



**TNO-rapport**

**STB-04-39**

**Quick Scan Beleid publieke omroep in Europa,  
Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten**

Schoemakerstraat 97  
Postbus 6030  
2600 JA Delft

[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

T +31 (0)15 269 69 00  
F +31 (0)15 269 54 60  
[stb@stb.tno.nl](mailto:stb@stb.tno.nl)

Datum	6 december 2004
Auteur(s)	Andra Leurdijk, met bijdragen van Gabriela Bodea, Josephine Dries en Arnout Ponsioen
Aantal pagina's	87

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, foto-kopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoekopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belang-hebbenden is toegestaan.

© 2004 TNO

## Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>3</b>
1.1	Vraagstelling .....	3
1.2	Werkwijze.....	4
<b>2</b>	<b>Verschillen en overeenkomsten in beleid m.b.t. publieke omroepen.....</b>	<b>5</b>
2.1	Omvang en marktaandeel publieke omroep.....	5
2.2	Taakopdracht .....	9
2.2.1	Volledig of aanvullend programma-aanbod .....	10
2.3	Toezicht en publieke verantwoording.....	12
2.4	Programmavoorschriften en prestatiecontracten.....	15
2.5	Financiering publieke omroep .....	17
2.6	Toekomstvisie en nieuwe diensten .....	20
2.7	Verenigde Staten en Nieuw Zeeland.....	25
<b>3</b>	<b>België / Vlaanderen.....</b>	<b>27</b>
<b>4</b>	<b>Duitsland.....</b>	<b>33</b>
<b>5</b>	<b>Frankrijk .....</b>	<b>43</b>
<b>6</b>	<b>Groot-Brittannië .....</b>	<b>52</b>
<b>7</b>	<b>Italië .....</b>	<b>61</b>
<b>8</b>	<b>Zweden.....</b>	<b>68</b>
<b>9</b>	<b>Nieuw Zeeland.....</b>	<b>74</b>
<b>10</b>	<b>Verenigde Staten.....</b>	<b>79</b>
<b>11</b>	<b>Bronnen .....</b>	<b>85</b>

# 1 Inleiding

Het medialandschap in Europa kenmerkt zich door toenemende concurrentie van een groeiend aantal televisiekanalen, radiozenders en diensten op diverse (digitale) distributiekkanalen. Hierdoor wordt meer dan voorheen van publieke omroepen gevraagd om aan te tonen hoe hun aanbod zich onderscheidt van wat commerciële omroepen en andere marktpartijen bieden, hoe zij hun middelen besteden en welke publieke doelen zij dienen. Deze roep om meer publieke verantwoording over prestaties en inzet van publieke middelen kent verschillende verschijningsvormen. Sommigen richten zich tot overheid en toezichthouders en zijn van mening dat doel, opdracht en financiering van publieke omroepen preciezer in wetten en regels vastgelegd moeten worden. Anderen vinden dat publieke omroepen zelf het voortouw moeten nemen. Veel publieke omroepen in Europa zijn dan ook verwickeld in een proces van heroriëntatie op doel, missie en middelen en ondernemen initiatieven tot meer transparante en concrete vormen van publieke verantwoording. Ook in Nederland speelt deze discussie.

Directe aanleiding voor dit onderzoek is de toezegging van de staatssecretaris van Cultuur aan de Tweede Kamer om in het voorjaar van 2005 met een visie te komen op de toekomst van de publieke omroep in Nederland. Hiermee reageert het kabinet onder andere op het rapport van de visitatiecommissie onder leiding van dhr. Rinnooy Kan die in het voorjaar van 2004 verscheen. Het rapport bevatte een uitgebreide evaluatie van het functioneren van de publieke omroep en aanbevelingen om de prestaties van de publieke omroep te verbeteren. Ook de WRR heeft tegen die tijd een rapport gepubliceerd met een toekomstvisie op het mediabeleid in Nederland, waarvan het beleid met betrekking tot de publieke omroep deel uit maakt.

Deze visie wordt voorbereid binnen het kabinet. Om de betrokken bewindslieden te voorzien van zo goed mogelijke informatie over de context waarbinnen de publieke omroep functioneert, heeft TNO-STB in opdracht van OCenW een quick scan gemaakt van de belangrijkste ontwikkelingen in het beleid ten aanzien van de publieke omroep in een zestal Europese landen, in Nieuw Zeeland en in de Verenigde Staten. Veel van de problemen en van de vragen waarvoor de publieke omroep in Nederland zich geplaatst ziet zijn immers niet uniek, maar spelen ook in andere Europese landen en daarbuiten een rol. Denk bijvoorbeeld aan de toegenomen concurrentie van commerciële omroepen en aan de opkomst van digitale media en communicatienetwerken. Ook discussies over taak, aard en omvang van de publieke omroep en de maatschappelijke inbedding van de publieke omroep worden in het buitenland gevoerd. Beleid en instrumenten die in deze landen zijn ontwikkeld kunnen als inspiratiebron dienen voor de visie van het Nederlandse kabinet op de publieke omroep.

## 1.1 Vraagstelling

Centrale vraag in de quick scan luidt als volgt: wat zijn de belangrijkste kenmerken van en ontwikkelingen in het beleid ten aanzien van de publieke omroep in Europese landen?

Deze vraag wordt beantwoord aan de hand van de volgende deelvragen:

- Hoe zijn de omvang, taak, programmering, financiering, organisatie en publieke verantwoording van de publieke omroep in deze landen geregeld?
- Welke actuele discussies vinden plaats met betrekking tot deze onderwerpen?

- Welke oplossingen worden geformuleerd voor actuele problemen van de publieke omroep en op basis van welke toekomstvisies gebeurt dit?

## 1.2 Werkwijze

Het onderzoek bestaat uit een quick scan van relevante trends en voorbeelden in het beleid van acht landen ten aanzien van de publieke omroep, te weten:

- Duitsland;
- Frankrijk;
- Groot-Brittannië;
- Italië;
- Vlaanderen;
- Zweden;
- Nieuw Zeeland;
- Verenigde Staten.

In de selectie van landen zijn zowel grote als kleine landen opgenomen en is sprake van een zekere spreiding over een aantal relevante kenmerken. Zo bevat de selectie Europese landen met een sterke (Groot-Brittannië, Duitsland, Zweden) en zwakke (Italië) publieke omroep, met sterke (Duitsland) en minder sterke (Denemarken) concurrentie van commerciële omroepen, met publieke omroepen hoofdzakelijk gefinancierd door overheidsbijdragen (Groot-Brittannië) en gemengde financiering (Duitsland) en met streng gereguleerde (Frankrijk) en minder streng gereguleerde (Groot-Brittannië, Duitsland) publieke omroepen. Nieuw Zeeland en Verenigde Staten zijn toegevoegd omdat hun omroepsystemen sterk afwijken van het Europese model: in beide landen is de bijdrage van de overheid zeer beperkt en ondernemingsgewijze productie van radio en televisie dominant.

Er is gebruik gemaakt van officiële beleidsdocumenten, beheersovereenkomsten en wetsteksten, van recente (vanaf 2000) overzichtsartikelen en vergelijkende studies en informatie op websites van overheden, toezichthouders en publieke omroepen. Daarnaast is een aantal telefonische interviews gehouden met sleutelfiguren om ontbrekende informatie aan te vullen en bepaalde aspecten van het beleid beter in een context te kunnen plaatsen. Soms wordt volstaan met een verwijzing naar de bron of persoon waar in een latere fase eventueel nadere informatie kan worden verkregen. Gezien de beperkte omvang van het onderzoek is niet gestreefd naar volledigheid. Dat wil zeggen dat de informatie niet van alle landen op alle dimensies even uitgebreid is. Het accent in de rapportage ligt op het signaleren van trends en voorbeelden die de ontwikkeling van het Nederlandse overheidsbeleid kunnen inspireren.

Op basis van de verzamelde informatie is per land een beknopt overzicht geschreven van de belangrijkste kenmerken van het beleid ten aanzien van de publieke omroep. Voorafgaand aan de overzichten per land worden in hoofdstuk drie opvallende overeenkomsten en verschillen vermeld in het beleid met betrekking tot publieke omroepen in de onderzochte landen.

## 2 Verschillen en overeenkomsten in beleid m.b.t. publieke omroepen

Dit hoofdstuk bevat een impressie van enkele van de belangrijkste overeenkomsten en verschillen in het beleid met betrekking tot publieke omroepen in de onderzochte Europese landen en Nieuw Zeeland.

Onderwerpen waar nader op in wordt gegaan zijn achtereenvolgens:

- Omvang;
- Taakopdracht;
- Programmavoorschriften en prestatiecontracten;
- Financiering;
- Publieke verantwoording;
- Toekomstvisie en nieuwe diensten (internet, digitale kanalen).

Basis voor deze vergelijking zijn de overzichten per land uit hoofdstuk drie en een reeks eerder verschenen vergelijkende Europese studies (onder andere EIM, 2002; Coppens, 2004; NZ on Air, 2003; EBU, 2004; Ward, 2004), waarin soms ook andere dan de voor dit rapport onderzochte landen, aan de orde komen.

De situatie in de Verenigde Staten en Nieuw Zeeland wordt in een aparte paragraaf samengevat, aangezien de situatie in beide landen in een aantal belangrijke opzichten sterk afwijkt van de situatie in de meeste Europese landen.

### 2.1 Omvang en marktaandeel publieke omroep

Tabel 2.1 bevat een overzicht van het aantal publieke en commerciële televisiekanalen in de onderzochte landen. De aantallen hebben alleen betrekking op de analoge free-to-air, generalistische kanalen met landelijk bereik. Thema-, doelgroep, regionale en nieuwe digitale kanalen zijn buiten beschouwing gebleven. De overzichten per land in hoofdstuk drie bevatten meer gedetailleerde informatie over het aantal en de marktaandelen van de verschillende publieke en commerciële televisiekanalen, evenals informatie over de radiomarkt. Tabel 2.2 geeft aan wat het marktaandeel (kijktijdaandeel) van de publieke zenders is. In combinatie met tabel 2.1 geeft dit een beeld van de mate van concurrentie in de diverse televisiemarkten.

*Tabel 2.1 Aantal generalistische publieke en commerciële 'free-to-air' televisiekanalen per land in 2004*

	<b>Publiek</b>	<b>Commercieel</b>
België Vlaanderen	2 (waarvan 1 gedeeld kanaal)	3
België Wallonië	3	2
Duitsland	2 (+ 9 regionale ARD kanalen)	6
Frankrijk	3	3
Groot-Brittannië	2	3
Italië	3	3
Nederland	3	6
Oostenrijk	2	1
Spanje	2	3
Zweden	2	3

Bron: TNO-STB, 2004

Afgaand op het aantal generalistische, nationale televisiekanalen zijn de Duitse en Nederlandse markten de meest concurrerende markten, met een relatief groot aantal commerciële televisiekanalen die op het eigen taalgebied zijn gericht

Tabel 2.2 bevat een overzicht van de kijktijdaandelen van publieke omroepen in een aantal Europese landen. Overigens zijn deze niet zonder meer vergelijkbaar, zoals hierna wordt toegelicht.

*Tabel 2.2 Kijktijdaandeel publieke omroepen in %<sup>1</sup>*

Land	2001	2002	2003
België/Vlaanderen	33.5	36	39.2
België/ Wallonië	23.0	21.7	20.4
Duitsland	43.3	44.4	44.4
Frankrijk	45.3	45.3	46.4
Groot-Brittannië	48	47.6	46.2
Italië	46.9	46.5	48.6
Nederland	36	35.9	34.4
Oostenrijk	55.5	54.3	51.4
Spanje	49.6	50.2	48.8
Zweden	41.9	42.9	40.1

Source: Eurodata-TV / OBS

© European Audiovisual Observatory / Yearbook Online Premium Service 2004

Uit het verloop van de marktaandeelen van publieke omroepen tussen 2001-2003 blijkt dat de marktaandeelen van publieke omroepen in een aantal landen (nog steeds) een dalende trend vertonen als gevolg van toenemende concurrentie. In Vlaanderen, Duitsland, Italië en Frankrijk daarentegen is het marktaandeel van de publieke omroep (licht) gestegen.

Het marktaandeel van de publieke omroep in Nederland is relatief laag vergeleken met dat in andere Europese landen, al zijn er ook landen (niet allemaal opgenomen in dit overzicht) waar het marktaandeel nog lager is, zoals Griekenland (14,1), Portugal (28,8), Wallonië (20,4) en een reeks Oost-Europese landen.

