

raad voor cultuur
raad voor cultuur
raad voor cultuur

R.J. Schimmelpennincklaan 3
postbus 61243
2506 AE Den Haag
telefoon +31(0)70 310 66 86
fax +31(0)70 361 47 27
e-mail cultuur@cultuur.nl
www.cultuur.nl

De Staatssecretaris van Onderwijs,
Cultuur en Wetenschap
mevrouw mr. M.C. van der Laan
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag

datum: 30 maart 2005
ons kenmerk: med-2005.02144/2
uw brief van: 15 maart 2005
uw kenmerk: MLB/M/2005/11.189

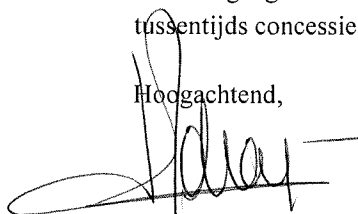
onderwerp: advies toekomst publieke omroep na 2008

Geachte mevrouw van der Laan,


In uw brief van 9 december 2004 verzocht u de Raad voor Cultuur aan te geven wat zijns inziens de taak, functie en inrichting van een publieke omroep na 2008 dient te zijn en hoe deze publieke omroep voldoende maatschappelijk verankerd kan zijn. Terwijl de voorbereiding van dit advies in volle gang was, werd op 1 maart j.l. het tussentijds concessiebeleidsplan 2006 – 2010 van de publieke omroep gepresenteerd, waarover de Raad krachtens artikel 30b/5 van de Mediawet ook wordt geacht te adviseren. Op 14 februari heeft de Raad u laten weten beide adviezen in één stuk te zullen combineren. U heeft hiermee ingestemd. Het gecombineerde advies biedt de Raad u bij deze aan.

In het advies geeft de Raad aan dat de toekomst van de publieke omroep en het daarmee samenhangende omroepbeleid expliciet verbonden dient te worden met een noodzakelijke herijking van het brede mediabeleid. De Raad schetst de uitgangspunten van dat brede beleid en bespreekt de consequenties ervan voor de voorzieningen die de overheid moet treffen in het mediaveld. Deze benadering leidt tot een andere invulling van het instituut publieke omroep. In plaats van de publieke omroep zoals we deze kennen, pleit de Raad voor een landelijke publieke media-organisatie. Deze voorziet in drie maatschappelijke functies: nieuwsvoorziening, opinievorming & achtergrond, en kunst & cultuur. De publieke media-organisatie bepaalt zelf welke media hij inzet om zijn taken te vervullen. Hij wordt volledig publiek gefinancierd en kent een flexibele, dynamische organisatievorm. Vanuit het besef dat zo'n nieuwe publieke media-organisatie niet van de ene dag op de andere kan worden gerealiseerd, schetst de Raad een overgangsmodel. Aan het slot van het advies reageert de Raad kort op het tussentijds concessiebeleidsplan 2006 – 2010.

Hoogachtend,



mr. W. Sorgdrager
Voorzitter



C.H. Weeda
Algemeen secretaris

De publieke omroep voorbij

de nieuwe rol van de overheid in het publieke mediadomein

maart 2005

Inhoud

Inleiding	5
Naar maatschappelijk mediabeleid	7
De noodzaak van publieke voorzieningen	9
Landelijke publieke media-organisaties	14
De overgang van PO naar publieke media-organisatie	21
Het tussentijds concessiebeleidsplan 2006 - 2010	23

Bijlagen

- Samenvatting rapport 'Maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen', TNO, 2 maart 2005
- Adviesaanvraag Visie op de publieke omroep d.d. 9 december 2004
- Adviesaanvraag Tussentijds Concessiebeleidsplan Publieke Omroep 2006 - 2010 d.d. 15 maart 2005

DE PUBLIEKE OMROEP VOORBIJ **de nieuwe rol van de overheid in het publieke mediadomein**

1. INLEIDING

De Raad voor Cultuur schrijft dit advies in een tijd die voor de publieke omroep in Nederland gerust roerig genoemd kan worden. Er gaat geen dag voorbij zonder dat de publieke omroep in de media zelf –veelal in negatieve zin - onderwerp van gesprek is. Al deze aandacht komt niet onverwacht. Uit opeenvolgende adviezen en rapporten¹ blijkt dat de huidige publieke omroep op een aantal fundamentele punten tekortschiet:

- De publieke omroep is niet langer een afspiegeling van de Nederlandse samenleving. Het maatschappelijk draagvlak van de publieke omroep is nu gebaseerd op autonome, ledengebonden verenigingen. Gezien de ontzuiling en het feit dat burgers minder geneigd zijn zich aan te sluiten bij verenigingen², is de vraag relevant of een dergelijk systeem nog voldoende legitimiteit bezit. Gezocht moet worden naar meer eigentijdse modellen om te garanderen dat een publieke media-organisatie in haar media-activiteiten een afspiegeling is van de Nederlandse samenleving.³
- De publieke omroep haalt op belangrijke punten zijn doelstellingen niet en vervult daardoor niet al zijn maatschappelijke functies naar behoren. De publieke omroep schiet zowel tekort in zijn publieksbereik als in zijn programma-aanbod.⁴

¹ Cultuur meer dan ooit, vooradvies van de Raad voor Cultuur (2005 – 2008), 2003; adviezen Meerjarenbegroting RvC 2003 en 2004; Reactie rapport Visitatiecommissie landelijke publieke omroep, RvC, 2004; advies (voorlopige) erkenningen, RvC, 2004; ‘Omzien naar de omroep’, Visitatiecommissie landelijke publieke omroep, 2004; diverse adviezen van het Commissariaat voor de Media.

² Niet alleen omroepverenigingen, ook andere maatschappelijke organisaties als politieke partijen, organisaties in de gezondheidszorg en vrouwenorganisaties kampen met een teruglopend ledental. De algehele verwachting is dat de ledentallen van omroepen nog sneller gaan teruglopen wanneer de omroepgegevens geheel worden vrijgegeven en de koppeling tussen omroep lidmaatschap en gids, die wettelijk al niet meer bestaat, ook in de praktijk zijn betekenis verliest.

³ Leden van omroepen zijn gemiddeld ouder dan de rest van de bevolking. Juist mensen die de publieke omroep slecht bereikt, zoals jongeren, lager opgeleiden en ‘nieuwe Nederlanders’, sluiten zich niet of nauwelijks aan bij een omroepvereniging. Bovendien blijken omroepleden niet méér te kijken of luisteren naar programma’s van de eigen omroep (uitzondering voor VPRO, EO en NCRV). Er is dus nauwelijks een relatie tussen omroep lidmaatschap en kijk- en luistergedrag. KLO, 2004.

⁴ De publieke omroep weet met zijn programma’s jongeren, lager opgeleiden en ‘nieuwe Nederlanders’ niet goed te bereiken. Er zijn bij de publieke omroep weinig nieuwe programmaformules te zien, waardoor eenvormigheid van het aanbod dreigt. Verder streeft de

- De overheid probeert resultaten af te dwingen door te bepalen hoe de publieke omroep zijn taken moet uitvoeren, maar rekent de publieke omroep niet af op de maatschappelijke taken en functies die hij behoort te vervullen. De publieke omroep heeft ook zelf, onder andere in zijn Meerjarenbegroting 2005 – 2009 aangegeven dat de huidige wettelijke programmavoorschriften niet voldoen.
- De organisatievorm van de publieke omroep is onwerkbaar. De publieke omroep is verantwoordelijk voor de doelstellingen, maar beschikt niet over de instrumenten om de realisatie van die doelstellingen af te dwingen, om resultaten te corrigeren of bij te sturen.

De discussie rond de publieke omroep speelt in een tijd waarin digitalisering op praktisch elk gebied van de mediaketen (creatie, productie, ‘packaging’, distributie en ontvangst) zijn invloed doet gelden. Mediadragers worden tegelijkertijd groter en kleiner, worden ingebouwd of juist portable. We luisteren muziek via onze mobiele telefoons, kijken televisie via ingebouwde schermpjes in de achterbank van onze auto en luisteren naar de radio via internet of iPod. Door de komst van internet en digitalisering, spelen steeds meer mensen een rol bij de productie van mediacontent.⁵ Media zijn in toenemende mate aanwezig in ons dagelijks leven. We besteden gemiddeld 40% van onze vrije tijd aan media.⁶

Om historische redenen als de schaarste van etherfrequenties is het bestaande omroepbeleid gebaseerd op mediatypen (radio, televisie) en distributieplatforms (kabel, satelliet). Nu tekst, geluid en beeld meer en meer in combinatie voorkomen, ongeacht de distributie of inhoud, verdwijnt de ratio achter deze benadering en is het tijd voor een ander mediabeleid.⁷

Het kabinet zal nog dit voorjaar zijn visie op de toekomst van de publieke omroep na 2008 presenteren.⁸ Recentelijk hebben de regeringspartijen aangegeven in welk

publieke omroep er al jaren naar het aandeel (Nederlands) drama te vergroten, maar weet hij dit streven niet ten uitvoer te brengen. Ook een sterke net- en zenderprofilering staat al jaren op de agenda, maar wordt niet verwezenlijkt. Advies (voorlopige) erkenningen, RvC, 2004.

⁵ E-cultuur: van *i* naar *e*, Raad voor Cultuur, 2003.

⁶ Achter de schermen, SCP, 2004. Van de gemiddelde 45 uur vrije tijd per week gaat bijna 19 uur op aan media en ict, waarvan tweederde (12,4 uur) voor de televisie wordt doorgebracht. Deze cijfers suggereren echter een onterechte eenvormigheid in mediagebruik. De verschillen in mediagebruik nemen toe en er tekent zich een scheidslijn af tussen jong en oud (commerciële versus publieke omroep; nieuwe versus oude media) en tussen sociaal-economisch goed geïntegreerden (hoog opgeleid, werkend, goed inkomen) en minder goed geïntegreerden (laag opgeleid, werkloos, laag inkomen).

⁷ Zoals onderbouwd in ‘Achter de schermen’ SCP, 2004 en ‘Focus op functies’, WRR, 2005.

