over het leven' te willen verliezen. Radio is een medium dat bij uitstek geschikt is om een signalerende functie uit te oefenen.

Donna bereikt een groot deel van de Vlamingen en vervult de basisbehoefte 'het leven aangenamer maken' (uitleven/ontdekken). De VRT zal het radioaanbod van Donna vernieuwen en uitbouwen tot een volwaardig 'bij de tijd'-net.

Het vernieuwde **Donna** zal de informatie doseren en 'uitzenden op een signalerende manier'. Het aanbod is een aaneenschakeling van aangename radio en muziek en geeft korte items met kwaliteitsvolle informatie. Essentiële onderdelen van het aanbod zijn het belangrijkste nieuws van de dag, het weer en de verkeersinformatie. Bovendien moet er aandacht zijn voor cultuur, media, lifestyle, randnieuws, de nieuwste muziek en sport. Het net brengt (achtergrond)nieuws dat de mediagebruiker snel en alert op de hoogte houdt. Het net zal laagdrempelig en toegankelijk zijn en een eigentijdse uitstraling hebben.

Omwille van de signalerende functie is vooral het lineaire aanbod belangrijk. Donna vervult bovendien een essentiële rol in het driesporenbeleid. Donna krijgt een belangrijke doorverwijsfunctie naar het andere VRT-aanbod.

Naast het vernieuwde Donna blijft ook Donna Hitbits belangrijk. Donna Hitbits brengt kort maar volwaardig nieuws aan mediagebruikers die verder alleen eigentijdse muziek willen horen.

### §2. Generalistisch verbindend aanbod (Eén en Radio 2)

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch verbindend aanbod. Dat aanbod voldoet aan de verwachtingen van een grote groep Vlamingen met duidelijke sociale verwachtingen ten opzichte van media. Ze verwachten van media dat ze hen helpen het leven onder controle te houden. Deze groep wil bovendien 'contact houden met de omgeving' ('erbij horen') en is in zijn mediagebruik op zoek naar een 'kwaliteitsvol, aangenaam en ontspannend moment'. Deze eigenschappen dienen aanwezig te zijn in het media-aanbod.

Het verbindende staat centraal in de totale programmering van dit aanbod. Het zorgt voor een 'feel good'- en een dichtbij-gevoel bij alle mediagebruikers.

Eén en Radio 2 zijn de generalistisch verbindende netten van de VRT. De VRT zal via de programmering van Eén en Radio 2 de sociale cohesie in Vlaanderen bevorderen en de verbondenheid van de mediagebruikers met de regio's, met Vlaanderen en met de wereld stimuleren. Het aanbod is sterk Vlaams georiënteerd.

**Radio 2** richt zich met ontspanning en met populaire muziek op een heel breed publiek in Vlaanderen. Radio 2 is een gids voor actieve mensen van alle leeftijden met een gezonde interesse voor het leven in de wereld. Radio 2 stelt regionale verankering en ontkoppeling centraal in zijn aanbod. De actualiteit

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



wordt breed belicht vanuit de regio. Nieuws en informatie gaan van regionale en nationale politiek en cultuur over economie tot sport.

**Eén** is het grootste televisienet van de VRT en speelt een fundamentele rol in de verspreiding van binnen- en buitenlands nieuws en informatie onder een groot publiek. Naast informatie komen vooral cultuur en educatie aan bod in toegankelijke programma's. Ontspanning wordt ingezet als bindmiddel om de andere Openbare Omroepdomeinen voor een breed publiek te realiseren. Het inhoudsloze, de sensatie en het voyeurisme worden geweerd.

De verbindende generalistische radio- en televisienetten zullen in de toekomst intensief samenwerken. Deze samenwerking kan op termijn resulteren in de ontwikkeling van één crossmediaal merk. Dat merk zal moeten vertrekken vanuit een gezamenlijke publieke meerwaarde maar met respect voor het mediaspecifieke bij de uitwerking op elk medium.

De VRT zal zijn netten continueren en versterken in de Openbare Omroepdomeinen met toepassing van het driesporenbeleid.

### 1° Nieuws

Eén breidt zijn nieuwsaanbod uit: Het aanbod wordt vollediger, met meer items over onder meer cultuur, wetenschap, justitie en economie. Dit gebeurt via de oprichting van gespecialiseerde cellen binnen de geïntegreerde nieuwsdienst. Eén brengt korte journaals 's ochtends en in de namiddag.

Radio 2 bouwt verder zijn geïntegreerde nieuwsbulletins uit waarin regionaal, nationaal en internationaal nieuws aan bod komen. Elke nieuwsuitzending zal ontkoppeld nieuws per regio brengen.

### 2° Cultuur

Eén en Radio 2 informeren over culturele activiteiten in toegankelijke programmaformules. Cultuur komt aan bod als het een actualiteitswaarde heeft of als het past in de leefwereld van de programma's. Beide netten hebben ook aandacht voor populaire cultuur en entertainment.