De kijktijdaandelen zijn niet geheel zuiver te vergelijken door nationale verschillen. De Duitse publieke omroep heeft bijvoorbeeld sterke regionale televisiekanalen (die via de kabel ook in de deelstaten buiten de eigen deelstaat zijn te ontvangen) en heeft daarnaast een drietal ook analoog te ontvangen thema- en doelgroepkanalen in de markt gezet, die zijn meegerekend bij het totale kijktijdaandeel van de publieke omroep. De Nederlandse publieke omroepen hebben (nog) geen thema- of doelgroepkanalen en regionale omroepen zijn niet meegerekend. Echter ook in vergelijking met de Vlaamse publieke omroep die evenmin over doel- en themakanalen beschikt, scoort de Nederlandse publieke omroep slechter. In Vlaanderen heeft de publieke omroep een

<sup>1</sup> De hier vermelde kijktijdaandelen (gemiddeld per dag), komen niet geheel overeen met de aandelen die worden vermeld in de afzonderlijke landenstudies, hoewel beide het gemiddelde kijktijdaandeel per dag betreffen en beide afkomstig zijn van het European Audiovisual Observatory, maar uit verschillende overzichten binnen de (on-line) databank van de organisatie. Verklaring is mogelijk dat regionale zenders in bovenstaande tabel bij sommige landen wel en bij andere landen niet zijn meegeteld. Het is niet geheel duidelijk voor welke landen in dit overzicht regionale, en thema en doelgroepkanalen van de publieke omroep consequent zijn meegeteld c.q. achterwege zijn gelaten bij het bepalen van het marktaandeel.

drietal sterke concurrerende commerciële kanalen, wat weer minder is dan het aantal Nederlandstalige commerciële kanalen in Nederland.

Een ander punt waardoor de vergelijking tussen landen van de marktaandelen van publieke omroepen geen volledig zuivere indicator is van de kracht van publieke ten opzichte van commerciële omroepen is dat de fysieke, infrastructurele mogelijkheden voor concurrentie niet overal hetzelfde zijn. In landen waar nog een aanzienlijk deel van de huishoudens televisie alleen via de analoge ether ontvangt, is het marktaandeel van publieke omroepen doorgaans hoger. In deze huishoudens zijn geen of aanzienlijk minder commerciële en buitenlandse zenders te ontvangen dan in huishoudens die televisie via kabel of satelliet ontvangen. Zo is het marktaandeel van de publieke omroep in Zweden in satelliehuishoudens in 2003 34 procent, terwijl het gemiddeld over heel Zweden (dus inclusief satelliehuishoudens) 40 procent is. In Zweden ontvangt ongeveer 25 procent van de huishoudens televisie via de analoge ether. Deze huishoudens kunnen alleen de publieke omroepen ontvangen en één van de drie landelijke commerciële omroepen die over een etherfrequentie beschikt. In de satelliehuishoudens is het aandeel van commerciële en buitenlandse (andere Scandinavische) zenders in de kijktijd aanzienlijk groter en het kijktijdaandeel van de publieke omroepen lager. In dichtbekabelde landen als Nederland en België behoren vrijwel alle huishoudens al geruime tijd tot de zogenaamde multichannel huishoudens en is de concurrentie voor publieke zenders dus per definitie groter. Tabel 2.3 en 2.4 bevatten een overzicht van de aandelen die analoge en digitale omroepdistributienetwerken (ether, kabel en satelliet) hebben in de televisieontvangst in verschillende Europese landen<sup>2</sup>.

Sinds 2001 zijn de verhoudingen tussen de drie distributiekkanalen (kabel, satelliet en ether, tabel 2.3) ongetwijfeld verschoven als gevolg van toenemende bekabeling, groei van satellietdistributie en digitalisering. Tabel 2.1 geeft echter wel een beeld van landen die nog voor een groot deel zijn aangewezen op etherdistributie. De concurrentie van andere commerciële en buitenlandse televisiekanalen is in die landen kleiner of van meer recente datum dan in landen met een hoog aandeel kabel- en satellietdistributie. Van de oorspronkelijke 15 Europese lidstaten zijn dit met name Denemarken, Finland, Frankrijk, Griekenland, Ierland, Italië, Zweden en Groot-Brittannië. Als gevolg van de invoering van digitale etherdistributie zal dit de komende jaren snel veranderen. Tabel 2.4 geeft de stand van zaken weer in 2003. Inmiddels is duidelijk dat met name in Groot-Brittannië digitale etherdistributie een hoge vlucht heeft genomen; 55 procent van de huishoudens beschikt nu over een digitale ontvangstmogelijkheid (Ofcom, 2004).

---

<sup>2</sup> Het totaal aantal televisiehuishoudens in de tabellen 2.3 en 2.4 vertoont kleine verschillen, mogelijk door de verschillende peildata (2001 en 2003).

Tabel 2.3 Wijze van Tv ontvangst, in 2001

	Total TV HH (miljoen)	Satellite %	Cable %	Terrestria l %
Austria	3.2	48.3	37.2	14.6
Belgium	4.1	5.3	94.7	0.0
Denmark	2.4	26.1	44.1	29.8
Finland	2.3	15.8	32.5	51.7
France	22.9	18.6	12.2	69.2
Germany	37.7	32.3	53.9	13.8
Greece	4.0	6.6	0.3	93.2
Ireland	1.2	13.7	55.1	31.2
Italy	21.0	16.9	0.4	82.7
Luxembourg	0.2	14.4	75.0	10.6
Netherlands	6.8	5.0	92.9	2.1
Norway				
Portugal	3.0	9.9	36.8	53.3
Spain	13.1	11.4	8.4	80.2
Sweden	4.1	25.2	42.0	32.8
UK	24.4	26.2	15.7	58.2
EU-15 Total	150.33	21.8	30.2	48.0

Bron: Eurostat 2002.

Tabel 2.4 Digitale tv ontvangst

	Total TV HH (miljoen)	Total Digital TV HH		Cable DTV		Satellite DTVDVBt		Terrestrial DTV		Cable TV (DTV plus analog)
		TV HH	%	TV HH	%	TV HH	%	TV HH	%	
Austria	3,2	0,55	17,2	0,05	1,6	0,5	15,6	0	0,0	40,80
Belgium	4,2	0,18	4,3	0,16	3,8	0,02	0,5	0	0,0	93,00
Denmark	2,3	0,35	15,2	0,08	3,5	0,27	11,7	0	0,0	46,40
Finland	2,3	0,21	9,1	0,02	0,9	0,1	4,3	0,09	3,9	43,90
France	24,4	4,62	18,9	0,92	3,8	3,7	15,2	0	0,0	11,90
Germany	36,6	5,16	14,1	1,63	4,5	3,15	8,6	0,38	1,0	56,30
Greece	3	0,25	8,3	0	0,0	0,25	8,3	0	0,0	0,00
Ireland	1,31	0,46	35,1	0,1	7,6	0,36	27,5	0	0,0	35,80
Italy	20,9	2,85	13,6	0	0,0	2,85	13,6	0	0,0	0,30
Luxembourg	0,2	0,01	5,0	0	0,0	0,01	5,0	0	0,0	91,70
Netherlands	7,1	0,69	9,7	0,11	1,5	0,55	7,7	0,03	0,4	89,00
Norway										
Portugal	3,1	0,51	16,5	0,02	0,6	0,49	15,8	0	0,0	28,70
Spain	12,6	2,38	18,9	0,15	1,2	2,06	16,3	0,17	1,3	7,10
Sweden	4,5	1,25	27,8	0,17	3,8	0,88	19,6	0,2	4,4	47,10
UK	24,4	13,14	53,9	2,29	9,4	8,04	33,0	2,81	11,5	15,60
EU-15 Total	150,11	32,61	21,7	5,7	3,8	23,23	15,5	3,68	2,5	30,30

Bron: EC 2003, Ninth Implementation Report on the implementation of the telecommunications regulatory package.



## 2.2 Taakopdracht

In de meeste Europese landen is sprake van een duaal omroepbestel met zowel publieke als commerciële omroepen. De publieke taak is doorgaans exclusief of vooral (BBC) belegd bij publieke omroeporganisaties.

Publieke omroepen in Europese landen kenmerken zich door een grote verscheidenheid in geschiedenis en organisatievormen. Ondanks deze verschillen hebben vrijwel alle publieke omroepen in Europa een *vergelijkbare taakopdracht*, verwoord in een wettelijke opdracht of in door de publieke omroep zelf opgestelde mission statement en doelstellingen. Elementen uit de taakopdracht die vrijwel overal voorkomen, zijn onder andere het leveren van een bijdrage aan:

- democratie en publieke meningsvorming,
- sociale cohesie en
- het cultureel leven in een land (zowel kunst als populaire cultuur, en daarnaast ook culturele identiteit en culturele diversiteit).

Daartoe krijgen publieke omroepen de opdracht om een pluriform en onafhankelijk informatieaanbod te leveren.

Daarnaast moeten zij voor iedereen toegankelijk zijn, in geografische zin, maar ook door alle publieksgroepen te bedienen. Ook kwaliteit, innovatie en (culturele) diversiteit, aandacht voor minderheden (taalgroepen, etnische, religieuze of culturele minderheden), en het bijdragen aan levenslange educatie, het vreedzaam samenleven van verschillende groepen en het bestrijden van discriminatie zijn veel voorkomende onderdelen van de opdracht aan de publieke omroep.

Relatief *nieuwe elementen* zijn aspecten als respect voor de menselijke waardigheid, bescherming van privacy (als reactie op opkomst van reality televisie), gelijkheid tussen mannen en vrouwen en het overbruggen van de digitale kloof.

Accenten in taakopdracht verschillen al naar gelang de nationale context. Zo legt de Duitse wet bijvoorbeeld veel nadruk op de democratische functie van de Duitse publieke omroep en besteedt de Finse wet veel aandacht aan de plicht tot universele toegankelijkheid. In een uitgestrekt land als Finland, waar het voor commerciële omroepen lang niet altijd profijtelijk is om tot in alle uithoeken van dun bevolkte of geografisch moeilijk toegankelijke gebieden beschikbaar te zijn, is dit een extra verplichting die op de publieke omroep rust.

Daarnaast *varieert de mate van detail en concreetheid* van de taakopdracht van het in zeer algemene termen omschreven Royal Charter van de BBC tot gedetailleerde programmatische voorschriften bij de Franse omroep en de Waalse omroep in België.

Ook de wijze waarop de algemene doelstellingen zijn vervat in concrete wetten, regels en procedures loopt sterk uiteen. Het European Institute for the Media (EIM, 2003) onderscheidt verschillende modellen in de regulering van de publieke omroep in Europa. Ten eerste het Britse model dat deels model heeft gestaan voor de regulering van de Duitse publieke omroep. In dit model stelt de overheid slechts zeer globale eisen en staat verder zelfregulering en interne controle van de publieke omroep centraal. Een andere overeenkomst tussen Groot-Brittannië en Duitsland is dat de publieke omroep in beide landen een omvangrijke bevolking bedient en over een relatief hoog budget beschikt.

Ten tweede het Scandinavische model waarin wel een onafhankelijke toezichthouder bestaat, maar waarin de publieke omroepen veel vrijheid krijgen om hun opdracht naar eigen inzicht in te vullen. De publieke omroepen in worden in de Scandinavische landen financieel vrijwel volledig ondersteund door de overheid en hebben een relatief sterke positie op de omroepmarkt.

Ten derde het Franse en Waalse model met gedetailleerde wettelijke regels en quota, met de nadruk nationale productie, en controle door een externe toezichthouder en/of de overheid.

Ten vierde het Nederlandse en Vlaamse model dat wordt gekenmerkt door zware regulering van het type programma-aanbod en controle door een externe toezichthouder en/of de overheid.

De globale overeenkomsten tussen landen binnen de onderscheiden modellen, betekenen overigens niet dat het omroep- en mediabeleid over de hele linie vergelijkbaar zijn. Zo verschillen Groot-Brittannië en Duitsland bijvoorbeeld in hun beleid met betrekking tot commerciële omroepen. In Groot-Brittannië hebben commerciële omroepen (met name ITV en Channel 4) tal van programmatische verplichtingen en ook in Frankrijk moeten commerciële omroepen een bepaald deel van hun zendtijd besteden aan nieuws en informatie, Franstalige producties en programma's voor kinderen en jeugd. De Duitse commerciële omroepen zijn daarentegen – evenals de Nederlandse - nauwelijks gereguleerd, afgezien van de Europese regelgeving die zowel voor publieke als voor commerciële omroepen geldt.

### 2.2.1 *Volledig of aanvullend programma-aanbod*

Sinds de komst van commerciële omroepen vindt met enige regelmaat de discussie plaats over de vraag of publieke omroepen een volledig programma-aanbod moeten bieden in alle radio en televisiegenres, of slechts aanvullend moet zijn door zich te concentreren op programmasoorten die commerciële omroepen niet bieden. Deze discussie heeft een nieuwe impuls gekregen door de opkomst van (breedband)internet, digitale televisie en andere digitale diensten. Mensen beschikken over steeds meer individuele keuzemogelijkheden in een uitdijend informatieaanbod. Daarmee komt volgens sommigen het bestaansrecht van de publieke omroep die functioneert als universele, massamediale voorziening die voor iedereen gratis toegankelijk is, nog meer onder druk te staan.

Deze discussie heeft tot nu toe nergens geleid tot een keuze voor een smalle taakopdracht. Alle publieke omroepen in Europa hebben nog steeds een brede taakopdracht. Dit betekent dat van hen wordt gevraagd om de gehele bevolking te bedienen en te bereiken en daarbij te voorzien in aanbod dat bestaat uit zowel informatie als ontspanning in een breed palet aan genres.

Overheden hanteren voor de brede taakopdracht een scala aan argumenten, waarvan hieronder drie veel voorkomende zijn gegeven.