⁸ Voor de korte termijn ligt het wetsvoorstel strategie en sturing publieke omroep klaar voor bespreking in de Tweede Kamer (Kamerstuk 2004 – 2005, 29991). Deze voorstellen tot wetswijziging hebben vooral betrekking op aanpassing van de organisatie en de besturing van de publieke omroep op de korte termijn.

kader ze verdere afspraken over een toekomstig mediabestel wensen te zien.⁹ Nu kabinet en parlement zich buigen over de publieke omroep, zouden alle gremia de kans moeten benutten het *omroep*beleid te herijken en te integreren in nieuwe uitgangspunten voor breed *mediabeleid*. Op basis van deze uitgangspunten kan men dan de toekomstige taak, functie en invulling van een publieke media-organisatie vormgeven. Voor de toekomst biedt deze benadering een meer solide fundament.

Dit advies is in essentie gebaseerd op de opvatting dat omroepbeleid moet plaatsmaken voor mediabeleid. De Raad maakt hierbij vooral gebruik van zijn eerdere adviezen¹⁰, het rapport van de visitatiecommissie¹¹, het onlangs verschenen rapport 'Focus op functies' van de WRR, 'Achter de schermen' van het SCP¹², een studie die TNO in opdracht van de Raad heeft uitgevoerd naar de maatschappelijke verankering van publieke omroepen in vijf Europese landen¹³ en het tussentijds concessiebeleidsplan 2006 – 2010 van de Publieke Omroep. De Raad concentreert zich in dit advies op de *landelijke* publieke omroep. Hij spreekt zich dus niet uit over andere actoren op het mediaveld zoals commerciële, lokale, regionale en internationale (wereld)omroepen, kranten, tijdschriften en exploitanten van inhoud op internet/nieuwe media.

2. NAAR MAATSCHAPPELIJK MEDIABELEID

Een herijking van het mediabeleid vraagt om een fundament waarop dit beleid wordt gebaseerd. De Raad werkt daartoe een aantal zorgplichten van de overheid uit. Zijn perspectief stoelt deels op de analyse van de WRR, in het bijzonder het uitgangspunt van maatschappelijke functies van (publieke) media en de taak van de overheid een aantal voor media relevante waarden te waarborgen teneinde die maatschappelijke functies naar behoren te kunnen realiseren.¹⁴

• Overheid heeft zorgplicht voor waarden in de media

Onze samenleving is gebaseerd op fundamentele waarden als vrijheid en gelijkheid. Op deze waarden zijn onze grondwet en de Europese Verklaring van de Rechten van de Mens (EVRM) gebaseerd. Een goede overheid zorgt ervoor dat de naleving van de EVRM te allen tijde is gewaarborgd. Dat betekent onder

⁹ Brief van de minister-president aan de voorzitter van de Tweede Kamer (kenmerk 05M473585) dd. 26 maart 2005.

¹⁰ Cultuur meer dan ooit, Vooradvies RvC 2005-2008; adviezen Meerjarenbegroting 2003, 2004; Reactie rapport Visitatiecommissie, 2004 en advies (voorlopige) erkenningen RvC, 2004.

¹¹ 'Omzien naar de Omroep', Visitatiecommissie landelijke publieke omroep, 2004.

¹² Achter de schermen, een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten, SCP, 2004.

¹³ Maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen, TNO 2005.

¹⁴ Focus op functies, WRR, 2005.

andere dat de overheid moet toezien op de pluriformiteit, onafhankelijkheid, kwaliteit en toegankelijkheid van het media-aanbod.¹⁵ De mate waarin het media-aanbod aan die fundamentele eisen voldoet, bepaalt tevens de waarde ervan voor de samenleving.

- **Mediabeleid moet uitgaan van maatschappelijke functies**

Media spelen een dominante rol in het leven van mensen. Ze vervullen allerlei functies: ze voorzien in nieuws, ze bieden achtergronden en maken meningsvorming mogelijk; ze verschaffen (informatie over) kunst en cultuur; ze zorgen voor vermaak; ze bieden mogelijkheden en uitdagingen om een leven lang te leren; ze geven service-informatie¹⁶, reclame en voorlichting; ze maken het burgers mogelijk deel te nemen aan het maatschappelijke debat en invloed uit te oefenen. Dit geldt niet alleen voor radio en televisie. Dit geldt voor alle media. Maatschappelijk mediabeleid beperkt zich dan ook niet tot de omroep maar overziet het integrale medialandschap.

- **De overheid moet kwetsbare functies actief bevorderen**

Niet alle genoemde principes gelden in even sterke mate voor elke maatschappelijke functie die media vervullen. Pluriformiteit is belangrijker bij opinievorming dan bij vermaak, en is zelfs irrelevant bij reclame. Als de media hun maatschappelijke functies niet naar behoren vervullen, kan een overheid ingrijpen. Sommige functies zijn van zo groot belang, dat de overheid kan besluiten ze actief te stimuleren en/of de randvoorwaarden te scheppen om ze zo optimaal te (laten) vervullen. Dit kan in de vorm van publieke omroepen, fondsen of generieke steunmaatregelen. Ook kan de overheid verplichtingen opleggen of beperkingen opheffen.

- **Niet alleen aanbod, ook mediawijsheid stimuleren**

De overheid moet niet alleen de infrastructuur en het aanbod garanderen. Gebruikers moeten de inhoud niet alleen kunnen zien, horen of lezen, ze moeten de waarde van de informatie ook kunnen plaatsen en begrijpen. Ze moeten in de gelegenheid worden gesteld voldoende bekwaamheden te verwerven om de functies en de inhoud van media volwaardig te benutten. Dat betekent dat ze begrijpen hoe media werken, welke impact media (kunnen) hebben en welke

¹⁵ Cultuur meer dan ooit, Vooradvies RvC, 2003. De WRR voegt hieraan in 'Focus op functies' nog twee functies toe: sociale cohesie en bescherming van de persoonlijke levenssfeer. De Raad vindt sociale cohesie niet een waarde die als uitgangspunt moet dienen voor mediabeleid, maar een wenselijk resultaat van uitvoering van dat beleid. In dit kader zal de Raad sociale cohesie wel in de beschouwingen betrekken. Bescherming van de persoonlijke levenssfeer betreft een veel ruimer kader dan alleen mediabeleid en zal derhalve niet specifiek in mediabeleid hoeven te worden geregeld.

¹⁶ Voorbeelden van service-informatie zijn beursberichten en verkeersinformatie, maar ook een elektronische programmagids of (onafhankelijke) productinformatie.

verantwoordelijkheden samenhangen met het maken en verspreiden van mediaproducties. Mensen moeten, kortom, mediawijs zijn.¹⁷ De Raad brengt dit voorjaar een separaat advies uit waarin hij zijn visie op het gebied van 'mediawijsheid' uiteen zet.

3. DE NOODZAAK VAN PUBLIEKE VOORZIENINGEN

Elke voorziening die de overheid creëert op het gebied van de media, betekent dat zij ingrijpt in de markt en het functioneren van het mediaveld. Elke actie moet dan ook goed beargumenteerd zijn en dient gebaseerd te zijn op de vragen: welke functies zijn kwetsbaar; waar (via welke media) en waarom moet de overheid ingrijpen in de markt, functies actief stimuleren en essentiële voorzieningen treffen?

Nieuwsvoorziening

- Nieuwsvoorziening is een kwetsbare functie. Productie, selectie en vormgeving van nieuws moet vooral onafhankelijk en betrouwbaar zijn. Ook de kwaliteit van het aanbod, de toegankelijkheid en de pluriformiteit van de bronnen zijn van belang. Als de onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van de nieuwsvoorziening in het geding komt, raakt dat aan grondwaarden van onze samenleving. In extreme gevallen kan dat onze democratische rechtsstaat bedreigen en haar bestuurbaarheid aantasten. Media zijn ook een belangrijke bron van informatie voor de overheid. Ze brengen misstanden aan het licht op basis waarvan de overheid kan ingrijpen.
- Mediumspecifieke kenmerken spelen voor het nieuwsaanbod nauwelijks een rol, zeker waar het de hoofdlijnen van het nieuws betreft. Plaats en tijd bepalen dan voor welk medium men kiest. De substitueerbaarheid is groot, zij het dat een SMS-bericht over een verhoging van de olieprijs nog steeds aanzienlijk verschilt van een nieuwsartikel over dit onderwerp in Het Financieele Dagblad. Overigens zijn radio en internet in het algemeen sneller in het aanbieden van nieuws dan kranten en televisie.¹⁸
- Het belang en de kwetsbaarheid van de nieuwsvoorziening als maatschappelijke functie van media vragen, zo meent de Raad, om een overheid die deze functie te allen tijde waarborgt. In de komende tien jaar speelt de keuze van het medium of de drager naar verwachting nog een rol in het goed vervullen van deze functie.

¹⁷ De Raad definieert mediawijsheid als het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarover mensen moeten beschikken om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een complexe, veranderlijke en essentieel gemedialiseerde wereld. Mediawijsheid is dan ook nadrukkelijk breder dan het 'oudere' begrip media-educatie.

¹⁸ Op televisie wordt alleen bij hoge uitzondering direct ingebroken in de lopende programmering. Vrijwel altijd zal het nieuws pas gemeld worden in het eerstvolgende nieuwsprogramma. Themakanalen op het gebied van nieuws zullen hierin waarschijnlijk verandering brengen.

Dit geldt meer voor gebruik dan voor aanbod. Met name de nieuwsvoorziening via de televisie is kwetsbaar. Televisie voor de meeste Nederlanders de belangrijkste bron van informatie.¹⁹ Commerciële omroepen drijven uitsluitend op advertentie-inkomsten. Voor hen zal de keuze voor het al dan niet vervullen van maatschappelijke functies, en dus ook de nieuwsvoorziening, altijd een zakelijke afweging zijn: levert een programma (genre) voldoende kijkers die interessant zijn voor de adverteerders?²⁰ De commerciële televisiemarkt kan een (onafhankelijke, betrouwbare) nieuwsvoorziening via televisie dan ook niet duurzaam en onder alle omstandigheden garanderen.²¹

Opinievorming & achtergrond

- Bij opinievorming & achtergrond is vooral de pluriformiteit van het aanbod essentieel. Ook de kwaliteit en de toegankelijkheid van het aanbod zijn van belang. Om zich zelfstandig een mening te kunnen vormen is het essentieel dat mensen kennis (kunnen) nemen van allerlei argumenten en meningen, naast elkaar en liefst in confrontatie met elkaar. Ook voor de functie opinievorming & achtergrond geldt dat hij essentieel is voor de werking en bestuurbaarheid van onze democratische rechtsstaat.
- Mediumspecifieke kenmerken spelen bij deze functie een grotere rol dan bij nieuwsvoorziening. De substitueerbaarheid blijft relatief groot. Gedrukte media bezitten in ruimte en toegankelijkheid een voorsprong. Radio, internet, dagbladen en tijdschriften bieden vooralsnog meer gelegenheid voor interactiviteit. Maar ook hier bepalen plaats en tijd welk medium men kiest.
- Ook het belang en de kwetsbaarheid van opinievorming & achtergrond als maatschappelijke functie van media vragen, zo meent de Raad, om een overheid die deze functie te allen tijde waarborgt. Voor het vervullen van deze functie door de markt gelden dezelfde overwegingen als bij nieuwsvoorziening. Duidelijker nog dan bij nieuwsvoorziening geldt voor deze functie dat informatie op gespannen voet kan staan met de belangen van adverteerders. Dit geldt zeker voor consumentenprogramma's als bijvoorbeeld 'Kassa', 'Radar' en 'de Keuringsdienst van Waarde'.