### 3° Kennis en Wetenschap

Radio 2 en Eén zullen in mobiliserende leerrijke programma's een brede interesse opwekken voor Kennis en Wetenschap.

### 4° Vlaamse identiteit

Radio 2 blijft de Vlaamse Identiteit ondersteunen met zijn programmering en het grote aandeel van Vlaamse muziekproducties, waaronder ook het Nederlandstalige.

De versterking van het aanbod in fictie en animatie is afhankelijk van het zich realiseren van de voorwaarden vermeld in artikel 9, § 6.

Amusement blijft een belangrijk onderdeel van het generalistische verbindende aanbod. De VRT zal de kwaliteitsstandaard van populaire televisie in Vlaanderen verder verbeteren.

### 5° Sport

Eén heeft een sportaanbod met gespecialiseerde magazines en rechtstreekse uitzendingen van belangrijke sportevenementen. Daarnaast zal Eén verder investeren in mobiliserende programma's waarin de mediagebruiker wordt aangezet tot sporten.

Radio 2 besteedt in zijn programmatie aandacht aan zowel nationale als regionale sport en sportverslaggeving.

### §3. Generalistisch ontplooiend aanbod (Canvas en Radio 1)

De VRT vertaalt de Openbare Omroepdomeinen in een generalistisch ontplooiend aanbod. Dat aanbod moet voldoen aan de mediabehoefte van een grote groep Vlamingen die van media verwachten dat 'ze hun leven verrijken, hun kennis verbreden en hun nieuwe dingen laten ontdekken.' Deze mensen

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



verwachten ook dat media hun leven onder controle helpen houden. Alle eigenschappen dienen aanwezig te zijn in het aanbod.

**Canvas** en **Radio 1** zijn de twee VRT-netten die momenteel het best en voor het breedst mogelijke publiek op de ontplooiende behoeften (status verwerven, kennis vergroten en ontdekken) inspelen. Meer dan de generalistische verbindende netten zullen zij hun 'VIA'-diensten uitbreiden en hun aanbod ook via de media Internet en Mobiel aanbieden. Anders zullen deze ontplooiende basisbehoeften in de toekomst steeds meer los gezien worden van de media Radio en Televisie. Niettemin zijn het lineaire radio- en televisieaanbod cruciaal om de brug te slaan naar het nieuwe media-aanbod.

De ontplooiende radio- en televisienetten zullen in de toekomst intensief samenwerken. Deze samenwerking kan op termijn resulteren in de ontwikkeling van een crossmediaal ontplooiend merk. Dat merk zal moeten vertrekken vanuit een gezamenlijke publieke meerwaarde maar met respect voor het mediaspecifieke bij de uitwerking op elk medium.

Het ontplooiende aanbod zal bovendien een cruciale rol spelen in het driesporenbeleid. Via de generalistische ontplooiende netten zal het de mediagebruiker doorverwijzen naar het specialistisch thematisch VRT-aanbod.

**Radio 1** is een venster op de wereld, een net met als kernwaarden ontdekking en verruiming. De informatieve basis wordt aangevuld met en is ingebed in een gevarieerde programmamix. Cultuur, human interest, muziek –waaronder ook het Nederlandstalige lied-, kennis en wetenschap en satire hebben hierin hun plaats. Radio 1 zal dit programmabeleid verder uitbouwen met extra aandacht voor het ontdekken binnen het aanbod (stimuleren, prikkelen, verrassen).

De brede actualiteit zal nog verder worden uitgebouwd, onder meer via gespecialiseerde cellen op de geïntegreerde nieuwsredactie en door meer uitleg bij het nieuws. De VRT geeft extra nieuwsbulletins bij belangwekkende gebeurtenissen.

Radio 1 zal veel aandacht blijven schenken aan sport zowel in de nieuwsprogramma's als in gespecialiseerde magazines.

**Canvas** is een informatief, leerrijk en deskundig net voor de mediagebruiker die op zoek is naar meerwaarde, bekwaamheid en zelfbewustzijn. Canvas besteedt aandacht aan binnen- en buitenlandse informatie. Canvas vertelt sterke verhalen, biedt kritische meerwaarde, is alert en verrassend. Canvas zal een gevarieerde programmamix blijven bieden. Het net zal zijn aanbod uitbreiden en versterken waar nodig. Canvas wil in de toekomst meer aandacht besteden aan het 'ontdekken' binnen het aanbod (stimuleren, prikkelen, verrassen, experimenteren).

### 1° Nieuws

Canvas zal zijn Journaal differentiëren van het journaal op Eén en het aanpassen aan het profiel van zijn doelpubliek. Hierbij zal het zijn aanbod inzake achtergrondinformatie en duiding verder uitbouwen. De nieuwsredacties zullen meer aandacht besteden aan domeinen als wetenschap, gezondheid, economie en cultuur, via de gespecialiseerde cellen op zijn geïntegreerde nieuwsredactie. Canvas schept ruimte voor diepgravende en kritische onderzoeksjournalistiek.