- Centraal argument is dat de publieke omroep de gehele bevolking (of in ieder geval grote delen daarvan) moeten bedienen en daadwerkelijk bereiken om zijn publieke doelstellingen te kunnen realiseren. Functies van de publieke omroep als het bieden van een forum voor publiek debat en het bijdragen aan sociale cohesie verliezen hun waarde als het publiek dat wordt bereikt te klein of eenzijdig van samenstelling wordt. In dat geval zou een belangrijk deel van het bestaansrecht van de publieke omroep vervallen. Ook andere maatschappelijke en culturele doelstellingen – educatie, overbruggen van de digitale kloof, brengen van betrouwbare informatie, creëren van een gemeenschappelijk referentiekader kunnen alleen worden gerealiseerd wanneer publieke omroepen een voldoende breed publiek bereiken. Dit betekent dat publieke omroepen een gevarieerd aanbod van informatie en

- amusement moeten bieden én in de gelegenheid moeten zijn hun publiek te volgen wanneer dit zich over verschillende mediaplatforms verspreidt.
- Een tweede argument is dat publieke functies in diverse programmasoorten tot uitdrukking kunnen komen: de publieke omroep kan met amusement programma's evenzeer bijdragen aan nationale cultuur, sociale cohesie en meningsvorming als met informatieve genres of fictie (film, drama). Ook is de gedachte dat de publieke omroep zich dient te onderscheiden door een hoge kwaliteitsstandaard, en die is van toepassing in alle radio en televisiegenres.
  - Een derde argument is dat de publieke omroep in alle programmacategorieën kan zorgen voor een groot aandeel originele producties van eigen bodem. Dit is gunstig voor de nationale audiovisuele industrie en het houdt kijkers in contact met de nationale cultuur, geschiedenis en traditie en met onderwerpen die in de eigen maatschappelijke omgeving spelen, niet alleen via informatieve programma's maar ook in drama en entertainment (cabaret, satire etc.). De publieke omroepen zenden over het algemeen beduidend meer nationaal product uit dan commerciële omroepen voor wie het vaak profijtelijk is om veel buitenlandse (Amerikaanse) series en films uit te zenden en minder te investeren in nieuwe, lokale producties. Dit geldt des te meer voor kleine landen en voor commerciële omroepen die onderdeel uitmaken van een internationaal mediaconcern dat grote rechtenpakketten aankoopt en exploiteert.

Bijzondere aandacht gaat sinds enkele jaren uit naar het aanbod dat publieke omroepen ontwikkelen voor *digitale televisie en internet*.

De BBC heeft haar bestaansrecht in een toekomstige, digitale omgeving uitgebreid gemotiveerd in het document 'Building public value. Renewing the BBC for a digital world' (2004)<sup>3</sup>. Zij legt daarbij veel nadruk op de rol die de publieke omroep heeft om juist in een wereld waar steeds meer individuele mediaconsumptie mogelijk is, nieuwe publieke ruimtes te creëren die voor iedereen gratis toegankelijk zijn en waar mensen ervaringen met elkaar kunnen delen, van elkaar kunnen leren en met elkaar kunnen debatteren.

Wel constateert de overheid in sommige landen dat het aanbod van publieke omroepen onder invloed van concurrentie soms te veel is gaan lijken op dat van commerciële omroepen en dat publieke omroepen hun activiteiten in het digitale domein niet onbeperkt kunnen uitbreiden. Deze constatering hebben in diverse landen geleid tot aanscherping van doelstellingen en toezicht, tot meer druk om het publiek belang van activiteiten aan te tonen en tot duidelijkere procedures die moeten aantonen of bepaalde activiteiten leiden tot onevenredige verstoring van de markt.

Zo leggen de VRT en de BBC meer dan voorheen nadruk op de onderscheidendheid van hun aanbod. Bij de VRT hebben marktaandeelen plaats gemaakt voor doelstellingen in termen van bereik, waarmee tot uitdrukking komt dat het bereiken van beoogde doelgroepen voor bepaalde genres (de nieuws- en informatieve programma's van de VRT moeten bijvoorbeeld gemiddeld 1,5 miljoen kijkers per dag bereiken en de kinderprogramma's van de VRT moeten per week 70 procent van de vier tot twaalfjarigen bereiken) belangrijker is dan het behalen van een zo hoog mogelijk marktaandeel.

---

<sup>3</sup> Document gepubliceerd door de BBC in het kader van de review die plaats vindt ter voorbereiding op de hernieuwing van het Royal Charter in 2007

## 2.3 Toezicht en publieke verantwoording

Publieke omroepen worden – althans in de meeste Europese landen – voor een groot deel bekostigd met publieke middelen en zijn daarom verantwoording schuldig aan de burgers (kijkers en luisteraars). Zij moeten aangeven of zij aan hun doelstellingen, missies en taken voldoen en of ze efficiënt omgaan met hun middelen. Dit uitgangspunt wordt door alle overheden en publieke omroepen gedeeld. De wijze waarop dit wordt vormgegeven varieert in hoge mate en hangt vanzelfsprekend samen met de wijze waarop de publieke omroep in de verschillende landen wordt gefinancierd en gereguleerd.

In de meeste Europese landen zijn verplichtingen met betrekking tot publieke omroep vastgelegd in een media wet, in veel gevallen aangevuld met bepalingen opgenomen in een vergunning, statuten, of een contract c.q. beheersovereenkomst. In Groot-Brittannië bestaan alleen het Royal Charter en de Agreement voor de BBC. Toezicht hierop en publieke verantwoording over de behaalde prestaties zijn op verschillende manieren geregeld.

In deze paragraaf worden de volgende vormen van toezicht en publieke verantwoording onderscheiden:

- a. Formele controle en toezicht door *interne* toezichthouders, bijvoorbeeld door interne commissies of door programmaraden en raden van toezicht waarin vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties, de overheid of door de overheid benoemde experts zitting hebben (DU, GB);
- b. Formele controle en toezicht door *externe* toezichthouders (FR, VL, NL, IT, ZW).

Vervolgens wordt ingegaan op de wijze waarop maatschappelijke organisaties, kijkers en luisteraars betrokken zijn bij toezicht en publieke verantwoording.

### *Formele controle door interne toezichthouders (a)*

In landen waar de publieke omroep een hoge mate van autonomie bezit, zoals in Groot-Brittannië en Duitsland bestaan mechanismen van publieke verantwoording grotendeels uit zelfevaluaties en controles van interne commissies, vaak aangevuld met publicaties, bijeenkomsten en radio- en televisieprogramma's waarin de publieke omroep direct verantwoording aflegt aan haar publiek. Toezichthouder bij de BBC is de Board of Governors. Deze is direct verantwoording schuldig aan het publiek en publiceert daarvoor jaarlijks doelstellingen voor de programma's en criteria waaraan de programma's moeten voldoen (*Statement of Promises, Statement of Programme Policy*). Na afloop rapporteert de Board of de BBC hieraan heeft voldaan. Sinds de Hutton-affaire is de BBC onderhevig aan kritiek en wordt een uitgebreid intern onderzoek verricht. Daarbij staat ook het functioneren van de Board of Governors ter discussie.

### *Formele controle door externe toezichthouders (b)*

In meer centralistisch bestuurde landen zoals Frankrijk en Italië legt de publieke omroep rechtstreeks verantwoording af aan externe toezichthouders en (via hen) aan de overheid. De rapportages van de toezichthouder CSA in Frankrijk, de rapportages en zelfevaluaties van de Italiaanse, Vlaamse en Zweedse publieke omroepen worden in (een commissie van) het parlement behandeld. Externe toezichthouders zien daarnaast toe op naleving van wettelijke bepalingen of bepalingen die zijn vastgelegd in licentievoorwaarden (Zweden).

### *Mengvormen (a en b)*

Hoewel er belangrijke verschillen zijn tussen landen met betrekking tot de instanties waar het zwaartepunt van het toezicht berust, zijn er tegelijkertijd vrijwel overal mengvormen waarbij op verschillende niveaus en voor verschillende onderdelen aan andere instanties verantwoording wordt afgelegd; bijvoorbeeld op programmatische hoofdlijnen aan het parlement en op naleving van programmavoorschriften en productiequota aan interne of aan externe, toezichthouders.

In Groot-Brittannië en Duitsland ligt het accent op intern toezicht. Toch leggen de publieke omroepen ook daar nog verantwoording af aan het parlement. De BBC doet dit in de vorm van het jaarlijkse BBC jaarrapport, de Duitse publieke omroepen sturen alleen een financiële KEF-rapportage naar het parlement. De (federale) overheid in Duitsland wordt met betrekking tot het inhoudelijk programmabeleid zoveel mogelijk op afstand gehouden. Vrijwel overal vindt dus – al is het op hoofdlijnen – ook nog verantwoording richting het parlement plaats.

Nordahl Svendsen (2002) constateert in een inventarisatie van de manier waarop toezicht is georganiseerd dat in 22 van 31 Europese landen (waar toezichthouders lid zijn van de overkoepelende organisatie EPRA) de controle op naleving van de publieke opdracht wordt verricht door een onafhankelijke toezichthouder, met daarop volgend een behandeling in het parlement. In enkele gevallen wordt toezicht rechtstreeks uitgeoefend door de minister of door een instantie binnen de omroep zelf (zelfregulering). Soms is er sprake van een combinatie van verschillende toezichthouders voor verschillende onderdelen van het toezicht<sup>4</sup>.

In boekhoudkundig opzicht worden vrijwel alle publieke omroepen, ook de omroepen waar het accent op intern toezicht ligt, regelmatig aan externe controle onderworpen.

In de meeste Europese landen is één toezichthouder voor de gehele sector. Deze controleert de toezichthouder zowel publieke als commerciële omroepen op de naleving van bepalingen met betrekking tot quota, reclame, minderjarigen en discriminatie. Erik Nordahl Svendsen (2002) telt in 2002 onder de leden van de European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) afkomstig uit 31 landen ongeveer 23 landen waar een onafhankelijke toezichthouder zowel publieke als commerciële omroep controleert en 9 waar gescheiden toezicht bestaat voor publieke en commerciële omroepen. Uitzonderingen zijn Groot-Brittannië en Duitsland waar de publieke omroep een grotendeels intern controlesysteem heeft en er een aparte toezichthouder bestaat voor de commerciële omroep. In Groot-Brittannië krijgt de Ofcom onder andere naar aanleiding van de Hutton-affaire echter ook ruimere toezichtbevoegdheden met betrekking tot de BBC.

### *Vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties*

In sommige landen bestaan de toezichtorganen niet alleen uit professionals, overheid of parlement, maar zijn tal van maatschappelijke organisaties, politieke partijen of regio's vertegenwoordigd in de commissies die toezicht uitoefenen op prestaties en functioneren van de publieke omroep. Op deze manier krijgen toezicht en publieke verantwoording een zekere maatschappelijke inbedding.

---

<sup>4</sup> Met betrekking tot het inhoudelijke toezicht op naleving van programmavoorschriften en productieregelingen onderscheidt het EIM (2002) vier typen programmaregimes:

Zware regulering, nadruk op programma: Nederland en Vlaanderen

Zware regulering, nadruk op productie: Frankrijk en Wallonië

Lichte regulering, interne controle: Engeland en Duitsland

Lichte regulering, externe controle: Denemarken en Noorwegen

Wanneer deze instanties tevens een taak hebben in benoemingen en in het vaststellen van het programmabeleid is niet alleen sprake van controle achteraf (heeft de publieke omroep aan haar missie voldaan en heeft ze haar beloftes aan het publiek waargemaakt en aan formele vereisten voldaan?), maar ook van invloed vooraf, op het programmabeleid. Dit is bijvoorbeeld het geval in Duitsland waar maatschappelijke organisaties vertegenwoordigd zijn in programmaraden die de directeur (Intendant) van de ARD-omroepen en ZDF benoemen, het programmabeleid vaststellen en toezien op de naleving hiervan. Oostenrijk<sup>5</sup> kent een vergelijkbaar systeem en ook bij de Zweedse omroep was tot halverwege de jaren negentig sprake van een dergelijke maatschappelijke inbedding van bestuur en toezicht op de publieke omroep. In Zweden is het systeem midden jaren negentig afgeschaft.

Kritiek op het Duitse systeem is dat het leidt tot middle-of-the-road programmering omdat alle partijen en maatschappelijke stromingen tevreden gesteld moeten worden. Een ander punt van kritiek is dat het systeem gevestigde instanties en organisaties bevoordeelt – alleen zij kunnen aanspraak maken op een vertegenwoordiging in de programmaraden - waardoor de omroepen contact kunnen verliezen met wat elders in de maatschappij leeft en met nieuwe maatschappelijke stromingen.

De maatschappelijke inbedding door middel van vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties in raden van toezicht, of programmaraden heeft voornamelijk betrekking op hoofdlijnen van het beleid van de publieke omroep (jaarlijkse beleidsplannen en programmarichtlijnen), op controle achteraf op prestaties en soms op benoemingen van de belangrijkste bestuurders.

#### *Verantwoording en communicatie richting publiek*

Naast formele controle op de prestaties van publieke omroepen door interne of externe organen leggen publieke omroepen ook rechtstreeks verantwoording af aan hun kijkers en luisteraars. Dit is te beschouwen een 'lichtere' vorm van maatschappelijke inbedding dan via vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties in officiële toezichthoudende of beleidsbepalende organen. Communicatie met het publiek wordt over het algemeen gezien als taak van omroepbedrijf en programmamakers zelf.