¹⁹ Achter de schermen, SCP, 2004.

²⁰ Dit betekent overigens niet dat zakelijke overwegingen altijd en uitsluitend financiële overwegingen zijn. Een commercieel mediabedrijf kan ervoor kiezen financieel verlies te lijden op een programma(genre) omdat dit wordt gecompenseerd door een positieve invloed op het imago van het bedrijf. Zeker bij nieuwsprogramma's is dit geen ongewoon gegeven. Onafhankelijke, betrouwbare en kwalitatief goede nieuwsprogramma's en commerciële omroep zijn dan ook geen conflicterende begrippen.

²¹ Kranten zijn ook commerciële bedrijven, maar zij zijn voor hun inkomsten niet alleen afhankelijk van adverteerders maar ook van abonnees.

Kunst & cultuur

- Kunst en cultuur zijn van grote waarde voor de samenleving. Voor deze functie is vooral kwaliteit van belang. Ook pluriformiteit en sociale cohesie spelen een grote rol. Educatie oftewel ‘een leven lang leren’ maakt onderdeel uit van deze brede functie.²² De functie kunst & cultuur kan worden ingevuld door een breed scala van programma’s: programma’s over kunst, programma’s die zelf een kunstuiting zijn, maar ook programma’s over cultureel erfgoed en collectieve ervaringen van nationaal belang, zoals sportevenementen, Koninginnedag en Dodenherdenking.
- Als dragers en verspreiders van cultuur kunnen media ook vormgevers en uitvoerders van cultuurbeleid zijn. Ze fungeren als extra platform voor kunst en cultuur(producties) en houden kunst en cultuur (financieel) toegankelijk voor iedereen.²³
- Mediumspecifieke kenmerken spelen voor deze functie een grote rol. Elk platform heeft zijn eigen kenmerken, en inhoud krijgt op elk medium een andere betekenis. De beleving van het kijken naar een artistieke film op televisie is heel anders dan op het scherm van de mobiele telefoon. Kranten kunnen wel recensenten aan het woord laten maar geen muziek laten horen. Op de radio kan een danser zijn verhaal vertellen, maar niet verbeelden. Door de geringe substitueerbaarheid speelt elk medium zijn eigen rol in het vervullen van deze functie.
- Naar de mening van de Raad is het voorzien in kunst & cultuur een belangrijke maatschappelijke functie van de media. Als men op kunst- en cultuurprogramma’s voor televisie en voor radio marktwerking toepast, is de kans groot dat vitale onderdelen uit het aanbod wegvallen, of in elk geval niet gegarandeerd duurzaam aangeboden worden – simpelweg omdat daarvoor de middelen in de markt niet zijn te generen. Het is onwaarschijnlijk dat commerciële omroepen de functie kunst en cultuur in de volle breedte zullen vervullen. Zij vervullen zonder twijfel een functie op het gebied van de populaire cultuur, met name voor de doelgroep 20 – 49 jaar.²⁴ De populaire segmenten in de kunstprogrammering (‘music for the millions’ in het klassieke segment) zal de commerciële markt ook aanbieden, al kan zij niet garanderen dat dit continu en duurzaam gebeurt. Kwetsbaar zijn vooral de registratie van en berichtgeving over minder toegankelijke en daardoor voor kleine groepen interessante kunstvormen, cultuur- en sportevenementen. De meeste (landelijke) kranten en (opinie)tijdschriften leveren een goede kwalitatieve bijdrage aan de functie kunst en cultuur. Het aanbod op het gebied van kunst en cultuur op internet is groot en

²² Educatie moet hier niet worden opgevat als ‘onderwijs’, zoals een cursus Spaans, maar in de brede betekenis van het woord. Educatie kan in vele programmagenres terugkomen, net als de functie vermaak.

²³ Zie ook Advies Leesbevordering, RvC, 2005.

²⁴ De leeftijdsgroep 20 – 49 jaar is de interessantste doelgroep voor (algemene) advertenties.

veelsoortig. Hier geldt dat de kwaliteit sterk verschilt en de waarde van de informatie niet altijd te duiden is.

Vermaak, service-informatie en reclame/voorlichting

- Programma's of producties die deze functies vervullen, zullen niet snel de fundamentele waarden bedreigen. Speciale maatregelen of voorzieningen lijken dan ook niet nodig, maar de overheid moet deze functies observeren en zonodig stimuleren. Als media, waar het deze functies betreft, uit de bocht vliegen – bijvoorbeeld door in een reclamefilmje aan te zetten tot haat – kan de overheid dit via de rechter aanpakken.
- Wat betreft vermaak is het van belang te benadrukken dat vermaak als functie niet samenvalt met vermaak als *programmagenre*. Vermaak als functie kan vorm krijgen in alle programmagenres, van nieuws en sport tot documentaires en van drama tot muziekspecial. Omgekeerd kan het programmagenre vermaak worden toegepast bij alle functies.

Organisatie en financiering van drie maatschappelijke functies van media

De Raad bepleit een actieve overheidsrol voor het waarborgen van drie maatschappelijke functies van media: nieuwsvoorziening; opinievorming & achtergrond; kunst & cultuur. Hij adviseert voor het organiseren van deze functies voorzieningen te treffen, in de vorm van een publieke media-organisatie (pmo) en een stimuleringsfonds voor publieke mediaproducties.

De Raad meent dat de functies nieuwsvoorziening, en opinievorming & achtergronden zo belangrijk en kwetsbaar zijn dat de overheid ze te allen tijd moet garanderen en niet uitsluitend moet overlaten aan de markt. Aangezien nieuws, actualiteiten- en opinieprogramma's ook de komende 10 jaar nog vooral via radio en televisie gebruikt zullen worden en het belangrijk is dergelijke programma's via radio en televisie in een betrouwbare context aan te bieden, adviseert de Raad deze functies te laten uitvoeren door een landelijke pmo.

Voor kunst & cultuur geldt dat de commerciële markt deze functie om economische redenen niet in de volle breedte zal vervullen. Als de overheid binnen de media het aanbod van kunst- en cultuurproducten in de volle breedte (populair én elitair) duurzaam wil garanderen, dan moet zij hiervoor een voorziening treffen. In de eerste plaats ziet de Raad hier een rol voor een pmo, die pro-actief kan opereren en kan uitgaan van de eigen agenda. Daarnaast kan een stimuleringsfonds inspelen op de (aan)vraag van mediaproductanten in de markt en innovatie uitlokken.

Taken van een pmo

Een pmo heeft drie hoofdtaken. Zij verzorgt de functies nieuwsvoorziening; opinievorming & achtergrond; en kunst & cultuur. De pmo opereert onafhankelijk van overheid, commercie en maatschappelijke geledingen; haar producties zijn voor

iedereen toegankelijk en van hoge kwaliteit. Zij heeft als taak in de selectie en vormgeving van nieuws, actualiteiten, achtergrond en opinies te weerspiegelen wat er leeft in de Nederlandse samenleving. Opinies die in de maatschappij leven moeten niet alleen voldoende voor het voetlicht komen, maar ook in discussie of confrontatie gepresenteerd worden. De pmo heeft tot taak de volle breedte van het kunst- en cultuuraanbod in Nederland te weerspiegelen in de vorm van kwalitatief goede programma's. Zij fungeert als innovator en initiator van kunst- en cultuurprogramma's en als extra platform voor kunst- en cultuurproducten. Het is noodzakelijk periodiek te monitoren en te evalueren of de pmo haar taken naar behoren uitvoert.

Onafhankelijke publieke financiering

Een landelijke pmo wordt idealiter geheel betaald uit overheidsgeld, geïnd via een omroepbijdrage. In Nederland wordt die in de praktijk verrekend via de belastingen. De landelijke pmo heeft geen functie op het gebied van reclame. Haar kerntaak bestaat uit het vervullen van de drie eerder genoemde kwetsbare functies. Uitgangspunt daarbij is dat de overheid alleen intervenueert in de commerciële mediamarkt als maatschappelijke functies in het geding (kunnen) zijn. Bovendien moet een pmo (groepen) mensen aanspreken met de best mogelijke programma's. Zij moet zich bezighouden met het bereiken van een zo groot en breed mogelijk publiek, en zich niet zozeer laten leiden door het al dan niet behalen van een groot marktaandeel. Bovendien ziet het er naar uit dat kijkers dankzij digitale recorders reclameblokken nog meer gaan omzeilen. Dit zal de aard van reclame veranderen. Het is niet ondenkbaar dat het lastiger wordt een lijn te trekken tussen programmering met en zonder reclame. De Raad hecht grote waarde aan helderheid in het aanbod en de programmering van de pmo: de programma's zijn onafhankelijk, betrouwbaar en dus reclamevrij.