### 2° Vlaamse Identiteit: fictie

De versterking van het aanbod in dit domein is afhankelijk van de realisatie van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

### 3° Kennis en Wetenschappen: documentaires

De versterking van het aanbod in dit domein is afhankelijk van de realisatie van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

### 4° Cultuur

Cultuurbeleving komt aan bod in generalistische cultuurprogramma's en in mobiliserende programmaformules. Naast de auteursfilm behoren ook concerten en andere podiummanifestaties tot het aanbod.

### 5° Sport

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



Ook sport vormt een belangrijk onderdeel van de Canvasprogrammering. De rechtstreekse uitzending van de belangrijke sportmanifestaties blijft behouden.

### Artikel 11. Generalistisch aanbod voor doelgroepen

De VRT dient op een gerichte manier een kwalitatief sterk media-aanbod te brengen voor bepaalde bevolkingsgroepen, te weten voor kinderen en jeugd en voor Vlamingen in het buitenland.

#### §1. Generalistisch aanbod voor kinderen (Ketnet)

Ketnet richt zich tot alle Vlaamse kinderen tot 12 jaar. Ketnet biedt een lokaal, kwaliteitsvol, Vlaams aanbod. Ter bescherming en promotie van de Vlaamse culturele identiteit en diversiteit is het belangrijk om Vlaamse kinderen van in hun prille levensjaren met een kwaliteitsvol Vlaams aanbod te bedienen. Ketnet behoudt zijn dagelijkse journaal op weekdagen.

Het klassieke lineaire televisiemedium wordt door kinderen steeds vaker gedeeld met de nieuwe mediatypes. Kinderen nemen het aanbod van nieuwe media steeds sneller op. Ketnet dient daar ruim op in te spelen met VIA-diensten en dient zijn aanbod ook via Internet en Mobiel te ontwikkelen. De klassieke lineaire Televisie blijft niettemin belangrijk om een brug te slaan naar die nieuwe mediatoepassingen en de kinderen zo te gidsen in de multimediale wereld. De ontplooiing van Ketnet naar een crossmediaal merk is noodzakelijk.

Ketnet voerde in april 2006 een subsegmentatie van Ketnet in leeftijdsgroepen in die de volgende jaren verder zal worden verfijnd en uitgebouwd. Ketnet blijft het 'moedermerk'. De jongste en de oudste subgroep kregen elk een eigen submerk dat van het algemene moedermerk is afgeleid.

**K'tje** stimuleert de 0-tot-4-jarigen in hun ontwikkeling.

**NT** helpt de 8-tot-12-jarigen bij het verkennen van de wereld van de volwassenen (relaties, prestaties).

**Ketnet** blijft de merknaam waaronder het aanbod van de 4-tot-8-jarigen wordt gebracht. Dit aanbod zal de doelgroep aanzetten tot het exploreren van de eigen persoon. Verkennen, spelen en creëren staan daarbij centraal.

Ketnet speelt in op de leeftijd en de leefwereld van elke subgroep met een apart aanbod aangepast aan de specifieke doelgroep. Ketnet heeft een ruim aanbod van hoge kwaliteit in verschillende genres. Een groot deel van zijn aanbod zijn Vlaamse producties. Met zijn aanbod stimuleert Ketnet kinderen om creatief te zijn, hun verbeelding te laten werken en de samenleving en de gebeurtenissen in hun eigen tempo te ontdekken en te begrijpen.

De versterking van het aanbod in jeugdfictie is afhankelijk van het zich realiseren van de voorwaarden vermeld in artikel 9, §6.

Ketnet biedt ook via Internet een communicatie-webplatform aan die de kinderen onderling met elkaar in contact brengt en de mogelijkheid geeft om zich te ontplooien. Ketnet zal zijn aanbod versterken met een digitaal lineair radioaanbod via Internet.

#### §2. Generalistisch aanbod voor jongeren (Stubru)

Stubru richt zich op de doelgroep van thuiswonende 12- tot 25-jarigen. Dit zijn de jongeren op weg naar of in de eerste fase van zelfstandigheid. Jongeren zijn een belangrijke maar voor de klassieke media Radio en Televisie moeilijk te bereiken doelgroep. Jongeren evolueren meer en meer naar een overwegend individuele gebruiksomgeving. Stubru dient met zijn jongerenaanbod daarop in te spelen met VIA en het aanbod crossmediaal uit te breiden naar de media Internet en Mobiel.

**Stubru** zal het profiel verfijnen om zich beter te focussen op de beoogde doelgroep. StuBru wil een smaakmaker en trendsetter zijn. Muziek is ruimschoots aanwezig in de programmatie. StuBru kiest voor

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



een intelligente mix van pop, rock en dansmuziek. Volgens luisteronderzoek heeft deze doelgroep ook duidelijk interesse in nieuws en culturele informatie. StuBru zal deze behoeften nog beter invullen dan nu.