Bij de BBC speelt rechtstreekse communicatie met het publiek een belangrijke rol. In de Statement of Promises richt de Board of Governors van de BBC zich rechtstreeks tot het publiek. In de aanloop naar de herziening van het Charter in 2006 onderwerpt BBC zich aan een uitgebreid zelfonderzoek. Daarbij zoekt de omroep uitdrukkelijk contact met kijkers en luisteraars via surveys en een website.

De Duitse publieke omroepen hebben dit jaar voor het eerst een zogenaamde *Selbstverpflichtungserklärung* opgesteld waarin zij hun beloftes met betrekking tot programmering, werkwijze etc. rechtstreeks aan het publiek verwoorden (vergelijkbaar met de *Statement of Promises* van de BBC).

---

<sup>5</sup> De publieke omroep in Oostenrijk heeft een raad van kijkers en luisteraars. Deze behartigt de belangen van kijkers en luisteraars en kan het bestuur van de omroep om alle relevante informatie vragen die te maken hebben met de zaken die onder haar verantwoordelijkheid vallen. Ze adviseren over programmering en moeten de hoogte van het kijk- en luistergeld goedkeuren. De raad kan ook vragen om een jaarlijkse opiniepeiling onder kijkers en luisteraars. De raad bestaat uit 35 leden die worden benoemd door diverse maatschappelijke geledingen (kerken, politieke partijen, kamers van koophandel, vakbonden etc.). Tevens benoemt de raad een aantal leden in de Board of Trustees, die op zijn beurt ook weer uit vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties en overheid bestaat en die belast is met goedkeuring van programma- en productierichtlijnen moeten goedkeuren en de benoeming van de directeur generaal van de publieke omroep. Bron: <http://www.epra.org/content/english/press/papers/epra9909.doc> en <http://www.selfregulation.info/iapcoda/0405-broadcast-report-dl.htm>

In Frankrijk leggen alle publieke zenders hun beleid uit richting werknemers en publiek in de *Charte de l'antenne*.

Andere instrumenten die publieke omroepen hanteren zijn kijk- en luisteronderzoeken waarin ook waarderingscijfers worden betrokken, panels waarin kijkers en luisteraars afzonderlijke programma's of de omroep als geheel van commentaar voorzien, televisie- en radioprogramma's waarin klachten van kijkers en luisteraars worden besproken en in de afgelopen jaren in toenemende mate websites met mogelijkheden voor reacties van het publiek op programma's of dialoog met programmamakers.

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 ([www.vlv.org.uk](http://www.vlv.org.uk)).

## 2.4 Programmavoorschriften en prestatiecontracten

In de meeste landen in Europa bevatten mediawet, charter, decreten of beheerscontracten voorschriften met betrekking tot de inhoud van de programmering. In de Scandinavische landen, Groot-Brittannië en Duitsland bestaat een los regime waarin programmavoorschriften slechts in zeer algemene termen worden beschreven, zonder drempels of minimumpercentages te benoemen. Frankrijk, Nederland en Wallonië daarentegen hebben gedetailleerde voorschriften voor de programmering van de publieke omroep. Nederland is het enige land dat de publieke omroep daarnaast ook bindt aan een maximumpercentage, en wel voor amusement.

Vlaanderen is uitzonderlijk omdat de overheid en de publieke omroep in de beheersovereenkomst bereikdoelstellingen hebben vastgelegd voor een reeks programmagenres. Daarmee wil de Vlaamse overheid zorgen dat de publieke omroep met bepaalde programmagenres het publiek dat het beoogt te bereiken ook daadwerkelijk bereikt.

Veel wettelijke doelstellingen en prestatieafspraken zijn in algemene kwalitatieve termen geformuleerd. De laatste jaren leggen overheden en publieke omroepen in toenemende mate ook kwantitatieve afspraken vast. Nederland is daarbij een voorloper door de maximum en minimum percentages zendtijd die in de wet gelden voor verschillende programmacategorieën.

Niet alle doelstellingen van een publieke omroep, zijn echter even makkelijk in cijfers uit te drukken. Dit geldt bijvoorbeeld voor doelstellingen als het realiseren van een kwalitatief hoogwaardig aanbod of innovatie in het programma-aanbod. Juist deze aspecten bepalen mede de onderscheidendheid van het aanbod van publieke omroepen ten opzichte van het aanbod van commerciële omroepen. Publieke omroepen ontwikkelen daarom ook steeds meer systemen en procedures om meer systematisch hun prestaties in kwalitatieve termen te verantwoorden. De BBC heeft bijvoorbeeld een systeem ontwikkeld om *public value* van haar programma's en diensten aan te tonen. De VRT maakt intensief gebruik van kwalitatief gebruikersonderzoek.

De WDR heeft sinds 1996 een intern programmacontrolesysteem ontwikkeld om succes en kwaliteit van de WDR-programma's te meten op basis van criteria als gebruikswaarde voor de kijker, begrijpelijkheid, geloofwaardigheid en onderscheidendheid. Deze evaluatie wordt verricht door interne en externe waarnemers en aangevuld met een kostenanalyse. In Nederland werken de netten sinds kort met een kwaliteitskaart.

Ondanks vergelijkbare doelstellingen lopen de concrete afspraken en rapportagemethodieken van publieke omroepen in Europa ver uiteen. De indeling in genres en de definitie en afbakening daarvan verschillen per land. Sommige landen hebben een nauwe definitie van kunst en cultuur, andere een ruime, sommige genres worden in het ene land wel en in het andere land niet benoemd. In het ene land gelden de programmavoorschriften voor het totale programma-aanbod, in andere landen wordt voorgeschreven dat bepaalde programmacategorieën met een bepaalde frequentie (bijvoorbeeld dagelijkse nieuwsuitzendingen) of in *prime time* moeten worden uitgezonden (bijvoorbeeld culturele programma's). Het European Institute for the Media concludeert in een overzicht van programmatische en productieafspraken bij publieke omroepen in Europa dan ook dat onderlinge vergelijking van prestaties nauwelijks mogelijk is (EIM, 2002).

Op het terrein van productiequota zijn doelstellingen en criteria meer eensluidend gedefinieerd. In de meeste gevallen gaat het hier om de implementatie van Europese Richtlijn met betrekking tot Europees product en programma's van onafhankelijke televisieproducenten. Deze Richtlijn bepaalt dat omroepen tenminste 10 procent van hun zendtijd of budget moeten uitbesteden aan onafhankelijke, Europese producenten<sup>6</sup>. Doelstelling van deze regelgeving is het stimuleren van een onafhankelijke Europese, audiovisuele industrie. Naast markteconomische overwegingen liggen hieraan ook overwegingen ten grondslag van media- en cultuurpolitieke aard, zoals het bevorderen van innovatie en diversiteit in programmaproductie. Nederland en Groot-Brittannië gaan verder dan de minimumbepalingen in de Europese Richtlijn en stellen minimaal 25 procent onafhankelijke product verplicht, overal elders is dit minimaal 10 procent.

Behalve op een bepaald percentage in de zendtijd hebben programma en productiequota vaak ook betrekking op het uitzendtijdstip. Quota met betrekking tot het uitzenden van bepaalde programma's (cultuur, nieuws, educatie) in *prime time* zijn de keerzijde van het verbinden van bereikcijfers aan bepaalde programmagenres. Beide beogen dat programma's die bij uitstek tot de publieke taak van de omroep behoren niet naar de marges van het uitzendschema worden verdrongen, maar (ook) een centrale plek in de programmering krijgen.

Vrijwel alle publieke omroepen krijgen van overheidswege taken opgelegd op het terrein van kwetsbare programmasoorten (cultuur) of doelgroepen (kinderen, minderheden, doven- en slechthorenden). Hieronder passeren enkelen daarvan kort de revue.

#### *Kinderen / Jongeren*

De meeste publieke omroepen hebben een specifieke taak om programma's voor kinderen en jongeren te maken. Een aantal omroepen heeft hiervoor een apart kanaal in het leven geroepen, onder andere Ketnet in Vlaanderen, KiKa in Duitsland en [Z@ppelin](#) in Nederland. Voor de jeugd zijn er vaak een aparte radiozenders, zoals Studio Brussel in België, P3 in Zweden, Le Mouv in Frankrijk en 2FM in Ierland.

#### *Cultuur, culturele diversiteit, minderheden*

Het bevorderen van de eigen taal en cultuur, culturele identiteit en geschiedenis, culturele diversiteit en aandacht voor culturele, religieuze en etnische minderheden komt in vrijwel alle taakopdrachten terug, maar wordt verschillend ingevuld en

---

<sup>6</sup> Europese Richtlijn Televisie zonder Grenzen, 1989, (89/552/EEG) gewijzigd in 1997 (97/36), Artikel 5.



gemotiveerd. In sommige landen ligt het accent op bescherming en cultuurbehoud (met name ten opzichte van Britse en Amerikaanse dominantie op audiovisuele markten), in andere meer op bevordering van de audiovisuele industrie en van de eigen film-, mode-, theater of muziekindustrie in een land. Meestal gaat het om een mengeling van cultuurpolitieke en economische overwegingen.

Het bevorderen van eigen taal en cultuur krijgen het meest nadruk in Zuid Europese en Scandinavische landen en minder in landen als Duitsland, Nederland, Oostenrijk, Vlaanderen en Groot-Brittannië (Coppens, 2004, p.182).

In vrijwel alle Europese landen bevat de taakopdracht aan de publieke omroep een opdracht om bij te dragen aan culturele diversiteit en om verdraagzaamheid tussen culturen te bevorderen (Leurdijk, 2004). Meestal worden hiermee zowel culturele diversiteit in de zin van aandacht voor specifieke regio's en regionale of minderheidstalen bedoeld als aandacht voor minderheden die zich in het kader van dekolonisatie, arbeidsmigratie of als vluchteling in het land hebben gevestigd. In onder andere Groot-Brittannië, Vlaanderen, Zweden en Nederland wordt deze algemene opdracht (in de wet, concessie of beheersovereenkomst) verbonden aan programmavoorschriften en/ of streefcijfers voor een cultureel divers personeelsbestand en actieplannen voor meer culturele diversiteit en betere vertegenwoordiging van etnische minderheden op en achter het scherm.

Opdrachten aan de publieke omroep om een op specifieke regio's toegesneden aanbod te verzorgen zijn er in Wallonië, Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland, Portugal, Zweden en Denemarken. In Groot-Brittannië en Frankrijk verzorgen landelijke televisiekanalen een raamprogrammering die door regionale omroepen wordt aangevuld. In Duitsland, verzorgen de regionale omroepen een gezamenlijk raamprogramma in de vorm van Das Erste. Ook Nederland kent regionale omroepen. Deze worden afzonderlijk gefinancierd en staan los van de landelijke publieke omroep, al bestaan op onderdelen wel samenwerkingsverbanden tussen regionale omroepen onderling en met de landelijke publieke omroep.

Tot slot zijn publieke en commerciële omroepen beide onderworpen aan de regelgeving die voortvloeit uit de implementatie van de Europese televisierichtlijn (Televisie zonder grenzen) met betrekking tot onder andere reclame en bescherming van minderjarigen (tegen geweld, seks etc.). Voor publieke omroepen gelden doorgaans strengere richtlijnen dan voor commerciële, maar deze verschillen per land.

## 2.5 Financiering publieke omroep

De meeste publieke omroepen in Europa kennen een systeem van gemengde financiering waarbij omroepen behalve inkomsten uit omroepbijdragen of directe overheidssteun ook inkomsten uit reclame en andere bronnen (sponsoring, merchandising, verkoop programma's etc.) hebben. Uitzonderingen hierop zijn enkele omroepen die overwegend inkomsten uit publieke middelen hebben en waarop geen reclame is toegestaan. Dit zijn onder andere de BBC en de Scandinavische publieke omroepen (m.u.v. de Noorse) en daarnaast de Franse (Radio France) en de Portugese publieke radio (RDP). Ook de Vlaamse VRT heeft officieel geen reclame, maar alliantiepartners die een financiële bijdrage leveren aan de VRT, kunnen in ruil daarvoor een beperkte hoeveelheid zendtijd krijgen.

Enkele publieke omroepen worden overwegend door inkomsten uit reclame gefinancierd. Overigens is er geen enkele publieke omroep die *uitsluitend* door publieke

middelen wordt gefinancierd. Zo is op de BBC kanalen bijvoorbeeld geen reclame toegestaan, maar heeft de BBC wel aanzienlijke inkomsten uit merchandising, programmaverkoop en buitenlandse activiteiten. Het aandeel van deze inkomstenbron bij de BBC is zelfs groter dan dat van de reclame-inkomsten bij de Duitse publieke omroep, die een systeem van gemengde financiering kent en wel reclame toestaat. Bij de Ierse RTÉ, Oostenrijkse ÖRF, Spaanse RTVE, Portugese RTP en Deense TV2 vormen commerciële inkomsten, vooral uit reclame, de hoofdbron van inkomsten. In sommige van deze landen, zoals in Oostenrijk, betalen kijkers daarnaast ook nog een aanzienlijk bedrag aan kijk- en luistergeld. In Spanje en Portugal bestaat geen kijk- en luistergeld (meer), maar zijn de publieke omroepen vrijwel volledig afhankelijk van commerciële inkomsten en een enkele overheidssubsidie. Daarnaast vult de overheid de verliezen van publieke omroep aan (deficit funding), waardoor de publieke omroep nog niet geheel gedwongen is haar programmabeleid af te stemmen op de wensen van de markt.