Fonds voor publieke mediaproducties

Het takenpakket van een pmo is uitgebreid maar kent in zijn uitvoering grenzen van productie, (zend)tijd en geld. Het is derhalve niet onwaarschijnlijk dat de uitwerking van functies op onderdelen onderbelicht blijft. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan innovatie en ontwikkeling. Om ervoor te zorgen dat de vervulling van die onderdelen niet in het geding komt, adviseert de Raad de oprichting van een fonds voor publieke mediaproducties. Het fonds heeft als kernopdracht te zorgen voor ontwikkeling en vernieuwing van mediacontent in welke vorm, voor welke drager en welke functie dan ook. Het stelt geld beschikbaar voor de ontwikkeling van concepten en scenario's. Resultaten van met fondsgelden ontwikkelde producties moeten beschikbaar zijn voor de hele markt, ook voor de pmo. Bestaande fondsen als het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties, het CoBO-fonds en het Bedrijfsfonds voor de Pers zouden moeten opgaan in dit nieuwe fonds. Een neventaak van het fonds is die van correctie. Als uit monitoring en evaluaties blijkt dat de pmo bepaalde onderdelen van haar taak niet goed vervult, kan worden

besloten voor een bepaalde periode het budget van de pmo te verlagen. Dit geld gaat dan naar het fonds dat voor deze opdracht voor een afgebakende periode een geschikter alternatief zoekt. Het fonds fungeert dus als tegenwicht voor en deels als aanvulling op de pmo.

4. LANDELIJKE PUBLIEKE MEDIA-ORGANISATIE

De pmo speelt een grote rol in het bevorderen van de openbare communicatie. Zij fungeert als een platform voor (politiek) debat; zij heeft een zorgplicht voor de sociale cohesie; een taak op het gebied van de ontwikkeling van kunst en cultuur; en een zorgplicht voor (technologische en inhoudelijke) innovatie. Bovendien moet zij borg staan voor voldoende pluriformiteit, kwaliteit en toegankelijkheid van haar media-aanbod. In haar totale programma-aanbod zijn mannen, vrouwen, allochtonen en autochtonen van alle leeftijden evenwichtig vertegenwoordigd.

Maatschappelijke verankering

Om zijn maatschappelijke taken en functies optimaal te vervullen, moet een pmo goed geworteld zijn in de samenleving. Zij moet worden gevoed door wat er leeft in de samenleving en een breed draagvlak hebben onder de bevolking. Een pmo dient niet alleen te weerspiegelen welke collectieve emoties, wensen en verlangens in de maatschappij leven, zij geeft daaraan ook mede vorm. In die zin fungeert zij als referentiepunt voor burgers. Zij dient niet alleen bestaande waarden te bevestigen maar ook ruimte en begrip te scheppen voor andere waarden- en normenpatronen en andere identiteiten²⁵. Maatschappelijke verankering kan en moet op verschillende manieren en niveaus plaatsvinden, formeel en informeel; direct en indirect.

Maatschappelijke verankering kan niet los worden gezien van publieke legitimatie.²⁶ De publieke legitimatie van een pmo valt grofweg in drie stukken uiteen. Allereerst is er sprake van publieke legitimatie als er brede maatschappelijke overeenstemming bestaat over het bestaansrecht en het belang van een pmo. Daarnaast is de publieke legitimatie van een pmo gelegen in de manier waarop zij verantwoording aflegt over haar voornemens, haar prestaties en de besteding van haar financiële middelen. Ten derde ontleent een pmo legitimiteit aan de mate waarin zij wortels en voelsprietten heeft in de samenleving. In deze laatste betekenis sluit het begrip publieke legitimatie aan bij maatschappelijke verankering.

²⁵ Zie Cultuur meer dan ooit. Vooradvies RvC 2005-2008, p. 163.

²⁶ Voor de uitwerking van de begrippen publieke legitimatie en maatschappelijke verankering gebruikt de Raad hier de studie die TNO in opdracht van de Raad heeft uitgevoerd. Maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen, TNO, 2005.

In formele zin is een pmo maatschappelijk verankerd als het publiek of vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties rechtstreeks en in voldoende mate een stem hebben in het beleid. In minder formele zin kan een pmo maatschappelijk verankerd zijn door middel van (regelmatige en georganiseerde) contacten met de burgers, of meer specifiek, met kijkers en luisteraars.

In hoeverre de pmo maatschappelijk is verankerd, is naar mening van de Raad geen op zichzelf staand vraagstuk, maar een afgeleide van de vraag of de pmo haar taken goed vervult.²⁷ Hebben haar programma's voldoende kwaliteit; zijn ze voldoende divers, bieden ze een afspiegeling van wat er leeft in de maatschappij, kijken of luisteren er genoeg mensen naar? Uiteindelijk ontleent de pmo haar bestaansrecht aan de programma's die zij via radio, televisie, internet of mobiele telefoon verspreidt ter operationalisering van de functies.

Formele verantwoording

De huidige Mediawet voorziet in een aantal instrumenten voor formele juridische en politieke verantwoording die ook voor een pmo kunnen worden ingezet. Zo presenteert en verantwoordt de publieke omroep zijn beleid in het Concessiebeleidsplan, in jaarverslagen en Meerjarenbegrotingen. De Raad voor Cultuur, het Commissariaat voor de Media en een (vijfjaarlijkse) Visitatiecommissie beoordelen deze plannen. De publieke omroep werkt momenteel met de overheid aan prestatiecontracten, die op zich weer een periodieke beoordeling vereisen, om te bezien of de doelstellingen zijn behaald. Meer en andere instrumenten zijn denkbaar, al meent de Raad dat een verdere stapeling van formele procedures de efficiëntie en effectiviteit van formele verantwoording niet ten goede komt.

Informele verantwoording

In vergelijking met andere Europese landen kent de Nederlandse publieke omroep weinig instrumenten om burgers rechtstreeks een actieve rol te geven bij de totstandkoming van de doelstellingen, de koers en de programmering van de publieke omroep. Naar de mening van de Raad moet juist aan deze vorm van verantwoording meer ruimte worden geboden. Voor inspiratie kan de pmo putten uit ervaringen van Europese collega's.

- De pmo kan in navolging van de BBC publieke consultaties houden voorafgaand aan de verlenging van haar concessie of andere momenten creëren van publieke evaluatie of verantwoording.
- De pmo kan in navolging van France Télévision bemiddelaars (*médiateurs*) aanstellen die de dialoog met het publieke organiseren en onderhouden. De

²⁷ In Nederland beperkt de discussie over publieke legitimatie zich vaak tot bestuurlijke organisatie van de publieke omroep en het bestaansrecht van omroepverenigingen.

bemiddelaars reageren op klachten en verkennen maatschappelijke ontwikkelingen.

- De pmo kan burgers bijeenbrengen in panels die programma's of genres van commentaar voorzien.
- De pmo kan publieke verantwoording afleggen door een dialoog te organiseren tussen programmamakers en redacties, en de burgers. Met name websites bieden hiervoor goede mogelijkheden.

Uitgangspunten voor de publieke media-organisatie

De (Nederlandse) samenleving moet een landelijke pmo opdragen maatschappelijke functies te vervullen op het gebied van nieuwsvoorziening, opinievorming & achtergronden en kunst & cultuur.

- Functies vallen niet samen met (programma)genres. Een programma(genre) kan meerdere functies tegelijkertijd vervullen.
- De beperking van de functies van de pmo tot de hierboven genoemde houdt nadrukkelijk geen beperking in ten aanzien van programma-genres. Mediaproducten krijgen (nog steeds) ook betekenis door de context waarin ze worden gepresenteerd. De pmo is dus in principe vrij alle programmagenres - van docudrama's tot sportreportages - in te zetten om zijn functies te vervullen.
- Om de opgedragen functies goed te vervullen, moet de landelijke pmo zich zowel richten op een breed publiek als op kleine(re) doelgroepen.
- De pmo is gerelateerd aan het vervullen van maatschappelijke functies en is dus niet complementair aan de commerciële omroepen.
- De pmo is vrij te bepalen welke media zij inzet om haar taken te vervullen. In principe is zij vrij op alle elektronische media een rol te spelen.
- De organisatie van de pmo moet dynamisch zijn om tijdig te kunnen anticiperen op veranderingen in de samenleving; zij moet flexibel zijn in de keuze van thema's en media om doelgroepen zo goed mogelijk te bedienen.

Prestatie-afspraken

De overheid maakt afspraken met de pmo om ervoor te zorgen dat zij weet wat haar te doen staat. De overheid moet zich daarbij richten op het 'wat' niet op het 'hoe'. Zij schrijft dus niet tot in detail voor hoe de pmo zijn opdracht moet invullen.

- Om er zeker van te zijn dat de pmo *de goede taken vervult*, maakt de overheid prestatieafspraken met de pmo op basis van toetsbare doelstellingen op het gebied van bereik (per doelgroep), kwaliteit etc.²⁸

²⁸ De beheersovereenkomst tussen de Vlaamse gemeenschap en de VRT is in dit verband een goed voorbeeld. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een kwaliteitsbewakingssysteem waarin diverse aspecten van het begrip kwaliteit worden belicht. De VRT onderscheidt: *publieke kwaliteit* -voldoet de pmo aan de opdracht van de overheid; *functionele kwaliteit* - de mate waarin een programma voor kijkers en luisteraars de gewenste functie vervult; *ethische kwaliteit* -morele en ethische eisen aan programma's (geen discriminatie; sociale binding en integratie; nieuwsprogramma's onafhankelijk); *operationele kwaliteit* - mate waarin

- Om na te gaan of de pmo haar *taken goed vervult*, laat de overheid de prestaties periodiek door onafhankelijke gremia monitoren en evalueren. Op basis hiervan kan zij de prestatiecontracten aanpassen.
- De evaluaties zijn niet vrijblijvend. Als blijkt dat de pmo niet voldoet aan de contractafspraken kunnen (financiële) sancties worden opgelegd door een deel van het budget van de pmo tijdelijk onder te brengen bij het fonds publieke mediaproducties. Het fonds zoekt dan een geschikt alternatief.²⁹
- Om ervoor te zorgen dat de pmo haar middelen zo goed mogelijk besteedt, wordt in de prestatieafspraken geregeld dat de landelijke pmo zoveel mogelijk samenwerkt met publieke omroeporganisaties die werken voor het lokale, regionale of internationale gebied. Naar de mening van de Raad moet de overheid in deze markten overigens uitgaan van dezelfde overwegingen en benaderingen.
- De landelijke pmo moet met enige regelmaat publiek verantwoording afleggen over de mate waarin zij haar voornemens en doelen (voor het vervullen van maatschappelijke functies) heeft gerealiseerd. Ook moet zij rekenschap afleggen over hoe doelmatig zij haar publieke middelen heeft ingezet.