De aanwezigheid van Stubru op het Internet is van groot belang. StuBru zal daarom een multimediaal en participatief breedband jongeren-webplatform opzetten. Op het multimediale platform kunnen de bezoekers met elkaar communiceren en blogs en vlogs aanmaken. Het platform biedt een podium voor de creaties van de jongeren. Het biedt tevens een archief van audiovisueel materiaal op aanvraag aan.

### §3. Generalistisch aanbod voor Vlamingen in het buitenland (RVi/BVN)

RVi richt zich op de groep Vlamingen die permanent of semi-permanent in het buitenland verblijft alsook op de Vlamingen op reis in het buitenland. RVi is een combinatie van Radio en Internet. Beide media vullen elkaar aan.

De VRT zal het huidige radioaanbod voor Vlamingen in het buitenland behouden en een multimediaal participatief webplatform ontwikkelen voor de Vlamingen in het buitenland.

**RVi 1** brengt een informatief lineair aanbod dat via verschillende satellieten in vrijwel de hele wereld te horen is. Bovendien is RVi 1 ook te beluisteren via live streaming op het Internet, en overdag via de middengolf.

**RVi 2** is het meer ontspannende net dat te beluisteren is in Europa, Noord-Afrika en het Midden-Oosten via de satelliet.

De VRT zal met het oog op het bereiken van de Vlamingen in het buitenland de technologische evoluties (waaronder DRM) van nabij opvolgen.

BVN (Het Beste van Vlaanderen en Nederland) is het publieke televisienet voor Nederlanders en Vlamingen in het buitenland. BVN is een samenwerkingsverband tussen de Nederlandse Publieke Omroep, de Nederlandse Wereldomroep en de VRT. BVN biedt een selectie aan uit het aanbod van Eén, Ketnet, Canvas en Nederland 1, 2 en 3. BVN is over (bijna) heel de wereld te bekijken. De VRT zal zijn aanbod op BVN versterken.

### Artikel 12. Het specialistisch thematisch aanbod

De VRT brengt al een specialistisch thematisch aanbod in het derde spoor in de Openbare Omroepdomeinen Cultuur, Sport en Nieuws. De VRT continueert en versterkt dit aanbod en rolt een digitaal televisiekanaal uit in het domein Cultuur.

Uit het publieksonderzoek Driehoek blijkt dat de mediagebruiker vooral in het derde spoor het aanbod op de plaats en het tijdstip wil consumeren die hem het best passen. De nieuwe media Internet en Mobiel en VIA-diensten nemen in het specialistisch thematisch aanbod dan ook een belangrijke plaats in.

#### §1. Het specialistisch thematische aanbod: Nieuws

Het doelpubliek van het thematische aanbod is elke Vlaming die op een snelle en functionele manier wil geïnformeerd worden en elke Vlaming die op een meer verdiepende wijze de actualiteit wil kennen en begrijpen.

De VRT heeft met Vrtnieuws.net (Internet) en Nieuws+ (digitale Radio) vandaag reeds een nieuwsaanbod in het derde spoor. De VRT zal dit aanbod in de komende periode verder versterken.

De VRT zal Vrtnieuws.net inhoudelijk, vormelijk en qua navigatie en interactiviteit verder verbeteren. Vrtnieuws.net staat garant voor kwalitatieve en onafhankelijke informatie. Vrtnieuws.net moet zijn mediagebruikers snel informeren. Daarom zal de VRT belangrijke evenementen live streamen.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en een aan het medium aangepast nieuwsaanbod gebracht.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



### §2. Het specialistisch thematisch aanbod: Cultuur

Onder 'Cultuur' in het derde spoor wordt begrepen 'dat deel van de menselijke activiteit dat erop gericht is om op een creatieve manier de leefkwaliteit van mens en maatschappij te verbeteren of om het inzicht in de menselijke betekenis te vergroten. Het streven naar immateriële meerwaarde zal hierbij de dominante motivatie zijn'. Cultuur bevat in die zin ook cultureel toerisme, erfgoed, amateurkunsten, volkscultuur, jongerencultuur en het aanbod uit het sociaal cultureel veld etc.

Het specialistisch thematisch cultuuraanbod richt zich specifiek tot de al geïnteresseerde mediagebruiker. Dit is zowel de mediagebruiker die de VRT nu al bereikt met zijn cultuuraanbod via spoor 2 op de generalistische netten en met het radionet Klara, als de de jongere groep cultureel omnivoren. De VRT moet een aanbod brengen dat op de behoeften van deze gehele groep inspeelt.

De VRT zal zijn specialistisch thematisch cultuuraanbod crossmediaal aanbieden onder Klara en of een ander cultuurmerk. Het crossmediaal aanbod is aanwezig op Radio, Televisie, Internet en Mobiel.