Er bestaan grote verschillen in de omvang van het budget dat publieke omroepen tot hun beschikking hebben. Grote Europese landen waar de inkomsten van de publieke omroep grotendeels afkomstig zijn uit kijk- en luistergeld (Groot-Brittannië en Duitsland) beschikken over aanzienlijk meer budget dan kleine landen zoals bijvoorbeeld België, Nederland en Zuid-Europese landen. Terwijl de productie van programma's en het vullen van een net in een groot land niet veel duurder is dan in een klein land. Uit een overzicht van McKinsey (2003) blijkt dan ook dat publieke omroepen in kleine landen zoals Nederland over het algemeen goedkoper en efficiënter werken (uitgedrukt in kosten per uitzenduur) dan in grote landen.

Omroepen in grote landen met een omvangrijke bevolking beschikken echter niet per definitie over meer geld. Zo heeft de publieke omroep in een groot land als Spanje met 41 miljoen inwoners een ongeveer even hoog budget als de publieke omroep in Oostenrijk dat slechts acht miljoen inwoners telt. Het budget van de publieke omroep in Spanje is ook maar voor zeven procent afkomstig uit publieke middelen.

In een recent SCP-rapport constateren de onderzoekers dat er een verband bestaat tussen het budget dat een publieke omroep tot haar beschikking heeft en het marktaandeel. Naarmate er per inwoner meer geld aan de omroep wordt besteed, is ook de populariteit van de zenders groter. De Nederlandse publieke omroep heeft in vergelijking met andere Europese landen een gering budget en een laag marktaandeel (SCP, Achter de Schermen, 2004).

Tabel 2.5 bevat een overzicht van de totale inkomsten van publieke omroepen en het aandeel van publieke middelen daarin.

De discussie over invloed van adverteerders en/of politiek is een terugkerend thema in discussies over de publieke omroep. Een argument om eigen inkomsten toe te staan in de vorm van reclame, sponsoring of merchandising is dat de eigen inkomsten publieke omroepen onafhankelijker maken van politieke invloed. Argumenten tegen reclame zijn vooral dat het publieke omroepen aanzet tot concurrentie met commerciële omroepen om marktaandelen, wat vervolgens kan leiden tot vervlakking van het programma-aanbod en tot een toename van entertainment ten koste van 'zwaardere' genres op het terrein van informatie, educatie en cultuur. Sommige overheden willen daarnaast de reclame als inkomstenbron voorbehouden aan commerciële omroep of de ruimte op deze markt voor commerciële omroep vergroten.

Volgens Coppens (2002) kan echter niet worden gesteld dat de kwaliteit van de programma's van publieke omroepen zonder reclame per definitie beter is dan die van omroepen waar wel reclame is toegestaan. Ook de uitsluitend met publieke middelen

gefinancierde omroepen hebben te maken met commerciële concurrentie, willen een bepaald kijk- en luistertijdaandeel behouden en zenden daarom naast informatie populaire programmagenres uit.

In de afgelopen jaren is overigens in een aantal landen een stijging te constateren in het aandeel van overheidsfinanciering in het totale budget van publieke omroepen (Duitsland, België, Frankrijk, Oostenrijk, Italië, Ierland) (bron: EAO).

Tabel 2.5 Overzicht van de financiering van de Europese publieke omroepen

	Totale inkomsten in 2002, x mln. €	Aandeel publieke financiering in 2002, %	Publieke financiering per inwoner, 2002, €	Kijk- en/of luistergeld op 1.1.2003, € per jaar
België <i>VRT</i> <i>RTBF</i>	340 250	64 75	36/31 54/43	Geen < 165 (KLG)
Denemarken <i>DR</i> <i>TV2</i>	631 408 223	71 91 34	83 69 14	<332 (KLG)
Duitsland <i>ARD</i> <i>ZDF</i>	7844 6074 1797	81 81 84	77 59 18	<194 (KLG)
Finland, <i>Yle</i>	375	85	61	187 (KG)
Frankrijk <i>France</i> <i>Télévisions</i> <i>Radio France</i>	2613 2127 486	73 69 92	32 25 7	<116,5 (KG)
Groot-Brittannië, <i>BBC</i>	5123	82	70	<168 (KG)
Ierland, <i>RTE</i>	276	41	29	<152 (KG)
Italië, <i>RAI</i>	2546	53	23	99,6 (KG)
Nederland, <i>PO</i>	810	71	35	geen
Oostenrijk, <i>ORF</i>	883	44	48	<262 (KLG)
Portugal, <i>RTP</i> <i>RDP</i>	253 188 65	54 38 100	13 7 6	17 (LG)
Spanje, <i>RVTE</i>	896	7	1,5	geen
Zweden <i>SR</i> <i>SVT</i>	645 234 411	96 98 95	71 26 45	204 (KG)
Tot/gemiddeld	23.468		46	

Bron: Selectie uit: Coppens, 2004, p. 270. Gegevens afkomstig uit openbare bronnen van de publieke omroepen en van European Audiovisual Observatory, verdeling van inkomsten uit omroepbijdrage/subsidies, reclame, sponsoring, merchandising, programmaverkoop en overige per omroep in 2002

## 2.6 Toekomstvisie en nieuwe diensten

Alle publieke omroepen onderstrepen het belang van een sterke positie voor de publieke omroep in het digitale medialandschap. Veel publieke omroepen geven in hun mission statement of beleidsplannen dan ook aan dat zij hun inhoud via zoveel mogelijk platforms bij het publiek willen bezorgen.

Nationale overheden hebben dit streven tot nu toe ondersteund. In de meeste gevallen vooral door de doelstellingen van de publieke omroep op dit terrein te onderschrijven. De VRT heeft in de beheersovereenkomst de opdracht gekregen om een voortrekkersrol te spelen op het terrein van nieuwe diensten. In Duitsland is in 1997 in het Rundfunkstaatsvertrag vastgelegd dat het verzorgen van een programma-gerelateerd online aanbod tot de taken van de publieke omroep behoort. In Groot-Brittannië bedeeft de overheid de BBC een belangrijke rol toe in promotie van en voorlichting over digitale televisie. Ook in België (Vlaanderen) en Frankrijk maken internet en digitale kanalen deel uit van de publieke taakopdracht. In Nederland is een wettelijke regime ontwikkeld dat themakanalen en internet definieert als neventaken in het verlengde van de hoofdtaak.

In sommige landen is voor de ontwikkeling van nieuwe diensten ook extra financiering uitgetrokken of zijn middelen geoordeeld ten behoeve van nieuwe diensten. Zo ontving de BBC in 2001 £200 mln. extra ten behoeve van nieuwe diensten. Ook de VRT heeft extra en geoordeelde middelen voor nieuwe diensten ontvangen (€10 mln. vanaf 2002). De VRT heeft in 2004 laten weten €200 mln. extra nodig te hebben om haar ambities met betrekking tot digitalisering en nieuwe diensten waar te maken. In Duitsland wordt de recent aangekondigde verhoging van het kijk- en luistergeld deels gemotiveerd door de stijgende kosten die gepaard gaan met de ontwikkeling van nieuwe diensten. In Zweden is een deel van het aan de publieke omroep overgemaakte geld voor nieuwe diensten geoordeeld, maar er is geen extra geld beschikbaar gesteld. De Nederlandse overheid heeft het budget nooit verhoogd ten behoeve van nieuwe diensten maar wel vanaf 2002 €20 mln. van de overheidsbijdrage aan de publieke omroep voor nieuwe diensten geoordeeld. In de meeste andere landen moeten nieuwe diensten eveneens worden gefinancierd door een verschuiving in en/of efficiëntere besteding van de bestaande middelen (Frankrijk, Vlaanderen). Uitgaven voor nieuwe diensten van publieke omroepen in Europa zijn tot nu toe volgens Betzel en Ward (2004) uiterst bescheiden vergeleken met de uitgaven voor televisie en radio.

In hun beleid onderbouwen overheden een prominente rol van de publieke omroep in het digitale medialandschap en ambities om op alle digitale platforms aanwezig te zijn met onder andere de volgende argumenten:

- Voorkomen dat de publieke omroep in een gefragmenteerd medialandschap gemarginaliseerd raakt.
- De publieke omroep moet zijn publiek volgen om zijn publieke taak te kunnen blijven realiseren. Als het publiek zich over internet, mobiele telefoon, themakanalen etc. verspreidt, moet de publieke omroep ook op deze platforms aanwezig en vindbaar zijn.
- De publieke taken van de publieke omroep: zijn democratische, educatieve en samenbindende functie door middel van het brengen van pluriforme, kwalitatief hoogwaardige inhoud voor zoveel mogelijk mensen blijven ook in het digitale domein belangrijk (als tegenwicht voor een zich versnipperend publiek waarbij alleen goed geïnformeerde, hoger opgeleide mensen de weg naar (betaalde) hoogwaardige inhoud kunnen vinden).

- De publieke omroep kan een voortrekkersrol spelen bij digitalisering door waardevolle inhoud te leveren voor diverse platforms, bijvoorbeeld extra themakanalen om de introductie van digitale ethertelevisie te bevorderen.
- De publieke omroep heeft een taak in voorkomen/overbruggen van de digitale kloof door ook op internet en andere digitale platforms inhoud te bieden die voor een breed publiek toegankelijk is, van hoge kwaliteit is en goed vindbaar en ontsloten.
- De publieke omroep heeft een belangrijke gidsfunctie in een overvloedig media-aanbod en moet via zijn portals, zoekmachines etc. burgers de weg wijzen naar betrouwbare informatie en kwalitatief hoogwaardige inhoud, vrij van economische of politieke invloed.
- Internet, mobiele telefoniediensten en andere nieuwe media zijn een manier om jongeren te bereiken; een groep die voor alle publieke omroepen in alle Europese landen moeilijk te bereiken is.
- De publieke omroep heeft een belangrijke rol in technologische innovaties en de ontwikkeling van standaarden (commerciële omroepen kunnen minder financieel risico lopen en investeren meestal pas in nieuwe technieken zodra deze hun levensvatbaarheid hebben bewezen)<sup>7</sup>.

Dat de publieke omroep een taak heeft in het digitale domein wordt over het algemeen onderschreven. Overheden en toezichthouders stellen echter wel voorwaarden aan de aard, reikwijdte en schaal waarop publieke omroepen actief zijn in dit domein.

In de meeste landen, waaronder Nederland, is een voorwaarde dat nieuwe diensten gerelateerd moeten zijn aan het bestaande radio- en televisieaanbod en dat zij niet ten koste van dit aanbod mogen gaan. In Groot-Brittannië moet ieder nieuw digitaal kanaal worden voorgelegd aan en – na een publieke consultatie – worden goedgekeurd door de overheid. Die bekijkt daarbij in hoeverre het kanaal onderscheidend is en een aanbod levert dat commerciële partijen niet leveren. Aan de toestemming om een nieuw digitaal kanaal te lanceren worden soms bepaalde voorwaarden verbonden (bijvoorbeeld een bepaald percentage nieuw product). De BBC wil een nieuw systeem lanceren waarbij de Board of Governors iedere nieuwe dienst onderwerpt aan een publieke waardentest voordat toestemming wordt gegeven voor lancering. Daarbij wordt ook de invloed van de dienst op de markt betrokken. De beoordelingscriteria voor nieuwe diensten zijn dus strenger dan voor het reguliere televisie- en radio-aanbod. In Duitsland is wettelijk vastgelegd dat nieuwe diensten gerelateerd moeten zijn aan de traditionele omroepdiensten ('Programmbegleitend'). Een nieuw wetsvoorstel (Rundfunkstaatsvertrag) dat voorjaar 2005 van kracht moet worden, bevat een grens voor de omvang van deze activiteiten. Financiering van on-line activiteiten zou moeten worden beperkt tot maximaal 0,75% van de omroepbijdrage en het aantal digitale themakanalen zou het huidige aantal (6 themakanalen van ARD en ZDF) niet te boven mogen gaan. Deze voorstellen moeten nog worden goedgekeurd door de deelstaatparlementen.

Een vraag die bij veel publieke omroepen leeft, is in hoeverre zij het publiek geld mogen vragen voor nieuwe diensten. In sommige landen is de principiële keuze gemaakt dat al het aanbod van publieke omroepen gratis toegankelijk moet zijn. In Duitsland mag niet geadverteerd worden op websites en moeten de themakanalen van de publieke omroep free-to-air beschikbaar zijn. In Frankrijk mag de publieke omroep

---

<sup>7</sup> In enkele landen (onder andere Duitsland) verplicht de overheid de publieke omroep om open standaarden te gebruiken (MHP) in productie en distributie van digitale televisie. Op deze manier kan de publieke omroep bijdragen aan het tot stand komen van een Europese standaard voor digitale televisie waarmee digitalisering van communicatienetwerken wordt gestimuleerd en waarvan zowel de audiovisuele industrie als consumenten profiteren.

daarentegen wel geld vragen aan kijkers voor een abonnement op digitale themakanalen. In Zweden heeft de publieke omroep aan de commissie die adviseert over verlenging van de licentie de vraag voorgelegd of hij geld mag vragen voor gebruik van digitaal materiaal uit de omroeparchieven.