Omvang

Naar de mening van de Raad moet een pmo niet groter zijn dan strikt noodzakelijk, maar groot genoeg om alle opgedragen functies naar behoren te vervullen.

- Vanuit het 'wat' geredeneerd bepaalt de overheid niet hoe de pmo haar taken inricht; evenmin bepaalt de overheid tot in detail wat haar omvang moet zijn en welke media zij voor welke functies inzet.
- Een uitzondering hierop vormen enkele minimale/maximale eisen die gesteld worden aan televisie en in mindere mate aan radio. De redenen:
 - Televisie is het meest gevoelige medium waarmee de pmo haar taken vervult. Het is het medium met de grootste impact. De meeste mensen beschouwen televisie als de belangrijkste bron van informatie. Mensen besteden 3 uur per dag aan televisie. Televisieprogramma's zijn door de bank genomen het duurst om te produceren. De overheid moet frequenties beschikbaar stellen voor de doorgifte van televisiezenders en garandeert ruimte op de kabel via het *must-carry* principe.
 - Radio fungeert voor veel mensen -na televisie en de kranten - nog altijd als een belangrijk ankerpunt in nieuwsvoorziening, zeker waar het 'groot nieuws' betreft. Mensen besteden een groot deel van hun tijd aan radio, zij het in combinatie met andere activiteiten. Ook voor radio dient de overheid frequenties beschikbaar te stellen voor de doorgifte van radiozenders en dient zij vrije toegang op de kabel te garanderen.

programma's op effectieve en efficiënte wijze totstandkomen; *professionele kwaliteit* -eisen van het vak.

²⁹ De organisatie die de contractafpraak overneemt wordt voor deze taak aan hetzelfde regime van monitoring en evaluaties onderworpen als de pmo.

- Om haar maatschappelijke functies te vervullen én de kwaliteit te leveren die een samenleving van een pmo mag verwachten, meent de Raad dat een landelijke pmo twee generieke televisiekanalen moet aanbieden: één algemeen net en één verdiepend net. Het aanbieden van drie algemene netten leidt tot onvoldoende onderscheid.³⁰ Indien nodig kan de pmo doelgroepen bereiken via speciale zenders c.q. themakanalen. De Raad pleit ervoor een kanaal in te richten dat specifiek gericht is op kinderen.
- Via de radio moet een landelijke pmo een nieuwszender brengen, omdat deze essentieel is voor het vervullen van haar functie in de nieuwsvoorziening. Vanuit het oogpunt van cultuurbeleid zijn bovendien twee zenders (voor klassieke muziek, jazz, wereldmuziek en (alternatieve) popmuziek) van belang. Het is vervolgens aan de pmo te bepalen of andere genres wellicht beter via een andere drager, bijvoorbeeld internet, tot hun recht komen.

Budget

Een pmo moet beschikken over voldoende financiële middelen om haar taken te realiseren. Hoe hoog het budget voor een pmo precies moet zijn, kan pas worden vastgesteld als de doelstellingen en randvoorwaarden waaraan de pmo moet voldoen, zijn bepaald in de prestatiecontracten. Wel kan een indicatie van de benodigde financiële middelen worden gegeven. De Raad heeft daartoe gekeken naar de financiering van de publieke omroep elders in Europa en heeft de huidige financiering van de publieke omroep gezien. Op basis daarvan constateert de Raad dat voor een goedwerkende pmo een budget nodig is van rond de € 1 miljard.

De Europese vergelijking

Een goede indicatie voor het benodigde budget voor de pmo is een Europese vergelijking, aangezien alle Europese landen een publieke omroep hebben die (deels) uit publieke middelen wordt gefinancierd. Het SCP heeft de financiering van Europese publieke omroepen onlangs in beeld gebracht³¹. Uit de vergelijking blijkt dat de publieke omroep in bijvoorbeeld Duitsland en het Verenigd Koninkrijk elke inwoner ongeveer € 100 per jaar kost. In de Scandinavische landen varieert dit bedrag van € 67 tot 103, in België betaalt iedereen € 56 en aan de publieke omroep in ons land draagt elke Nederlander € 45 per jaar bij.³²

Interessanter nog is dat het SCP een relatie aantoonde tussen het beschikbare budget per inwoner en het marktaandeel van de publieke omroep in de betreffende landen. In Oostenrijk en Denemarken (beide met een bijdrage per inwoner van ruim € 110 per jaar) realiseert de publieke omroep marktaandelen van ver boven de 50%.

³⁰ Zie ook Advies (voorlopige) erkenningen landelijke publieke omroep, RvC, 2004.

³¹ Financiering: cijfers uit 2000. Achter de schermen, een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten, SCP, 2004.

³² Het SCP had de verwachting dat bij het omrekenen van de inkomsten van de publieke omroep naar een hoofdelijke som grotere landen een lager bedrag zouden besteden per capita vanwege de schaalvoordelen.

Daarbij moet uiteraard in aanmerking worden genomen dat niet in alle gevallen de commerciële concurrentie zo groot is als in ons land. Tegelijkertijd ligt in de omvang van de concurrentie in ons land een extra rechtvaardiging om de bijdrage per inwoner op een in Europees verband acceptabel niveau te brengen. Uitgaande van een per capita bijdrage van €75 per jaar zou dit betekenen dat een Nederlandse pmo zou moeten beschikken over een budget van om en nabij de € 1,2 miljard.

Een vergelijking met de huidige publieke omroep.

Uit de Meerjarenbegroting 2005 – 2009 blijkt dat de publieke omroep (inclusief toerekening van de overhead) jaarlijks ruim € 600 miljoen aan *televisie* besteedt voor de verzorging van drie generieke netten en Z@ppelin. Hierbij wil de Raad enkele kanttekeningen plaatsen. Naar zijn mening is in de programmagenres nieuws, actualiteiten en achtergronden in de laatste jaren een nivellering opgetreden. Met het oog op kostenbesparingen worden steeds vaker reportages vervangen door studiogesprekken. Voor research is weinig geld beschikbaar. Documentaires worden in bijna alle gevallen voor meer dan de helft gefinancierd uit externe bronnen (met name non-profitorganisaties en overheid). Voor registratie van culturele evenementen (opera, ballet, concerten) is binnen de reguliere begrotingen nauwelijks budget beschikbaar. Er wordt minder eigen drama gemaakt dan in achtereenvolgende beleidsplannen is aangekondigd, de budgetten daarvoor bedragen inmiddels (gemiddeld) nog niet de helft van wat de standaard zou moeten zijn.

Voor *radio* is de komende jaren ongeveer € 110 miljoen per jaar gereserveerd voor de verzorging van vijf geprofileerde zenders (60% voor nieuws en informatie, 40% voor muziek). Het budget voor nieuws en informatie is op niveau, maar voor eigen opnames van concerten is onvoldoende geld aanwezig om het rijke Nederlandse muzikleven enigszins te representeren. Door de publieke omroep sinds jaar en dag verzorgde concertreksen verdwijnen of lopen in omvang terug.

Het integrale budget voor *nieuwe media* is ongeveer € 25 miljoen per jaar.

Omroepen zoeken de hen opgelegde bezuinigingen vaak in deze sector, ze bouwen af of maken (op een enkele gunstige uitzondering na) pas op de plaats, van productie van specifieke content voor nieuwe media is nauwelijks sprake.

In de voorstellen van de Raad is vanaf 2008 sprake van, wat televisie betreft, twee generieke netten en een (nog niet nader gespecificeerd) aantal netten voor doelgroepen en/of thema's. Voor radio gaat de Raad uit van één nieuwszender en twee muziekzenders. Voor internet en mobiele ontvangst is het uitgangspunt de productie en distributie van content in relatie tot de specifieke functies van de (nieuwe) publieke media organisatie. Voor een indicatie van de gewenste budgetten moet, behalve van deze traditionele indeling, ook worden uitgegaan van het feit dat content in principe via alle media te distribueren en te ontvangen is. Het feitelijk

gebruik hangt in hoge mate af van de vraag, de tijd en de omstandigheid.³³ Voor wat betreft nieuws en informatie zal de pmo moeten uitgaan van snelheid en flexibiliteit naast onafhankelijkheid en betrouwbaarheid. Voor muziek en met name opnames van muziek is de kwaliteit van de registratie van groot belang.

Content die voor het grote scherm wordt gemaakt gaat uit van het vertellen van verhalen, van dramatische concepten. Speelfilms, televisiedrama, indringende documentaires, sportprogramma's, rechtstreekse verslagen van evenementen en registratie van podiaperformances zijn programmavormen die het grote scherm nodig hebben. Van belang daarbij is dat de trend naar grotere schermen met digitale content nogal wat eisen aan de productie stelt: de gevraagde beeld- en geluidskwaliteit is zo hoog dat bij de productie veel meer zorg moet worden besteed aan de techniek, met navenant hogere productiekosten.

Alles overziende meent de Raad dat als de *traditionele indeling van radio, televisie en nieuwe media* wordt gehanteerd bij de start van de pmo in 2008 het budget voor radio iets zou kunnen afnemen (minder uren, meer kwaliteit), dat voor televisie zou moeten stijgen (minder generieke netten, meer specifieke netten, meer budget voor typische publieke genres) en dat voor nieuwe media bovenop het huidige budget een aanzienlijk bedrag moet komen voor de productie van op het specifieke gebruik toegesneden content en het faciliteren van maatschappelijke aanbieders van (internet)content.

Bij een indeling waarbij op basis van de *functies* van een pmo content wordt geproduceerd en gedistribueerd geldt ten opzichte van de huidige situatie dat voor nieuwsvoorziening, opinievorming & achtergrond de nu beschikbare middelen voldoende moeten zijn (bezuinigingen dankzij een meer efficiënte productie, verhoging van de budgetten ten behoeve van research en documentaires). Voor producties in de culturele sector is een budget vereist dat de huidige middelen met ongeveer de helft te boven gaat, ten eerste omdat de huidige productie onvoldoende is en op een te laag financieel peil wordt gerealiseerd en ten tweede omdat de technische eisen zwaarder worden. Op grond van deze benadering zou voor de pmo een integraal budget beschikbaar moeten zijn dat de € 1 miljard overschrijdt.