Klara-radio zal zijn aanbod afstemmen op het profiel van het crossmediale cultuurmerk. Klara zal nieuwe formats ontwikkelen en zijn muzieklijn laten aansluiten bij het doelpubliek. Klara Continuo biedt verrijking en comfort aan de liefhebbers van klassieke muziek.

De VRT heeft de intentie om zo snel mogelijk een digitaal televisiekanaal Cultuur te creëren onder een nog nader te bepalen cultuurmerk. Dit televisiekanaal kan starten vanaf de datum van ondertekening van de beheersovereenkomst. De VRT zal voor de creatie van het televisiecultuurkanaal een samenwerking aangaan met de private sector. Hiertoe behoort in het bijzonder de structureel gesubsidieerde kunstensector. Deze samenwerking gebeurt binnen de klijntlijnen van het Vlaamse en het Europese mediarecht en het mededingingsrecht. De modaliteiten, het financieel plan met inbegrip van het verwerven van sponsorinkomsten, en de startdatum van dit cultuurkanaal zullen geregeld worden in een addendum dat de partijen sluiten tegen uiterlijk 1 december 2006

Verder zet de VRT ook een multimediaal en participatief webplatform op dat het cultuuraanbod ondersteunt en dat fungeert als het centrale platform van het culturele VRT-aanbod.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en een aan het medium aangepast cultuuraanbod gebracht.

### §3. Het specialistisch thematische aanbod: Sport

Het doelpubliek van het thematische sportaanbod zijn de sportliefhebbers die sport samen met het gezin of in groep willen beleven. Voor deze groep is rechtstreekse verslaggeving belangrijk. Met het specialistisch thematisch sportaanbod wil de VRT zich ook richten op de sportbeoefenaar zelf, de sportkenner en de mediagebruiker die zijn kennis over (de gevolgen van) sport wil vergroten. De VRT zal ten slotte een specialistisch thematisch aanbod brengen voor de mediagebruiker die louter geïnformeerd wil worden.

De VRT zal een zo groot mogelijke diversiteit aan sportdisciplines brengen over zijn radio en televisienetten heen met naast voetbal en wielrennen onder andere tennis, atletiek, zaalsporten en vele anderen.

De VRT brengt het grootste deel van zijn programma's over sport onder de merknaam Sporza. Het aanbod van toegankelijke sportprogramma's zal de VRT behouden op zijn generalistische netten. Belangrijke competities waaraan Vlamingen deelnemen en programma's waarin actieve sportbeoefening wordt gepromoot, zullen op de generalistische netten uitgezonden blijven worden.

De VRT zal zijn sportaanbod op radio inhoudelijk versterken. Sporza Radio brengt rechtstreekse verslaggeving, achtergrondverslagen, gesprekken over sport, sportnieuws en muziek.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



De VRT zal zijn aanbod via het Internet sporza.be inhoudelijk, vormelijk en qua navigatie en interactiviteit actueel houden en nog vollediger en efficiënter maken. Sporza.be brengt naast een informatief en actueel sportaanbod ook nieuws, duiding over sport, een sportkalender, audio- en audiovisuele fragmenten en alle sportuitslagen. Sporza.be moet zijn mediagebruikers snel informeren. Daarom zal de VRT belangrijke evenementen live streamen. Sporza.be zal een specifiek aanbod over sport en gezondheid ontwikkelen.

Via het medium Mobiel wordt een relevant en aan het medium aangepast sportaanbod gebracht.

### Artikel 13. Innovatie in media

**§1.** De mediawereld is in sterke evolutie. De VRT moet via zijn toegevoegde opdracht in onderzoek en innovatie, de evoluties in de media nauw opvolgen en toetsen aan hun belang voor het realiseren van zijn openbare omroepopdracht.

**§2.** In een evoluerende mediamarkt moet de VRT in staat zijn om zijn inhoudelijke omroepopdracht permanent bij te sturen tot nieuwe media (Media/Web 2.0, 3D werelden, speltoepassingen (gaming), locatie gekoppelde mediatoepassingen (location based services)).

### Artikel 15. Het kwaliteitsbeleid

**§1.** De VRT zal zich profileren als een kwaliteitsomroep. Het volledige aanbod van de VRT moet worden gekenmerkt door de kwaliteit van de programma's zowel naar inhoud, naar vorm als naar taalgebruik. VRT hanteert een aantrekkelijke, duidelijke en correcte standaardtaal die rekening houdt met en afgestemd is op de mediagebruikers.