Binnen de Europese Commissie is een discussie gaande over de toegestane reikwijdte van nieuwe diensten aangeboden door publieke omroepen. Vraag is of en zo ja welke grenzen gesteld kunnen worden aan de activiteiten van omroepen op het terrein van nieuwe diensten en hoe de frase dat nieuwe diensten nauw verbonden moeten zijn met kernactiviteiten van publieke omroepen ('closely associated with broadcasting services') geïnterpreteerd moet worden. Dit is een complexe discussie die tevens raakt aan de vraag waar de nationale bevoegdheid en vrijheid om taak en opdracht van publieke omroepen vast te stellen, botst met het Europees mededingingsrecht. Het beleid met betrekking tot de publieke omroep is in principe voorbehouden aan nationale overheden. In het protocol van Amsterdam (1997) hebben de Europese lidstaten bepaald dat staatssteun aan publieke omroepen geoorloofd is, mits de taak van de publieke omroep helder is vastgelegd in wetgeving of in de opdracht aan de publieke omroep. Voorwaarde is tevens dat duidelijk is waarop publieke omroepen worden afgerekend en dat de financiering van de publieke omroep transparant is. Als in de wetgeving wordt vastgelegd dat de publieke omroep op een of andere wijze een taak heeft op het terrein van internet, digitale omroep en andere nieuwe diensten dan is dit dus legitiem. Maar ook dan blijft de vraag op hoe nauw deze activiteiten omschreven kunnen en moeten worden en of en hoe omvang en reikwijdte afgebakend zouden moeten worden.

Op dit moment lopen nog verschillende klachten bij de Europese Commissie die te maken hebben met internet activiteiten en themakanalen van publieke omroepen (zie voor een overzicht ACT, 2004). De Europese Commissie heeft zich negatief uitgesproken over de volgende diensten van publieke omroepen:

- BBC Digital Curriculum van BBC (inmiddels stopgezet);
- Tegen betaling aangeboden SMS en i-mode diensten van de Nederlandse publieke omroep;
- Chatrooms en spelletjes van de Deense omroep TV2.

Over andere zaken is nog geen uitspraak gedaan.

In het algemeen kan worden gesteld dat er steeds meer druk wordt uitgeoefend op overheden om de taken en financieringswijze van de publieke omroep en de reikwijdte van haar activiteiten zo precies mogelijk te definiëren en af te bakenen. Voordeel van een heldere definitie en afbakening is dat alle partijen weten waar zij aan toe zijn. Dit is vooral belangrijk voor de investeringsbeslissingen van commerciële omroepen. Nadeel is dat het moeilijk is om een toekomstbestendige definitie te formuleren die de publieke omroep voldoende ruimte biedt om tijdig in te spelen op nieuwe technologische ontwikkelingen en haar daarmee in staat stelt om haar taakopdracht te blijven vervullen. Een in algemene bewoordingen geformuleerde opdracht, zoals in Duitsland en Groot-Brittannië, biedt de publieke omroepen veel vrijheid op dit terrein. Een exacte definitie en afbakening die precies de diensten benoemt die publieke omroepen wel en niet mogen leveren loopt het risico snel verouderd te raken.

Wanneer publieke omroepen beperkt worden tot traditionele omroepdiensten (radio en televisie) en daar nauw aan gerelateerde diensten (o.a. digitale versies van analoge kanalen en websites met achtergrondinformatie over programma's), kunnen zij minder goed inspelen op een veranderend media-aanbod en gebruik, zoals de toename van on-

demand, streaming audio en video en andere geïndividualiseerde en op persoonlijke voorkeuren toegesneden digitale diensten. In dat geval loopt de publieke omroep het risico dat hij uiteindelijk zijn opdracht om kwalitatief hoogwaardige inhoud te verzorgen die voor iedereen toegankelijk is niet meer kan realiseren en zijn samenbindende functie verliest. Ook zal de publieke omroep dan geen voortrekkersrol meer kunnen spelen in het ontwikkelen van nieuwe technologieën en open standaarden. De vraag naar omvang, aard en reikwijdte van de activiteiten van publieke omroepen op het terrein van internet, digitale kanalen en andere nieuwe diensten is uiteindelijk een politieke vraag waaraan een visie ten grondslag ligt op de taak van de publieke omroep in het digitale domein. Duidelijk is dat de discussie over dit onderwerp volop in gang is in de verschillende landen en ook op Europees niveau. Commissies en onderzoeksbureaus hebben adviezen uitgebracht. Enkele publieke omroepen hebben hun toekomstvisie op papier gezet. Zo heeft de BBC haar toekomstvisie verwoord in het omvangrijk rapport 'Building public value. Renewing the BBC for a digital world' (2004). Deze quick scan heeft nog geen voorbeelden van volledig uitgekristalliseerd overheidsbeleid opgeleverd.

#### *Digitale televisiekanalen*

Vrijwel alle publieke omroepen stellen hun televisiekanalen behalve analoog ook digitaal beschikbaar, meestal via satelliet en in sommige landen ook via aanbieders van kabelnetwerken. Langzamerhand komt ook de uitrol van digitale televisie via de ether op gang. Hierin loopt Groot-Brittannië voorop.

Bezien vanuit het beleid van nationale overheden is vooral digitalisering van etherdistributie van belang. Etherdistributie is de enige distributiewijze waarop de overheid rechtstreeks invloed heeft en waar bovendien sprake is van schaarste. Wanneer voldoende huishoudens op digitale ontvangst zijn overgestapt, kan analoge uitzending via de ether worden beëindigd (switch-off) en komt ruimte in de ether vrij voor andere toepassingen (extra kanalen, UMTS, datatransmissie). In veel landen kent de overheid een belangrijke rol toe aan de publieke omroep om de overschakeling naar digitale televisieontvangst te bevorderen. Ten eerste door aan te dringen op digitalisering van de bestaande televisiekanalen en invoering van nieuwe digitale kanalen, waardoor kijkers iets extra's krijgen wanneer zij overstappen op digitale ontvangst. Ten tweede door de publieke omroep een rol te geven in voorlichting van het publiek over digitalisering en switch-off, zowel via de analoge televisiekanalen als via de websites van publieke omroepen. Vooral de Britse overheid en de BBC leggen hier veel nadruk op.

Inmiddels is in veel landen een digitaal etheraanbod van publieke omroepen tot stand gekomen, soms in samenwerking met overheden en regulators (zie tabel 2.6 voor een overzicht van digitale etherkanalen van publieke omroepen). In enkele landen bieden publieke en commerciële omroepen een gezamenlijk een digitaal pakket aan (BBC en BSKyB in Groot-Brittannië, via Freeview, Digitenne in Nederland).

In de meeste landen worden digitale ether kanalen van de publieke omroep free-to-air uitgezonden. In Nederland maakt de publieke omroep deel uit van het pakket van Digitenne, waarop kijkers zich kunnen abonneren.

Het digitale aanbod bestaat tot nu toe in de meeste landen overwegend uit digitale versies van analoge kanalen of uit kanalen waarin bestaand aanbod uit de archieven rond bepaalde thema's wordt herhaald, bijvoorbeeld in de vorm van een digitaal cultuur-, of kinderkanaal of een kanaal waarop populaire series worden herhaald. Ook zijn er enkele 24-uurs nieuwskanalen, met reguliere nieuwsuitzendingen die ook op de analoge zenders te zien zijn, aangevuld met regelmatige updates, nieuwstickers onderin beeld en (soms) achtergronden. Omroepen produceren over het algemeen weinig

nieuwe programma's voor digitale televisiekanalen, met uitzondering van de BBC, de RAI en ARD/ZDF in Duitsland (Betzel en Ward, 2004).

Ook bij de invoering van digitale radio – DAB - wordt aan publieke omroepen een voortrekkersrol toebedeeld. Extra digitaal radioaanbod, veelal in de vorm van thematische muziekkkanalen, is er in verschillende landen (onder andere in Groot-Brittannië, Vlaanderen, Duitsland, Denemarken, Zweden, Finland).

Tabel 2.6 *Publieke omroep digitale ether kanalen*

Countries	PSB analogue terrestrial channels	Extra channels on cable/DTH	PSB channels on DTT					
			No.	Name of TV channels	FTA (**)/ pay	Simul-casting terrestrial ch	Simul-casting DTH/ cable	DTT only
Belgium, Flanders	2							
France	3	3	4	France 2, France 3, France 5, Arte	FTA	-	-	-
Germany	11 (ZDF + ARD Eins + 9 regional ARD channels)	10	21	ARD, MDR, NDR, RBB Berlin, RBB Branderburg, Südwestfern sehen, WDR, ARD Digital (EinsMuXx, EinsExtra, EinsFestival) ZDF, ZDF Vision ( Dokukanal, Infokanal, Theater) ARTE, Phoenix, KIKA, 3SAT	FTA	8	6	
Italy	3 (RAI)	5 FTA + 5 pay channels	8	Rai 1, RAI2, Rai 3, RAI Sport, RAI News 24, RAI Edu, RAI Doc, RAI Utile	FTA	3	3	2
Netherlands	3	0	3 + 2 planned	Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3, 1-2 channels planned	Part of package	3	0	
Sweden	2 (SVT)	2	4 + 2 planned	SVT1, SVT2, Barnkanalen, SVT 24 + 2 channels planned	FTA	2	2	
UK	2 (BBC)	6	8	BBC1, BBC2, BBC3, BBC4, CBBC, Cbeebies, BBC News 24, BBC Parliament	FTA	2	6	

Source: EPRA DTT report June 2004 + TNO-STB

*Internet*



De internetactiviteiten van publieke omroepen worden meestal als vanzelfsprekend onderdeel van de publieke taak beschouwd, zolang zij op de een of andere wijze gerelateerd zijn aan het programma-aanbod op radio en televisie. Wel worden omvang, aard en reikwijdte van de diensten getoetst. Ook de hoeveelheid reclame op internetsites, de wijze van adverteren (met banners, hyperlinks, pop-ups etc.) en de vraag of direct kan worden doorgelinkt naar sites van derden staan ter discussie of zijn onderhevig aan beperkingen.

Hoe uitgebreider het aanbod van publieke omroepen wordt en hoe meer omroepen ook bewegend beeld en radio kunnen aanbieden via breedbandige internetverbindingen (door middel van streaming audio en video), hoe meer de publieke omroep in botsing komt met belangen van commerciële omroepen en andere concurrenten (bijvoorbeeld uitgevers).

## 2.7 Verenigde Staten en Nieuw Zeeland

De publieke omroep in Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten is op geheel andere wijze georganiseerd dan het dominante Europese model. In Nieuw Zeeland is de publieke taak merendeels neergelegd bij een subsidiefonds in plaats van bij een publieke omroep. In de Verenigde Staten is de rol van de publieke omroep marginaal en wordt omroep grotendeels overgelaten aan de markt.

In Nieuw Zeeland is de publieke omroep in 1988 in verregaande mate geliberaliseerd en er werden twee staatsbedrijven opgericht: Radio New Zealand (RNZ) en Television New Zealand (TVNZ). RNZ blijft commercie-vrij, terwijl TVNZ geheel wordt gefinancierd uit reclame-inkomsten en de opdracht krijgt om winst te maken, bestemd voor de staatskas. Voor TVNZ gelden dan ook geen specifieke publieke programmatische opdrachten en eisen meer. Voor financiering van bepaalde soorten 'bedreigde' programmagenres werd een fonds opgericht: New Zealand On Air, waarop zowel publieke als commerciële omroepen een beroep kunnen doen.

De verregaande liberalisering van de televisie en radiomarkt resulteert gedurende de jaren '90 in een verschraling van het aanbod. Dat heeft twee oorzaken. Ten eerste moet NZ On Air zijn bestaansrecht bewijzen. Hij heeft daarom steeds gestreefd naar een breed publiek voor 'zijn' gesubsidieerde programma's en uitzending in prime time. Ten tweede zijn de omroepen eerst en vooral afhankelijk van de markt en dat begrenst de aanvragen die zij indienen. Bijvoorbeeld: een kunstzinnige en eenmalige documentaire is geen optie - zeker niet in prime time - omdat subsidie van NZ On Air niet opweegt tegen de kosten en het verlies in marktaandeel en reclame-inkomsten. De paradepaardjes die dankzij NZ On Air tot stand kwamen, zijn daarom (lichte) reportageseries en (kwaliteit)soaps. Uiteindelijk is de belangrijkste functie van NZ On Air geworden om nationaal product te stimuleren: het aandeel programma's van eigen bodem is sterk toegenomen en het eigen product is populair.

Na felle kritiek op de resultaten van de liberalisering van de omroepmarkt, is sinds kort de wetgeving aangescherpt en heeft de publieke omroep een reeks programmatische verplichtingen opgelegd gekregen die zijn vastgelegd in het TVNZ Charter uit 2003. Dit gaat echter niet gepaard met een extra bijdrage voor TVNZ, dat grotendeels afhankelijk blijft van reclame. De kritiek op verschraling van het totale aanbod, het subsidiëren van programma's van commerciële omroepen die grotendeels in buitenlandse handen zijn en een minimalistische invulling van publieke taken houdt aan.