³³ Geluidsproducties kunnen worden beluisterd via een oordopje of via een Hifi-installatie. Beeldontvangst is mogelijk op een schermje van 5 bij 4 centimeter (mobiel gebruik, kijkafstand 25 cm), een computerscherm (kijkafstand 50 cm) en een televisiescherm (kijkafstand vanaf 2,5 m). Het traditionele televisietoestel wordt inmiddels met grote snelheid vervangen door (grotere) LCD- en plasmaschermen. Bij de productie van content zal de pmo rekening moeten houden met deze gegevens. Mobiele ontvangst leent zich uitstekend voor nieuwsflitsen en games. In kantoorhouding is er sprake van actief en vaak lateraal gedrag van de gebruiker, die zoekt, die de diepte in gaat, of laat zich leiden door associaties en niet zelden ook door toeval. Bij kijken op afstand is er veel meer sprake van lineair gedrag.

Organisatievorm

Niet alleen ten aanzien van de prestatieafspraken, maar ook wat de organisatievorm betreft dient de overheid zich hoofdzakelijk te beperken tot het 'wat' en gaat zij niet teveel in op het 'hoe'.

- In hoofdlijnen kan de overheid een structuur aangeven: een pmo is centraal georganiseerd en heeft een kleine productiestaf (minimale overhead). Zij werkt met een vaste kern van medewerkers voor de programmagenres nieuws en actualiteiten. Voor alle andere programmagenres worden *commissioning editors* aangesteld. Zij besteden de productie van programma's uit aan externe producenten. Dit kunnen zowel huidige omroepinstellingen (AVRO, BNN, VPRO, ZvK, etc.) zijn als omroepproductiebedrijven (Endemol, Eyeworks, Palazzino, PalmPlus), kranten, tijdschriften- of boekenuitgevers (PCM, de Telegraaf, De Bezige Bij, Sanoma, Quote) als ook maatschappelijke organisaties (bijvoorbeeld ANWB, Amnesty of Natuurmonumenten). De organisatiestructuur met *commissioning editors* dient de noodzakelijke flexibiliteit en dynamiek van de pmo.
- Het is van belang de markt zoveel mogelijk te betrekken bij de productie om:
 - zoveel mogelijk voeling te houden met wat er leeft in de samenleving;
 - zoveel mogelijk 'frisse' input te generen op het gebied van inhoud, productie en techniek;
 - een vitale creatieve (media)industrie in ons land te stimuleren;
 - de marktwerking zo min mogelijk te verstoren – bijvoorbeeld van belang in het licht van Europees mededingingsbeleid.

5. DE OVERGANG VAN PUBLIEKE OMROEP NAAR PUBLIEKE MEDIA-ORGANISATIE

De Raad is zich ervan bewust dat de hierboven geschetste pmo niet van de ene dag op de andere geïmplementeerd kan worden. Dit zou onbehoorlijk bestuur zijn van de kant van de overheid. Bovendien zou het leiden tot een onderbenutting van menselijke talenten en vernietiging van kapitaal in Hilversum. In het kort schetst de Raad daarom een mogelijk overgangsmodel.

Korte termijn aanpassingen

Het voorstel tot wijzigingen van de Mediawet³⁴ is naar de mening van de Raad een essentiële stap in de richting van de bepleite pmo. Het wetsvoorstel omvat een pakket samenhangende maatregelen dat met name betrekking heeft op aanpassingen van de organisatie en de besturing van de publieke omroep. Het voorstel beoogt: een gezamenlijke strategie en afspraken over algemeen programmabeleid door alle

³⁴ Kamerstuk 2004 – 2005, 29991, nr. 1-3.

partijen; duidelijke regie (raad van bestuur) van de programmering op de televisienetten en radiozenders; en een heldere scheiding tussen bestuur en toezicht. Als het wetsvoorstel wordt aangenomen, ontstaat er een raad van toezicht met onafhankelijke leden waarin geen vertegenwoordigers van omroeporganisaties meer zitting hebben. Ook voorziet het voorstel in een college van omroepen met instemmingsrecht op essentiële punten. De voorgestelde wetwijzigingen vloeien voort uit de aanbevelingen van de visitatiecommissie Rinnooy Kan, die de Raad eerder al onderschreef.³⁵ De Raad meent dat het voorstel tot afschaffing van de netbesturen een belangrijke stap voorwaarts is om de besturing van de publieke omroep efficiënter en minder complex te maken. Het instemmingsrecht van het college van omroepen op gebieden als de prestatiecontracten en het concessiebeleidsplan kan een daadkrachtig, eensgezind en strategisch optreden van de publieke omroep frustreren. Niettemin kan de Raad zich hierin vinden omdat het wetsvoorstel de onafhankelijke raad van toezicht het laatste woord geeft in geval van een conflict tussen de raad van bestuur en het college van omroepen.

In de Mediawet is al opgenomen dat de raad van bestuur 25% van het programmabudget zelf kan inzetten. Het lijkt de Raad een goede zaak als de raad van bestuur dit bedrag tussen 2005 en 2008 direct aanwendt om ervoor te zorgen dat prioriteiten in de programmering, zoals bijvoorbeeld aansprekende programma's voor kinderen en jongeren, en een betere balans tussen de omvang van het aanbod van informatieve programma's en drama, worden verwezenlijkt.

In 2008, wanneer de termijn voor de huidige omroeperkenningen afloopt, verdwijnt de huidige publieke omroep om plaats te maken voor de pmo. Om bestaande omroepverenigingen en -organisaties³⁶ nog enige tijd te geven hun nieuwe rol in het mediaveld te vinden, garandeert de pmo (in teruglopende mate) een opdrachtenpakket voor het aanleveren van programma's door bestaande omroepinstellingen. Deze garantie loopt geleidelijk aan af van bijvoorbeeld van 75% van het totale budget in 2005 tot 0% in 2013.

Positie van de bestaande omroeporganisaties

De oprichting van de pmo die de Raad voorstaat, heeft verstrekkende gevolgen voor de bestaande omroeporganisaties. De voorstellen van de Raad betekenen echter geenszins dat zij van het mediatoneel zullen verdwijnen.

De afnamegarantie biedt omroepen de mogelijkheid zich geleidelijk aan een positie te verwerven in de mediamarkt. Zij kunnen er bijvoorbeeld voor kiezen verder te gaan als commercieel productiebedrijf. Aangezien de omroepverenigingen naar eigen zeggen een sterke band onderhouden met hun leden, kunnen zij zich (daarnaast) ook richten op het verder versterken en uitbouwen van deze banden,

³⁵ Reactie rapport Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep, RvC, 22 april 2004.

³⁶ NPS, Educom en 39f omroepen.

binnen de media en daarbuiten. Technologische ontwikkelingen bieden hen daarvoor alle mogelijkheden.

6. HET TUSSENTIJDSE CONCESSIEBELEIDSPLAN 2006 – 2010

De Raad wordt geacht een advies uit te brengen over het tussentijdse concessiebeleidsplan van de Publieke Omroep. De Raad volstaat hier met enkele algemene opmerkingen en gaat niet in op de details van het plan. Daarvoor zijn twee redenen:

De eerste is dat de relevantie van een dergelijk plan mede afhankelijk is van een aantal wetwijzigingen die de noodzakelijke en strategische veranderingen van de publieke omroep mogelijk maken.³⁷ De Raad doelt daarbij met name op de instelling van een van de omroepen onafhankelijke raad van toezicht. Bedoelde veranderingen zijn tot op heden niet doorgevoerd. Het tussentijdse concessiebeleidsplan heeft derhalve alleen waarde voor de korte termijn.

Een tweede reden is dat het kader van de advisering onduidelijk is. Dat zou normaal gesproken de Concessiewet van 2000 zijn. Maar inmiddels heeft het kabinet een voorstel tot wijziging van de Mediawet voorbereid voor de periode tot september 2008. Dit voorstel moet nog worden goedgekeurd door het parlement. Onlangs hebben de regeringspartijen in het zogenaamde 'Paasakkoord' aangegeven in welk kader ze verdere afspraken over een toekomstig mediabestel willen. Dit akkoord op hoofdlijnen moet nog worden uitgewerkt en vervolgens worden besproken en goedgekeurd in het parlement. Kortom: het hanteren van de huidige wet als toetsingskader tot 2010 verdraagt zich slecht met de actuele situatie. In de lijn van eerdere adviezen van de Raad en met verwijzing naar de opvattingen van de Raad over mediabeleid na 2008 zijn bij het tussentijdse concessiebeleidsplan de volgende opmerkingen te maken:

Zoals eerder verwoord acht de Raad het wenselijk dat een pmo in 2008 een krachtige start maakt. Daarvoor is het van groot belang dat de publieke omroep tot die tijd de maatschappelijke functies nieuwsvoorziening, opinievorming & achtergrond en kunst & cultuur zo goed mogelijk uitoefent, dat wil zeggen: onafhankelijk, pluriform, kwalitatief, betrouwbaar en toegankelijk. Hij moet met zijn programma's een breed publiek bereiken en bijdragen aan de sociale cohesie. Daartoe is onder meer nodig dat de publieke omroep de aanbevelingen van de Visitatiecommissie en van Raad³⁸ tot speerpunten van zijn beleid maakt.

³⁷ Zoals de Raad ook al schreef in zijn reactie op het rapport van de Visitatiecommissie, 2004.

³⁸ Reactie rapport Visitatiecommissie landelijke publieke omroep, RvC, 2004; (Voorlopige) erkenningen landelijke publieke omroep, RvC, 2004; advies Meerjarenbegroting 2005 – 2009, RvC, 2004.

De Raad steunt het voornemen van de publieke omroep om zorgvuldig om te gaan met de kansen en bedreigingen van de voortschrijdende digitalisering door zich te ontwikkelen in de richting van een multimediaorganisatie en daarmee samenhangend fundamentele veranderingen in het (creatieve) productieproces door te voeren.

De Raad ontraadt voorstellen inzake het genereren van aanvullende en/of nieuwe inkomsten: maximalisering van de reclamezendtijd, uitbreiding van sponsoring en doorgiftevergoeding. De Raad verwijst in dit verband naar hoofdstuk 1- 5 van dit advies, waarin hij voor de periode na 2008 een reclamevrije pmo bepleit.

Tenslotte: de Raad adviseert u om van de publieke omroep te eisen dat hij na de politieke besluitvorming over de korte termijn en over de periode na 2008, een actieplan opstelt. Dit actieplan, dat voldoende draagvlak moet hebben, dient te voorzien in een zo krachtig mogelijk opererende publieke omroep tot september 2008 mede met het oog op de voorspoedige start van een dan in te stellen pmo. De Raad zal desgevraagd over een dergelijk actieplan advies uitbrengen.