Het begrip kwaliteit heeft vier dimensies:

1° de VRT moet zijn openbare omroepopdracht zo correct mogelijk invullen (kwaliteit mbt tot de opdracht);

2° de VRT moet de band met de mediagebruiker zo sterk mogelijk maken (functionele en toegeschreven kwaliteit);

3° de VRT moet het ethische kader waarbinnen hij werkt te allen tijde respecteren (ethische kwaliteit);

4° de programma's van de VRT moeten voldoen aan de hoogste professionele normen en op een efficiënte en effectieve wijze tot stand komen (operationele en professionele kwaliteit)

### §2. Definiëring van de aspecten van kwaliteit

*Publieke kwaliteit* is er wanneer de omroep voldoet aan de opdrachten die overheden hebben geformuleerd. Deze opdrachten worden niet enkel geformuleerd in de gecoördineerde mediadecreten en deze beheersovereenkomst, maar worden ook duidelijk geëxpliciteerd in de Resoluties van Praag en Krakau van de Raad van Europa.

Hierin werd de onafhankelijkheid van de publieke omroepen bevestigd, werd gewezen op hun belangrijke rol voor de sociale cohesie in de maatschappij en op hun rol als ontwikkelaar van pluralistische, innovatieve, gevarieerde en originele producties voor een breed publiek. De verklaring van Krakau breidde dit mission statement ook uit naar nieuwe mediatoepassingen.

*Functionele kwaliteit* is de mate waarin het aanbod voor de beoogde mediagebruiker de functie vervult die hij vervuld wil zien. De VRT moet op geregelde tijdstippen nagaan wat de mediabehoefte van de Vlamingen zijn en hoe de VRT als mediabedrijf deze invult. Bij het evalueren van de functionele kwaliteit van de VRT moet rekening gehouden worden met de analyse van de mediabehoefte én de invulling ervan door de VRT. Daarnaast moeten ook het taalgebruik en de toegeschreven kwaliteit (het al of niet

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



bereiken van de beoogde doelgroep of het doelpubliek en de beoordeling van de doelgroep of het doelpubliek) in aanmerking genomen worden voor de evaluatie.

*Ethische kwaliteit* formuleert de morele en ethische eisen die aan media worden gesteld, vertrekkend vanuit de fundamentele rechten en vrijheden van de mens. Dit houdt in dat, op basis van de Universele Verklaring van de rechten van de mens elke vorm van discriminatie wordt geweerd.

De informatieprogramma's, de mededelingen en de programma's met een algemeen informatieve inslag en alle informatieve programmaonderdelen dienen onpartijdig en waarheidsgetrouw te zijn. De programma's van de nieuwsdienst moeten beantwoorden aan de normen inzake journalistieke deontologie zoals vastgelegd in een deontologische code en genieten waarborgen voor de gangbare redactionele onafhankelijkheid zoals vastgelegd in het redactiestatuut.

*Operationele kwaliteit* is de mate waarin het aanbod op een effectieve en efficiënte wijze tot stand komt, waarbij de *professionele kwaliteit* de eisen formuleert die het vak stelt aan het aanbod: zoals opbouw, formating, uitvoering en taalgebruik. Monitoring van operationele en professionele kwaliteit gebeurt op basis van permanente interne kwaliteitsbewaking. Belangrijke elementen hierbij zijn publiekstevredenheid, rekening houden met maatschappelijke trends, creativiteit stimuleren en behouden en operationele kwaliteitsverbetering.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



### Bijlage 2 (Nederland)

Conform het Protocol bij het Verdrag van Amsterdam is in de huidige Nederlandse Mediawet de taakopdracht van de publieke landelijke, regionale en lokale omroep nauwkeurig geformuleerd.

#### **Titel 1. De taak van de publieke omroep**

##### **Artikel 13c**

1. De publieke omroep heeft tot taak:
  - a. het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van een pluriform en kwalitatief hoogstaand aanbod van programma's voor algemene omroep op het gebied van informatie, cultuur, educatie en verstrooiing en deze in ieder geval door middel van omroepzenders te verspreiden naar alle huishoudens in het verzorgingsgebied waarvoor de programma's zijn bestemd en voor de ontvangst waarvan geen andere kosten verschuldigd zijn dan de kosten van aankoop of gebruik van technische voorzieningen die de ontvangst mogelijk maken;
  - b. het verrichten van alle activiteiten met betrekking tot programmaverzorging en uitzending die daartoe nodig zijn;
  - c. het verzorgen en uitzenden van programma's, bestemd voor landen en gebieden buiten Nederland en voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven.
  
2. De programma's van de publieke omroep geven op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving en van de onder de bevolking levende interesses en inzichten op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied, en:
  - a. zijn toegankelijk voor de gehele bevolking in het verzorgingsgebied waarvoor de programma's zijn bestemd;
  - b. dragen bij aan de ontwikkeling en verspreiding van de pluriformiteit en culturele diversiteit in Nederland;
  - c. zijn onafhankelijk van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden; en
  - d. zijn gericht op zowel een breed en algemeen publiek als op bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling.
  
3. De publieke omroep kan mede invulling geven aan zijn taak, bedoeld in het eerste lid, door tevens te voorzien in andere dan de in het eerste lid, onderdeel a, bedoelde wijzen van aanbod en verspreiding van programmamateriaal.