In de Verenigde Staten wordt omroep grotendeels aan de markt overgelaten en domineren de grote commerciële networks en daarnaast tal van commerciële lokale

kabelstations de markt. Publieke omroep heeft hier een aanvullende taak en biedt voornamelijk educatieve, informatieve en kinderprogramma's voor radio en televisie. De programma's worden gemaakt en aangekocht door meer dan 1400 lokale radiostations ((National Public Radio) en ongeveer 350 televisiekanalen (via Public Broadcasting Service). Financiering is deels afkomstig uit een nationaal fonds (Corporation for Public Broadcasting) dat hiervoor een klein budget van de overheid ontvangt (in de jaren negentig bedroeg dit ongeveer 300 miljoen USD per jaar). Daarnaast verwerft PBS inkomsten van maatschappelijke en religieuze organisaties, abonnees en commerciële sponsors. De positie van de publieke omroepen is zowel in omvang, productiekracht als kijktijdaandeel marginaal.

### 3 België / Vlaanderen

Omroeplandschap	
<b>Aantal tv huishoudens<sup>8</sup></b>	2,3 mln.
<b>Analoge televisiekanalen</b>	Publiek : 2 Commercieel : 3 <i>(generalistische kanalen, FTA<sup>9</sup> met landelijk bereik)</i>
Publiek	TV1 : generalistische zender Ketnet/ Canvas : Ketnet zendt tot de namiddag programma's uit voor kinderen en jongeren. Op hetzelfde kanaal zendt Canvas vervolgens voornamelijk informatieve en culturele programma's uit.
Commercieel	VTM : generalistische zender met nadruk op lokale programmering VT4 : generalistisch Kanaal 2 : generalistisch, gericht op jong volwassenen, vooral populaire formats.
<b>Analoge radiozenders</b>	
Publiek	Radio 1 : informatiezender, sport en muziek Radio 2 : gericht op breed publiek, nadruk op regionale informatie Radio Klara : cultuurnet, klassieke muziek en verdiepende informatie over maatschappij cultuur en wetenschap Studio Brussel : muziek en informatie Radio Donna : gericht op jongeren met hits, actualiteit, lifestyle, cultuur  Radio Vlaanderen Internationaal: voor Vlamingen in het buitenland en promotie van Vlaanderen in de wereld
Commercieel	Q-Music (landelijk bereik) 4FM (landelijk bereik) Radio Contact Family Radio Topradio Radio Manog Energy FM Limburg Spitsradio  + vele honderden private kleinschalige radiozenders
<b>Internetactiviteiten PO</b>	Uitgebreide internetsites verbonden aan programma's van de VRT
<b>Digitale televisiekanalen</b>	Via satelliet zijn de bestaande publieke zenders digitaal beschikbaar.

<sup>8</sup> Bron voor aantal TV-huishoudens zijn cijfers van de Europese Commissie uit 2003.

<sup>9</sup> FTA = free-to-air

<b>PO</b>																			
<b>Digitale radiozenders</b> <b>PO</b>	Alle analoge radiozenders worden ook in DAB uitgezonden. Daarnaast zijn er de volgende extra zenders: Radio Vlaanderen Internationaal, 927 Live, 927 Sport, pinn-offs van bestaande radiozenders (Radio Donna, muziek maar nu zonder spelletjes; Radio Klara, non stop klassieke muziek), een nieuwszender (Nieuws+) die continu hetzelfde nieuws uitzendt, met updates indien nodig en een zender met file-informatie (File-info).																		
<b>Marktaandelen</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag 6+, in %																		
TV	<table> <tr> <td>TV1</td> <td>: 27,9</td> </tr> <tr> <td>Canvas/Ketnet</td> <td>: 10,0</td> </tr> <tr> <td>Sporza</td> <td>: 4</td> </tr> <tr> <td><i>Totaal publiek</i></td> <td><i>: 41,9</i></td> </tr> <tr> <td>VTM</td> <td>: 23,6</td> </tr> <tr> <td>Ka 2</td> <td>: 6,2</td> </tr> <tr> <td>VT4</td> <td>: 6,8</td> </tr> <tr> <td><i>Totaal commercieel</i></td> <td><i>: 36,6</i></td> </tr> <tr> <td>Overige</td> <td>: 21,7</td> </tr> </table>	TV1	: 27,9	Canvas/Ketnet	: 10,0	Sporza	: 4	<i>Totaal publiek</i>	<i>: 41,9</i>	VTM	: 23,6	Ka 2	: 6,2	VT4	: 6,8	<i>Totaal commercieel</i>	<i>: 36,6</i>	Overige	: 21,7
TV1	: 27,9																		
Canvas/Ketnet	: 10,0																		
Sporza	: 4																		
<i>Totaal publiek</i>	<i>: 41,9</i>																		
VTM	: 23,6																		
Ka 2	: 6,2																		
VT4	: 6,8																		
<i>Totaal commercieel</i>	<i>: 36,6</i>																		
Overige	: 21,7																		
Radio	<p>Bron: European Audiovisual Observatory / CIM-Audimetrie SA / Eurodata-TV</p> <p>Marktaandelen radio: de vijf publieke radiostations hebben een groot marktaandeel (in 2000 80%). Sinds 1981 is er ook private radio, aanvankelijk streng gereguleerd, maar sinds 1997 is reclame toegestaan en mogen de zenders samengaan in ketens. Er zijn ongeveer zeven ketens, geen van allen met landelijk bereik. In 2001 werden twee nieuwe radiolicenties toegekend met landelijk bereik (Q-Music en 4FM).</p> <p>Op de markt voor televisiereclame heeft de VRT in 2000 een aandeel van ongeveer 3%. Op de markt voor radioreclame hebben de publieke radiozenders gezamenlijk een marktaandeel van ongeveer 93%.</p>																		
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>																			
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>In Vlaanderen is de publieke omroep midden jaren negentig grondig gereorganiseerd. Tegelijkertijd is de autonomie van de publieke omroep ten opzichte van de politiek vergroot. Directe aanleiding waren de kelderende marktaandelen als gevolg van de commerciële concurrentie, begonnen in 1989 met de introductie van de eerste commerciële televisiezender VTM. VTM kreeg een langjarige garantie op een reclamemonopolie en boekte zowel op de reclamemarkt als op de kijkersmarkt groot succes. In 1997 werd het reclamemonopolie succesvol aangeklaagd bij de Europese Commissie door VT4.</p> <p>Inzet van de reorganisatie bij de publieke omroep was dat de VRT autonoom en slagvaardiger moest worden. Voorheen werden topfunctionarissen bij de publieke omroep benoemd door de Raad van Bestuur. Dit waren veelal</p>																		

	<p>politieke benoemingen. Sinds 1998 is de leiding over de VRT in handen van een gedelegeerd bestuurder met verregaande bevoegdheden inzake deze benoemingen.</p> <p>Afspraken tussen overheid en publieke omroep werden vanaf 1998 vastgelegd in vierjarige beheersovereenkomsten. In de eerste beheersovereenkomst lag de nadruk op het (terugwinnen van) bereik onder kijkers, in de tweede – naar aanleiding van een discussie over onderscheidendheid t.o.v. de commerciële omroep – op kwaliteit.</p> <p>De VRT geldt in Europa als een publieke omroep die erin geslaagd is om met een eigen en onderscheidend profiel op succesvolle wijze te concurreren met de commerciële omroepen. Kenmerkend voor de strategie van de VRT zijn onder andere een heldere netstructuur en programmering.</p>
<b>Wet</b>	<p>De opdracht aan de VRT is vastgelegd in artikel 8 het Omroepdecreet en dateert van 25 januari 1995. Sinds de ingezette hervormingen midden jaren '90 wordt daarnaast een beheersovereenkomst afgesloten tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap (enige aandeelhouder van de VRT) waarin rechten en plichten worden omschreven. De VRT moet bepaalde opdrachten uitvoeren en ontvangt in ruil daarvoor een jaarlijkse bijdrage van de overheid (dotatie). Deze wordt bij voldoening aan de opdracht jaarlijks met vier procent verhoogd.</p>
<b>Opdracht PO in:</b>	VRT Beheersovereenkomst 2002-2006
<b>Taakopdracht</b> <i>Wettelijke omschrijving</i> <i>Aanvullend of volledig programma-aanbod?</i>	<p>Volledig programma-aanbod, vastgelegd in de VRT Beheersovereenkomst 2002-2006.</p> <p>De VRT moet programma's brengen voor een algemeen publiek, maar ook voor bepaalde bevolkingssectoren en leeftijdsgroepen (jongeren, kinderen). De programma's moeten bijdragen aan de Vlaamse identiteit en een democratische en tolerante samenleving.</p>
<b>Financiering PO</b>	<p>De VRT wordt gefinancierd door een overheidsdotatie, afkomstig uit de algemene middelen, en door inkomsten uit radioreclame en sponsoring op radio en televisie.</p> <p>Het budget voor de VRT bedroeg in 2002 ongeveer €340 miljoen, waarvan het grootste deel (64 procent) afkomstig is van de overheid.</p> <p>Op de publieke televisiekanalen is geen reclame toegestaan. Wel wordt een beperkt deel van de televisie gefinancierd met bijdragen van een beperkt aantal alliantiepartners die in ruil daarvoor zendtijd krijgen.</p> <p>Op de publieke radio is sinds 1992 wel reclame toegestaan. De inkomsten uit radioreclame bedroegen in 2002 16 procent van het totale budget voor de VRT. Overige inkomsten (merchandising, programmaverkoop, coproducties, boodschappen van algemeen nut etc.) bedroegen 20 procent.</p> <p>De overheidsdotatie wordt jaarlijks 4 procent verhoogd, indien de VRT haar doelstellingen bereikt. Daarnaast kreeg de VRT aanvullende dotaties t.b.v. technologische innovatie (jaarlijks €10 mln. vanaf 2002)</p> <p>Voor radio is een maximum aan reclame-inkomsten bepaald om zodoende commerciële radiostations een kans te geven. Ook is een maximum bepaald</p>

	voor tv-sponsoring.
<b>Organisatie en bestuur</b>	De VRT is een private organisatie met een publieke opdracht en publieke financiering. De VRT beheert twee publieke kanalen: TV1 en het gedeelde tweede kanaal Canvas/Ketnet.
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	<p>De beheersovereenkomst is een prestatiecontract waarin een reeks concrete, veelal cijfermatige streefdoelen (performantiemaatstaven) zijn vastgelegd. Deze hebben betrekking op bereik en waardering voor de VRT-netten als geheel (70 procent van de bevolking moet wekelijks minstens een kwartier kijken, en 70 procent van de 4 tot 12 jarigen) en op een reeks specifieke programmagenres. Deze omvatten journaals, actualiteiten-en informatieve programma's (gemiddeld 1,5 miljoen kijkers per dag), ontspanning en fictie (gemiddeld 75 procent bereik), cultuuruitingen (15 procent van de bevolking moet wekelijks meer dan een kwartier kijken) en educatieve programma's (10 procent van de bevolking moet minstens een kwartier per week kijken).</p> <p>Voor een paar programmacategorieën (drama, jongerenprogramma's) zijn ook aanbodoelstellingen opgesteld.</p> <p>Er zijn zowel voor televisie als radio performantiemaatstaven opgesteld. Daarnaast hebben ze betrekking op eigen, Vlaamstalige producties, op technologische aspecten, innovatie, personeels- en financieel beleid. De VRT heeft vervolgens een grote vrijheid om de programmering zelf in te vullen, mits ze het beoogde bereik realiseert.</p> <p>De doelstelling om een zo groot mogelijk aantal mensen te bereiken (uitgedrukt in cijfermatige bereik- en waarderingsdoelstellingen) is uniek voor Vlaanderen. Komt elders niet in deze vorm voor.</p> <p>Het halen van de criteria is in de meeste gevallen niet echt moeilijk voor de VRT aangezien ze gebaseerd zijn op de op het moment van ingang behaalde prestaties. Voor de tweede beheersovereenkomst zijn de bereikdoelstellingen voor beide netten verlaagd naar 70 procent ten opzichte van 76 procent gedurende de periode van de eerste beheersovereenkomst (1997-2001).</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken CO</b>	De helft van aanbod in <i>prime time</i> (18.00-23.00 uur) moet bestaan uit originele Vlaamse producties.
<b>Productieregelingen</b>	Zowel publieke als commerciële omroepen moeten meer dan 50 procent van hun zendtijd besteden aan Europees product en meer dan 10 procent van hun zendtijd aan programma's van onafhankelijke producenten. Dit komt overeen met de Europese quota voor Europees en onafhankelijk product. De VRT moet eveneens bijdragen aan de Vlaamse onafhankelijke productiesector; een aanzienlijk deel van de Europese producties en een groot deel van recente onafhankelijke producties moet in de Nederlandse taal zijn en de helft van de Vlaamse televisieproducties en coproducties moet tussen 18.00 en 23.00 uur worden uitgezonden.