Bijlagen

- Samenvatting rapport 'Maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen', TNO, 2 maart 2005
- Adviesaanvraag Visie op de publieke omroep d.d. 9 december 2004
- Adviesaanvraag Tussentijds Concessiebeleidsplan Publieke Omroep 2006 - 2010 d.d. 15 maart 2005

raad voor cultuur raad voor cultuur raad voor cultuur

SAMENVATTING TNO-RAPPORT

'Maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen'. (2 maart 2005)

Inleiding

In opdracht van de Raad voor Cultuur heeft TNO een vergelijkend onderzoek uitgevoerd naar de maatschappelijke verankering en publieke legitimatie van publieke omroepen in vijf Europese landen. Daartoe geeft TNO allereerst een nadere begripsbepaling:

- Van *publieke legitimatie* is sprake wanneer er brede maatschappelijke overeenstemming bestaat over het belang en het bestaansrecht van de publieke omroep. Publieke omroepen in de meeste Europese landen moeten verantwoorden welke functies ze vervullen, wat voor programma's en andere diensten ze daartoe gaan leveren, wie ze daarmee willen bereiken en waarom zij daarvoor de meest geschikte organisaties zijn.
- Van *maatschappelijke verankering* is in formele zin sprake wanneer het publiek of vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties een stem hebben in het beleid van de publieke omroep. Het begrip kan echter ook minder formeel en bestuurlijk worden ingevuld. Dit kan bijvoorbeeld door op het niveau van omroepen, redacties en programmamakers contacten te onderhouden met verschillende maatschappelijke bevolkingsgroepen en organisaties.

Het rapport gaat vervolgens in op de vraag hoe de maatschappelijke verankering van de publieke omroep wettelijk en / of organisatorisch is geregeld in vijf Europese landen: België, Duitsland, Groot-Brittannië, Zweden en Frankrijk. Naast verschillen hebben publieke omroepen in Europa ook gemeenschappelijke problemen en laten overheden en omroepen zich door elkaars oplossingen inspireren.

Gemeenschappelijk is bijvoorbeeld de druk vanuit de Europese Commissie om taak, omvang en missie van de publieke omroep duidelijk vast te leggen in wet- en regelgeving. Ook hebben alle publieke omroepen te maken met veranderingen in kijkgedrag en toenemende concurrentie van commerciële zenders en digitale media.

Vergelijking

België-Vlaanderen

- Na een ingrijpende reorganisatie midden jaren negentig is de VRT er in geslaagd om met twee sterk geprofileerde televisiekanalen te concurreren met de commerciële omroepen en kijkers terug te winnen. Sinds de reorganisatie wordt de VRT zakelijker bestuurd en is de leiding van de VRT in handen van een gedelegeerd bestuurder met vergaande bevoegdheden. De VRT sluit vierjaarlijkse beheersovereenkomsten af met de Vlaamse gemeenschap en ontvangt in ruil daarvoor een jaarlijkse bijdrage.

- Maatschappelijke verankering komt tot uitdrukking in een sterke beleidsmatige en programmatische oriëntatie op het publiek. Beheerscontracten tussen publieke omroep en overheid bevatten cijfermatige afspraken over het te behalen bereik en waardering onder bepaalde doelgroepen met verschillende programmagenres.
- In voorbereiding op het nieuwe vierjarige beheerscontract gaat de Vlaamse overheid een consultatieronde organiseren onder een groot aantal maatschappelijke organisaties.

Duitsland

- Centrale kenmerken van het Duitse omroepbestel zijn de onafhankelijkheid ten opzichte van de centrale staat en een brede taakopdracht. De publieke omroep bestaat uit 12 deelstaatomroepen die een eigen programma maken en gezamenlijk verantwoordelijk zijn voor de zender ARD Eins en de landelijke zender ZDF. Beleid en zeggenschap over de publieke omroep berusten bij de Duitse deelstaten. De Duitse publieke omroep wordt voor ongeveer 80% gefinancierd uit kijk- en luister geld en daarnaast uit reclame en sponsoring.
- In Duitsland zijn maatschappelijke organisaties vertegenwoordigd in programmaraden die de directeur (Intendant) van de ARD-omroepen en de ZDF benoemen, het programmabeleid vaststellen en toezien op de naleving hiervan. Ook stellen ze de *Verwaltungsrat* samen, een orgaan dat zich bezighoudt met controle op financiële en technische zaken. In de programmaraden zitten vertegenwoordigers van politieke partijen (niet meer dan een derde) en maatschappelijke organisaties (kerken, vakbonden etc.).
- Kritiek op het Duitse systeem is dat het leidt tot *middle-of-the-road* programmering. Ook zou het systeem gevestigde instanties en organisaties bevoordelen. De Duitse publieke omroepen hebben in 2004 voor het eerst een zogenaamde *Selbstverpflichtungserklärung* opgesteld waarin zij hun beloftes met betrekking tot programmering, werkwijze etc. rechtstreeks aan het publiek verwoorden. Ondanks de kritiek op het systeem van programmaraden staan deze op dit moment niet ter discussie.

Groot-Brittannië

- Het systeem van publieke omroep in Groot-Brittannië bestaat uit de, grotendeels uit kijk- en luistergeld gefinancierde, BBC en een aantal commerciële kanalen (ITV, Channel 4, SC4 en Channel 5). Deze laatste verkrijgen hun inkomsten uit reclame en hebben in ruil voor etherfrequenties een aantal publieke taken. De BBC verkrijgt zijn opdracht via een *Royal Charter* dat eens in de tien jaar, na een uitgebreide evaluatie opnieuw moet worden bevestigd. De *Board of Governors* is formeel gezien het orgaan dat maatschappelijke verankering uitdrukt en dat zorg moet dragen voor publieke legitimatie. De *Board of Governors* is onafhankelijk van de BBC en de leden ervan worden aangesteld door de Staatssecretaris van Cultuur, Media en Sport.

- In de Britse situatie is maatschappelijke verankering daarnaast belegd in tal van maatregelen en instrumenten om contact met het publiek te onderhouden. De BBC heeft een sterk ontwikkelde traditie van rechtstreekse communicatie met zijn publiek. Sinds 1996 richt de BBC zich jaarlijks met een *Statement of Promises* tot de betalers van de omroepbijdrage. In 2002 is deze aangevuld met een *Statement of Programme Policy*. In deze documenten maakt de BBC zijn voornemens bekend met betrekking tot programmabeleid, programmering, organisatie en financiën.
- Op dit moment vindt de evaluatie plaats van het systeem van *Public Service Broadcasting* in Groot-Brittannië. De toezichthouder OFCOM is belast met de review van *Public Service Broadcasting*. De OFCOM heeft iedereen, zowel maatschappelijke organisaties als gewone kijkers en luisteraars via zijn website uitgenodigd om te reageren en te laten weten wat ze van de publieke omroep vinden. De consultatieronde is eind 2004 afgerond. In de aanloop naar de herziening van het Charter in 2006 onderwerpt BBC zich aan een uitgebreid zelfonderzoek. Daarbij zoekt de omroep uitgebreid contact met kijkers en luisteraars via surveys en een website.
- In Groot-Brittannië laten kijkers en luisteraars een stem horen in de vorm van het in 1983 opgerichte *Voice of the Listener and the Viewer* dat invloed probeert uit te oefenen op overheid, toezichthouders en omroepen en zich beijvert voor behoud van de publieke waarden van omroep.

Zweden

- De positie van de publieke omroep in Zweden is relatief sterk. Hij heeft vergeleken met andere Europese publieke omroepen een relatief hoog kijktijdaandeel (> 40%) en geniet brede politieke en maatschappelijke steun. De Zweedse publieke omroep wordt vrijwel volledig (96%) gefinancierd uit de omroepbijdrage. Reclame is niet toegestaan, sponsoring onder bepaalde voorwaarden wel. Middelen voor publieke omroep worden verdeeld onder SVR (radio), de televisiekanalen SVT1 en het regionaal georganiseerde SVT2, en de educatieve omroep UR.
- De aandelen van SVR, SVT en UR zijn in handen van een soort stichting. Deze functioneert als een muur tussen overheid en omroep. De regering benoemt, in overleg met het parlement, het bestuur van de stichting (ongeveer 10 leden en een voorzitter). Dit bestuur benoemt op zijn beurt de besturen van de drie omroepondernemingen. Men streeft in de besturen naar een afspiegeling van verschillende beroepsgroepen en domeinen die relevant zijn voor de publieke omroep, zoals de culturele sector en de journalistiek.
- De publieke omroep is wettelijk verplicht om zich behalve richting het parlement ook met een toegankelijk verslag over geleverde prestaties richting het publiek te verantwoorden. Op vrijwillige basis organiseren de publieke omroepen ook regelmatig beoordelingen van hun programma's door het

publiek. Het onderwerp publieke of maatschappelijk verantwoording is geen actueel onderwerp van discussie.