In de zojuist door de regering aan het Nederlandse Parlement voorgelegde nieuwe Multimediawet (Tweede Kamer, 2008-2009 Kamerstuk nr. 31 356), is deze taakopdracht als volgt geformuleerd:

#### **Titel 2.1 Publieke mediaopdracht**

##### **Artikel 2.1**

1. Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit:
  - a. het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod op het terrein van informatie, cultuur, educatie en verstrooiing, via alle beschikbare aanbodkanalen; en
  - b. het verzorgen van publieke mediadiensten waarvan het media-aanbod bestemd voor landen en gebieden buiten Nederland en voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven.
2. Publieke mediadiensten voldoen aan democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving door het aanbieden van media-aanbod dat:
  - a. evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud;
  - b. op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt;

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



- c. gericht is op en een relevant bereik heeft onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen;
  - d. de Nederlandse identiteit met inbegrip van culturele diversiteit in Nederland weerspiegelt en daaraan bijdraagt;
  - e. onafhankelijk is van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden;
  - f. voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen; en
  - g. voor iedereen toegankelijk is.
3. Het programma-aanbod van de algemene programmakanalen van de landelijke, regionale en lokale publieke mediadiensten wordt via omroepzenders verspreid naar alle huishoudens in het verzorgingsgebied waarvoor de programma's zijn bestemd zonder dat zij voor de ontvangst andere kosten moeten betalen dan de kosten van aanschaf en gebruik van technische voorzieningen die de ontvangst mogelijk maken.
  4. In het kader van de uitvoering van de publieke mediaopdracht volgen en stimuleren publieke media-instellingen technologische ontwikkelingen en benutten de mogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken.

Om de ontwikkelingen van de media in Nederland te schetsen volstaan we hier met citaten uit de memorie van toelichting bij de hierboven gememoreerde voorgenomen nieuwe Multimediawet - die van toepassing behoort te worden op zowel de landelijke, de regionale als de lokale publieke omroep .

"Radio, televisie en internet schuiven in elkaar en er zijn talloze manieren om het publiek te bereiken: via diverse distributienetwerken, vast en mobiel, met algemene en gespecialiseerde kanalen, en met aanbod dat op aanvraag beschikbaar is. Het mediagebruik van mensen verandert, evenals de strategieën van mediabedrijven. Het kabinet vindt het belangrijk dat de Nederlandse publieke en commerciële omroepen in dit digitale medialandschap een goede positie houden."

(...)

"Ten eerste komen er betere spelregels voor de diverse activiteiten van de landelijke publieke omroep. Het kabinet vindt het belangrijk dat het publieke aanbod voor mensen 'altijd en overal' beschikbaar is<sup>21</sup>. In het digitale tijdperk horen themakanalen, websites en audiovisuele diensten als *Uitzending Gemist* onlosmakelijk bij de publieke taak."

(...)

"Tegelijk moet de overheid greep houden op wat de publieke omroep doet, ook om te voldoen aan Europese regels."

(...)

"Media zijn een spil in de democratie en geven mede vorm aan onze cultuur – internationaal, nationaal, lokaal en binnen groepen. Vanwege deze maatschappelijke functies is het belangrijk dat de media vrij zijn, dat een regering zich niet bemoeit met de inhoud van kranten, radio, televisie en internet. Dat is iets anders dan de media helemaal overlaten aan de markt. In alle Europese landen en in de Verenigde Staten gelden er regels en is er overheidssteun voor de media. De motieven hiervoor zijn pas nog overtuigend onderbouwd in het advies 'Focus op functies' van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR)<sup>22</sup>. Volgens de WRR is het een overheidstaak om cruciale waarden in de media zeker te stellen, zoals onafhankelijkheid, verscheidenheid en kwaliteit. Dat geldt ook nu, in de 21<sup>e</sup> eeuw."

(...)

<sup>21</sup> Voor zover als technisch mogelijk is.

<sup>22</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2005). Focus op functies. Uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



“Dit wetsvoorstel concentreert zich op de taak van de publieke omroep. Het is daarom goed nog eens stil te staan bij zijn maatschappelijke functie. Ook in de toekomst is er behoefte aan een sterke publieke omroep. Alhoewel er tegenwoordig meer distributiekkanalen zijn, nemen de productiekosten niet navenant af. Op een kleine en competitieve markt als Nederland blijft publieke media-inhoud schaars. Dit geldt in het bijzonder voor audiovisuele productie, vanwege haar hoge vaste kosten, lage marginale kosten en hoge toetredingsdrempels.”

(...)

“De publieke omroep kan handelen vanuit inhoudelijke motieven en niet met een winstoogmerk. In ruil voor belastinggeld waarborgt hij publieke belangen in het medialandschap. In Nederland is pluriformiteit daarbij een kernwoord. Pluriformiteit heeft allereerst te maken met variatie aan invalshoeken en opvattingen. In de Mediawet is (en blijft) geregeld dat de publieke zendtijd open staat voor maatschappelijke stromingen met een aantoonbare achterban, in de vorm van omroepverenigingen met leden. Zij zorgen voor inkleuring van programma's vanuit hun missie. De organisaties met een wettelijke taak (NOS, NPS, Educom) dragen vanuit een ongebonden opstelling bij aan de pluriformiteit van het publieke aanbod.”

(...)

“Pluriformiteit slaat verder op een gevarieerd aanbod. Het is de taak van de publieke omroep een waaier aan programma's te verzorgen: met uiteenlopende onderwerpen, in diverse genres, en voor grote en kleine doelgroepen. Het accent ligt daarbij op informatie, educatie en cultuur, maar amusement hoort evenzeer in het pakket. Deze brede taak is in de Mediawet verankerd.”

(...)

“In het drukke, digitale medialandschap is het niet vanzelfsprekend dat de publieke omroep gewicht in de schaal blijft leggen. Het mediagebruik van mensen verandert. De verwachting is dat de algemene radio- en televisiezenders voorlopig het grootste gedeelte in de kijk- en luistertijd houden. Maar daarnaast kiezen mensen gericht tussen gespecialiseerde zenders en websites, zoeken zij inhoud op in archieven als 'Uitzending Gemist', abonneren zij zich op *podcasts* en bekijken zij op hun mobiele telefoon de headlines van het nieuws. De jongste generaties zijn de eerste die al deze nieuwe media benutten.”

(...)

“Het kabinet vindt het een opdracht voor de publieke omroep om alle wegen - oude én nieuwe - naar het publiek te benutten. Of mensen nu thuis zitten voor de buis, op de fiets met de iPod, of achter de pc te surfen: een moderne publieke omroep is er altijd en overal.”

(...)

“Dit wetsvoorstel regelt de multimediale taak van de publieke omroep beter dan tot nog toe het geval was. Enerzijds geeft het de publieke omroep ruimte om multimediaal te werken, om zijn audiovisuele aanbod via diverse platforms te verspreiden. Anderzijds zorgt het ervoor dat de overheid greep houdt op de omvang en de aard van zijn activiteiten. Dit laatste is ook nodig om te voldoen aan Europese regels.”

(...)

“Inmiddels heeft de digitalisering doorgezet en flinke gevolgen. Meerdere netwerken lenen zich voor audiovisuele diensten en radio, televisie en internet schuiven in elkaar. Daardoor blijkt het wettelijke onderscheid tussen hoofd- en neventaken niet langer werkbaar. De regels voor neventaken belemmeren zelfs de multimediale ontwikkeling van de publieke omroep. Via een algemene maatregel van bestuur is inmiddels een tijdelijke oplossing bedacht voor neventaken, binnen de kaders van de huidige Mediawet.<sup>23</sup>

Dit wetsvoorstel vervangt de tijdelijke oplossing door een wettelijke verankering van de multimediale taakopdracht van de publieke omroep. Dit betekent dat alle vormen van elektronisch aanbod, ongeacht de distributiewijze, voortaan tot zijn werkterrein behoren. Nieuwe media en technologieën zijn daar nadrukkelijk onderdeel van.

<sup>23</sup> Staatsblad 2006, 448.

## Raadpleging EC over de mogelijke herziening van de Omroepmededeling Beantwoording door VRT (Vlaanderen), NPO en ROOS (Nederland)



Het wetsvoorstel zorgt bovendien voor een systematiek voor vaststelling van activiteiten van de publieke omroep. De regering komt met dit voorstel ook tegemoet aan het verlangen van de Europese Commissie naar meer helderheid over de publiek gefinancierde activiteiten van de publieke omroep.

Met een multimediaal geformuleerde taakopdracht krijgt de publieke omroep van de wetgever de ruimte om alle mogelijke wegen naar het publiek te verkennen en te benutten. Dat is nodig. In een digitale context is het immers de kunst om het publieke media-aanbod via verschillende distributiekkanalen en in verschillende vormen naar het publiek te brengen. Welk verhaal via welke formule verteld zal worden, is afhankelijk van ontwikkelingen in mediagebruik, de stand van de techniek en de financiële mogelijkheden.

Dit is eerst en vooral een strategische afweging die de publieke omroep, vanwege de daar aanwezige kennis, het beste zelf kan maken. Het wetsvoorstel bepaalt nog steeds dat de publieke omroep in elk geval drie algemene televisiekanalen en vijf radiokanalen heeft. Maar voor het overige liggen de activiteiten niet vast in de wet. Dit zorgt ervoor dat de publieke omroep wendbaar is en goed kan inspelen op verschuivingen in media-aanbod en gebruik.

Tegelijk houdt de overheid greep op de omvang en aard van het publieke aanbod.”

(...)

“De regionale omroepen krijgen net als de landelijke publieke omroep de ruimte om zich multimediaal te ontplooiën”

(...)