Frankrijk

- De geschiedenis van de Franse publieke omroep wordt gekarakteriseerd door een sterke invloed van de centrale overheid, al is die in de afgelopen jaren als gevolg van de liberalisering van mediamarkten afgenomen. De drie televisiekanalen die onder France Télévision vallen (TV2, TV3 en TV5), krijgen door middel van een wettelijke opdracht ieder een verschillende identiteit opgelegd. In combinatie moeten zij een volledig en gevarieerd programma-aanbod leveren. Het grootste deel van het budget voor de publieke omroep is afkomstig uit kijk- en luistergeld (rond 75 procent); voor reclame gelden strenge regels. De Franse omroep kent gedetailleerde programmavoorschriften en productieregelingen.
- De maatschappelijke inbedding en publieke legitimatie krijgen bij de Franse publieke omroep vooral vorm in een reeks instrumenten die contact met en verantwoording aan het publiek bevorderen:
 - Alle publieke zenders verantwoorden hun beleid richting werknemers en publiek in de *Charte de l'antenne*.
 - France Télévisions werkt met een systeem van *mediateurs* (bemiddelaars). Deze *mediateurs* organiseren de dialoog met het publiek. Ze zijn benoemd voor een periode van drie jaar en vallen direct onder de president van France Télévisions. Iedere zender heeft een eigen *mediateur* en er is een aparte *mediateur* voor de nieuwsprogramma's. Het publiek is betrokken bij de verkiezing van de *mediateurs*. De *mediateurs* brengen jaarlijks verslag uit en maken hun observaties kenbaar op televisie. Een keer per week wordt op televisie een programma uitgezonden met kritiek van het publiek en discussies.
 - Verder hanteert de publieke omroep een tevredenheidsbarometer en een waarderingscijfer. Recent is een commissie van burgers / kijkers opgericht
 - Er is een bureau dat contacten met kijkers en luisteraars onderhoudt, hun vragen beantwoordt en bevindingen doorgeeft aan de directies, redacties, programmamakers en *mediateurs* van de verschillende tv-zenders.
 - De Franse publieke omroep heeft samenwerkingsovereenkomsten gesloten met culturele en humanitaire organisaties en organisaties actief op het gebied van burgerschap, gezondheid en (verkeers)veiligheid.
 - De Franse publieke omroep TF2 zendt jaarlijks een televisie programma uit, waarin de directeur van France Télévision het publiek uitlegt wat de omroep doet met de omroepbijdrage en vragen beantwoordt van kijkers.

Conclusie

Het TNO-rapport concludeert uit het bovenstaande dat het onderhouden van een band met kijkers en luisteraars en het afleggen van verantwoording aan het publiek op verschillende niveaus plaatsvindt en op verschillende manieren: zowel formeel als informeel en zowel intern als extern. In de meeste gevallen wordt gekozen voor een indirecte vertegenwoordiging via leden van maatschappelijke organisaties en politieke partijen, soms aangevuld met 'gewone' kijkers en luisteraars. Er kan daarbij een onderscheid worden gemaakt tussen

- vertegenwoordiging in besturen en beleidsbepalende organen en
- vertegenwoordiging in toezichthoudende organen of organen waar de publieke omroep verantwoording aan aflegt.

Naast formele controle op de prestaties van publieke omroepen leggen publieke omroepen ook rechtstreeks verantwoording af aan hun kijkers en luisteraars. Er bestaan meerdere manieren om (vertegenwoordigers van) kijkers en luisteraars directer te betrekken bij de taakopdracht en programmering van de publieke omroep.

O N D E R
O N S I M
L T U U R
N E T E M
S C H A P

Raad voor Cultuur
T.a.v. mevrouw mr. W. Sorgdrager
Postbus 61243
2506 AE DEN HAAG

Raad voor Cultuur
INGEKOMEN

1 0 DEC 2004

Doss. 41 x 27

Nr. MED-2004.01923

Den Haag
9 DEC. 2004

Ons kenmerk
MLB/M/2004/55.444

Uw brief van

Onderwerp
Visie op de publieke omroep

Bijlagen
Overzicht aangeschreven organisaties

Geachte mevrouw Sorgdrager,

Het zal u niet ontgaan zijn dat zowel in de media als in de politiek het afgelopen jaar intensieve discussies zijn gevoerd over de publieke omroep. De voornaamste aanleiding hiertoe vormt de visitatie die de publieke omroep heeft ondergaan in de aanloop naar een nieuwe concessieperiode. Deze visitatie heeft vervolgens in april van dit jaar geresulteerd in de rapportage van de visitatiecommissie Rinnooy Kan. Daarnaast heeft de wetswijziging inzake de verlaging van het ledental voor omroepen de nodige stof doen opwaaien.

Naar aanleiding van het visitatierapport heb ik op 11 juni jongst leden de Tweede Kamer een brief toegezonden met het kabinetsstandpunt over de publieke omroep. Hierin heb ik aangekondigd dat het kabinet een visie ontwikkelt voor de lange termijn die zij in het voorjaar 2005 wil presenteren. Deze visie is gericht op een publieke omroep die goed gepositioneerd is in het huidige en toekomstige medialandschap en die qua inrichting aansluit bij maatschappelijke veranderingen.

Bij de voorbereiding van de kabinetsvisie wil het kabinet uitdrukkelijk verschillende relevante en belanghebbende partijen betrekken. Ik vind het belangrijk dat u in dit stadium van discussie uw opvattingen over de toekomst van de publieke omroep kenbaar kunt maken. Daarom nodig ik u uit om uw gedachten over de toekomst van de publieke omroep met mij te delen. Concreet wil ik u vragen om antwoord te geven op (en u te beperken tot) twee vragen.

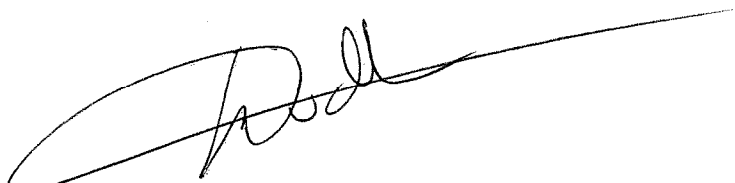
Deze vragen staan centraal in de visie van het kabinet. Zij hebben betrekking op de taak en de inrichting van de publieke omroep:

- Wat zou de rol, taak en functie van een publieke omroep in de samenleving moeten zijn?
- Hoe kan de maatschappelijke relevantie daarvan het best tot zijn recht komen? Hierbij gaat het om de vraag op welke wijze de maatschappelijke inbedding van de publieke omroep het beste georganiseerd kan worden.

De reacties worden betrokken bij de discussie in het kabinet over de toekomst van de publieke omroep. Om deze tijdig daarbij te kunnen betrekken, stel ik het op prijs uw reactie uiterlijk **15 februari 2005** te ontvangen. Verder wil ik u wijzen op de mogelijkheid dat de ontvangen reacties van de aangeschreven organisaties (zie bijlage voor een overzicht) op de site van het ministerie van OCW geplaatst zullen worden. Mocht u hier bezwaar tegen hebben dan kunt u dit opnemen in uw reactie.

Hoogachtend,

de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,



(mr. Medy C. van der Laan)

Overzicht aangeschreven organisaties

Publieke Omroep Raad van Bestuur	dhr. H. Bruins Slot
AVRO	dhr. M. Sanders
BNN	dhr. G. Timmer
EO	dhr. A. van der Veer
KRO	dhr. F.C.H. Slangen
NCRV	dhr. C.J. Klop
TROS	dhr. K. van Doodewaerd
VARA	mevr. V.V.M. Keur
VPRO	dhr. P. van Lieshout
BOS	dhr. J.K. Hylkema
Humanistische Omroep	dhr. J. Kohnstamm
IKON	dhr. H. Koetje
NMO	dhr. F. William
NIKmedia	dhr. A. Betsalel
OHM	dhr. R. Ramnath
Stichting Zendtijd voor Kerken	dhr. H.J. Siegers
NOS	dhr. G. Dielessen
NPS	dhr. R. van Boxtel
Wereldomroep	dhr. H. van den Broek
RVU educatieve omroep & EDUCOM	dhr. J. Franssen
SOCUTERA	dhr. J.C. van Deth
Teleac/NOT	dhr. W.J. Deetman
STER	dhr. H. Post
Netwerk Mediavrouwen	mevr. B. Alma
Platform publieke programmamakers	dhr. Bartelds
Centrale Ondernemingsraad	dhr. W. Bijleveld
Vereniging voor Satelliet Televisie en Radio Aanbieders (VESTRA)	dhr. A. Kreuzen
Vereniging van Commerciële Radio	dhr. M.S. Banga
Nederlandse Vereniging van Speelfilmproducenten	mevr. S. Bosklopper
Federatie Filmbelangen	dhr. J. Nieuwenhuis
Vereniging van Onafhankelijke Televisieproducenten (OTP)	dhr. F. de Jonge
SKOP	dhr. G.H. Bueters
Raad voor Cultuur	mevr. mr. W. Sorgdrager
Commissariaat voor de Media	dhr. J. van Cuilenburg
Stichting Nederlandse Fonds voor de Film	dhr. H. Dijkstal
Stichting Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproductie	dhr. J.S. de Leeuw
Bond van Adverteerders	dhr. C.F. Bosma
FNV Kunsten, Informatie en Media (KIEM)	mevr. L. van Westerlaak
Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ)	dhr. C.S.M. Schaepman
Netwerk Scenarioschrijvers	dhr. G. Poppelaars
Nederlandse Dagbladpers (NDP)	dhr. dr. C.G.G. Spaan
Consumentenbond	dhr. F. Cohen
Stichting Weten	dhr. prof. dr. F.A. van Vught
Mira Media	dhr. R. Hoy-Ten-Soeng
NOC/NSF	mevr. E.G. Terpstra
Onderwijsraad	dhr. prof. dr. A.M.L. van Wieringer
Raad van Kerken	dhr. dr. A.H.C. van Eijk
Vereniging van Exploitanten van kabel en telecomnetwerken (VECA)	dhr. M. Th. van de Wouw
Digitenne Holding	dhr. F. Meijerhof
CanalDigitaal Satelliet	dhr. K. Färber
Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS)	dhr. R.H.J. Staal

O N D E R
U C S I M
L T U R
N E T E M
S C H A P

Raad voor Cultuur
Postbus 61234
2506 AE Den Haag

Raad voor Cultuur
INGEKOMEN

17 MRT 2005

Doss. 1<1>27

Nr. med-2005.02144

Den Haag
15 MRT 2005

Ons kenmerk
MLB/M/2005/11.189

Onderwerp
Tussentijds Concessiebeleidsplan Publieke
Omroep 2006 - 2010

Bijlage(n)
Tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010

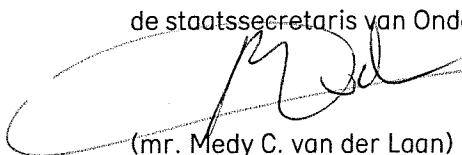
Geacht College,

Bijgaand doe ik u het *Tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010* van de Publieke Omroep toekomen. Op grond van artikel 30b, vijfde lid Mediawet verzoek ik u om binnen vier weken na dagtekening van deze brief uw advies over dit Concessiebeleidsplan aan mij te doen toekomen.

U hebt eerder laten weten dat u deze gelegenheid zult aangrijpen om tevens uw visie op de toekomst van de publieke omroep te ontvouwen; ik nodig u ertoe uit om dat te doen.

Hoogachtend,

de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,


(mr. Medy C. van der Laan)