	<p>In de beheersovereenkomst 2002-2006 is €2,5 mln. uitgetrokken voor het Vlaams Audiovisueel Fonds ten behoeve van de productie van televisieprogramma's.</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	<p>De VRT is verplicht om jaarlijks verslag (performantierapport) uit te brengen aan een commissie uit het Vlaams Parlement.</p> <p>In het kijk- en luisteronderzoek worden waarderingscijfers betrokken.</p> <p>Er is een systeem van continue kwaliteitscontrole bestaande uit optimalisering van het zendschema, continu kijk- en luisteronderzoek, jaarlijkse profieldagen voor programmamakers, het optimaliseren van bedrijfsprocessen</p>
<b>Toezicht</b>	<p>Het Vlaams Commissariaat voor de Media (de recente samenvoeging van drie tot 2003 gescheiden raden) verleent vergunningen aan omroepen en kabelnetwerken, het ziet toe op naleving van de mediawet en kan sancties opleggen aan commerciële en publieke omroepen (formele waarschuwingen, boetes, aanhouden of intrekken van vergunningen).</p> <p>De VRT is verplicht om een jaarlijks rapport uit te brengen aan de Vlaamse overheid dat alle gegevens bevat die nodig zijn om haar programmatische prestaties te beoordelen. Op basis hiervan wordt een evaluatie geschreven. De Vlaamse regering brengt hierover jaarlijks verslag uit aan het parlement. Wanneer de VRT niet aan haar verplichtingen voldoet wordt een arbitrage commissie ingesteld, bestaande uit een lid van het parlement, twee leden van de regering en de Directeur Generaal van de VRT.</p>
<b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b>	<p>De publieke omroep moet zijn inhoud op alle platforms kunnen verspreiden. De Vlaamse overheid hecht belang aan digitale televisie omdat daardoor ook huishoudens die geen pc hebben, maar wel televisie toegang krijgen tot het digitale domein. Zie Beleidsnota Media 2000-2004.</p> <p>De VRT heeft in de beheersovereenkomst uitdrukkelijk de opdracht gekregen om een voortrekkersrol te spelen op het terrein van nieuwe diensten door te investeren in technologische ontwikkelingen en een inhoudelijk verantwoord en technologisch up-to-date mediaplatform aan te bieden. Vanaf 2002 is een budget van 10 miljoen gereserveerd voor nieuwe diensten.</p> <p>Voorbeelden van activiteiten op het terrein van digitalisering en nieuwe diensten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De introductie van DAB digitale radiozenders in 2003, inclusief enkele zenders die alleen via DAB te ontvangen zijn (zie boven).</li> <li>- Het proefproject Digitaal Thuisplatform in de gemeente Schoten, gefinancierd vanuit het innovatiebudget van de Vlaamse overheid, met deelname van VRT en telecom partner Belgacom. In dit project is geëxperimenteerd met Interactieve Omroep in 100 huishoudens (afgesloten in 2003). Een vervolg hierop is het project interactieve digitale televisie in Vlaanderen waarin de VRT samenwerkt met commerciële omroepen en kabelmaatschappijen (looptijd augustus 2003 – december 2004). Dit project gaat vooraf aan de commerciële introductie van digitale televisie, gepland voor januari 2005.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De VRT biedt multimediale inhoud op vrtnieuws.net en <a href="http://www.50jaar.tv">www.50jaar.tv</a></li> <li>- MPEG: een competentiecentrum rond MPEG-technieken, uitbouw van een Content Management Systeem en digitalisering van archiefmateriaal. In vervolg hierop: @Media (Advanced Media). VRT dient hiertoe een financieringsvraag aan bij IWT.</li> <li>- Onder de overkoepelende naam e-VRT voert de VRT diverse projecten uit op het terrein van nieuwe media. Accent ligt op onderzoek en ontwikkeling. De VRT krijgt hiertoe een apart budget en de resultaten van de projecten worden intensief gemonitord.</li> <li>- Oprichting ASP (Application Service Provider)</li> </ul> <p>De VRT heeft aangegeven dat zij €200 mln. extra nodig heeft om een goede rol te kunnen spelen als publieke omroep in een digitaal medialandschap.</p>
<b>Actuele issues</b>	<p>Klacht van de commerciële omroep VTM bij de Europese Commissie tegen het sportkanaal SPORZA van de VRT. De VRT zou teveel staatssteun krijgen.</p> <p>In 2005 beginnen de onderhandelingen tussen VRT en de overheid over het nieuwe beheerscontract. Enkele thema's vanuit de politiek zijn meer transparantie, onderscheidendheid t.o.v. commerciële omroepen en aandacht voor Vlaamse producties. Bron: De Standaard 29-09-2004</p>
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Beheersovereenkomst 2002-2006</p> <p>Beleidsnota Media 2000-2004</p> <p>Beleidsbrief Media 2004, ingediend door dhr Marino Keulen, Vlaams minister van Wonen, Media en Sport.</p> <p>Goyvaerts, P. coördinator e-VRT (2002). DHP Bridging the digital divide. In: <i>Diffusion EBU, Dossier Multimedia</i>, nr. 4, 2002. EBU.</p> <p><a href="http://www2.vlaanderen.be/ned/sites/media/">www2.vlaanderen.be/ned/sites/media/</a>  <a href="http://www.vlaamscommissariaatmedia.be/vcm-media.asp">www.vlaamscommissariaatmedia.be/vcm-media.asp</a></p>



## 4 Duitsland

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	36,6 mln.
<b>Analoge televisiekanalen</b>	<p>Publiek : 2 (+ 9 regionale ARD kanalen onder de naam das Dritte Programm)</p> <p>Commercieel : 6 (<i>generalistische kanalen, FTA met landelijk bereik</i>)</p> <p>Publiek</p> <p>Das Erste (ARD) : generalistisch ZDF : generalistisch Dritte Programme : regionaal, generalistisch Ki.Ka (ZDF/ARD) : kinderkanaal Phoenix (ZDF/ARD) : documentaires en reportages 3SAT : ARTE : cultuur, documentaires</p> <p>Deutsche Welle (ARD) : wereldomroep</p> <p>De ARD bestaat uit 9 deelstaatomroepen. Elk van de deelstaatomroepen beschikt over een eigen regionaal net (onder de gemeenschappelijke noemer Dritte Programme). Daarnaast baten ze gezamenlijk het eerste televisiekanaal uit: Das Erste.</p> <p>ARD en ZDF maken met publieke omroepen uit Oostenrijk en Zwitserland deel uit van het samenwerkingsverband 3SAT.</p> <p>ARD en ZDF produceren samen met ARTE France de Europese cultuurzender ARTE</p> <p>Commercieel</p> <p>RTL : generalistisch (met analoge etherfrequentie) Sat 1 : generalistisch (met analoge etherfrequentie) Pro Sieben : generalistisch RTL II Kabel I Vox Super RTL N24 n-tv DSF</p>
<b>Analoge radiozenders</b>	<p>Publiek</p> <p>Deutschlandradio (ARD), 2 kanalen; nationaal, generalistisch. Deutsche Welle (ARD), wereldomroep Regionale radiozenders: 57 (de deelstaatomroepen beschikken elk over een aantal radiostations, variërend van 3 tot 8)</p>

Commercieel	
<b>Internet en overige nieuwe digitale diensten</b>	<p>De ARD heeft een thematisch geordend internetaanbod, toegankelijk via de portal <a href="http://www.ard.de">www.ard.de</a>. Daaronder vallen <a href="http://www.dasErste.de">www.dasErste.de</a> (met aan programma's gekoppelde inhoud), <a href="http://www.tagesschau.de">www.tagesschau.de</a> (nieuws), <a href="http://www.sport.de">www.sport.de</a> (sport) en <a href="http://www.boerse.de">www.boerse.de</a> (informatie over beurs en economie). De inhoud van deze sites wordt verzorgd door vijf verschillende redacties. Daarnaast bevat <a href="http://www.ard.de">www.ard.de</a> de rubrieken Ratgeber, Boulevard, Kinder, Kultur en Radio en Fernsehen. De verschillende deelstaatomroepen hebben ieder een eigen website, waarvan de inhoud echter op vergelijkbare wijze is geordend als <a href="http://www.ard.de">www.ard.de</a>. Redacties van tv, radio en internet werken samen.</p> <p>Bij verschillende sport, amusements- en informatieve programma's biedt ARD interactieve mogelijkheden aan, onder andere:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sportshau Interaktiv: achtergrondinformatie tijdens sportprogramma's</li> <li>2. Sportsommer: interactief overzicht van sportevenementen in 2004</li> <li>3. Presseclub: politieke talkshow waarbij kijkers achtergrondinformatie kunnen krijgen en kunnen stemmen..</li> <li>4. Verstehen Sie Spass? Kijkers kunnen meespelen.</li> <li>5. C'T magazine: extra informatie bij computer en technologieprogramma.</li> <li>6. Interactieve achtergrondinformatie bij serviceprogramma's op het terrein van gezondheid, gezin, reizen etc.</li> <li>7. EPG en 24 uur nieuws</li> <li>8. News Ticker: ieder uur nieuws updates</li> </ol> <p>De ZDF heeft een vergelijkbaar thematisch geordend internetaanbod dat ook veel service-informatie bevat op het gebied van eten, gezondheid, reizen en andere consumentenzaken.</p> <p>Ook heeft ZDF de MHP data service ZDFdigitext die uitgebreide informatie biedt op het terrein van nieuws, sport, weer etc</p> <p>ARD en ZDF bieden tevens delen van hun programma-aanbod aan via mobiele telefoon en PDA's.</p>
<b>Digitale televisiekanalen PO</b>	<p>Duitsland heeft een ruim aanbod aan publieke digitale televisiekanalen. Naast de generalistische zenders die ook analoog beschikbaar zijn, zijn dit de volgende, alleen digitaal te ontvangen kanalen:</p> <p>EinsMuXx : avant-premiere ARD-programma's  EinsExtra : informatie  EinsFestival : cultuur  (onder de noemer ARD Digital)</p> <p>ZFDbokukanal : reportages en documentaires  ZDFinfokanal : informatie  ZDFtheaterkanal : theater, opera, kunst  (onder de noemer: ZDF.Vision)</p> <p>ARD heeft daarnaast een aantal op MHP gebaseerde interactieve diensten</p>

	<p>gekoppeld aan programma's.</p> <p>Ontvangst van deze kanalen vindt voornamelijk plaats via satelliet. Kabel is slechts in beperkte mate gedigitaliseerd. Op dit moment vindt een discussie plaats tussen kabel en publieke omroep over digitalisering van het aanbod. Kabelbedrijven willen de programma's van de publieke omroep in een digitaal pakket versleuteld doorgeven, terwijl de publieke omroep onversleuteld en gratis beschikbaar moet zijn.</p> <p>Digitale aardse televisie is in Berlijn-Brandenburg en in enkele andere steden te ontvangen. Vanaf najaar 2004 vindt roll-out naar andere steden en regio's plaats. Het aanbod varieert per stad en regio van 16-24 kanalen. Daaronder bevinden zich ook enkele van de eerder niet via de ether te ontvangen kanalen van de publieke omroep: Phoenix, KiKa.</p>																																				
<b>Digitale radiozenders PO</b>	De ARD zendt 22 digitale radiokanalen uit.																																				
<b>Marktaandelen</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag, 3+, in %																																				
TV	<table> <tr><td>ARD1</td><td>: 14,0</td></tr> <tr><td>ARD III</td><td>: 13,5</td></tr> <tr><td>Regionale zenders</td><td>: 10,6</td></tr> <tr><td>ZDF</td><td>: 13,2</td></tr> <tr><td>3Sat</td><td>: 1,0</td></tr> <tr><td>KIKA</td><td>: 1,2</td></tr> <tr><td>Phoenix</td><td>: 0,5</td></tr> <tr><td>ARTE</td><td>: 0,3</td></tr> <tr><td><i>Totaal publiek</i></td><td><i>: 43,7</i></td></tr> <tr><td colspan="2"> </td></tr> <tr><td>RTL</td><td>: 14,9</td></tr> <tr><td>Sat1</td><td>: 10,2</td></tr> <tr><td>Pro 7</td><td>: 7,1</td></tr> <tr><td>Kabel 1</td><td>: 4,2</td></tr> <tr><td>VOX</td><td>: 3,5</td></tr> <tr><td>Super RTL</td><td>: 2,7</td></tr> <tr><td>Overige</td><td>: 2,6</td></tr> <tr><td><i>Totaal commercieel</i></td><td><i>: 45,2</i></td></tr> </table> <p>Bron: European Audiovisual Observatory / Gfk / Euro-dataTV</p>	ARD1	: 14,0	ARD III	: 13,5	Regionale zenders	: 10,6	ZDF	: 13,2	3Sat	: 1,0	KIKA	: 1,2	Phoenix	: 0,5	ARTE	: 0,3	<i>Totaal publiek</i>	<i>: 43,7</i>			RTL	: 14,9	Sat1	: 10,2	Pro 7	: 7,1	Kabel 1	: 4,2	VOX	: 3,5	Super RTL	: 2,7	Overige	: 2,6	<i>Totaal commercieel</i>	<i>: 45,2</i>
ARD1	: 14,0																																				
ARD III	: 13,5																																				
Regionale zenders	: 10,6																																				
ZDF	: 13,2																																				
3Sat	: 1,0																																				
KIKA	: 1,2																																				
Phoenix	: 0,5																																				
ARTE	: 0,3																																				
<i>Totaal publiek</i>	<i>: 43,7</i>																																				
RTL	: 14,9																																				
Sat1	: 10,2																																				
Pro 7	: 7,1																																				
Kabel 1	: 4,2																																				
VOX	: 3,5																																				
Super RTL	: 2,7																																				
Overige	: 2,6																																				
<i>Totaal commercieel</i>	<i>: 45,2</i>																																				
Radio																																					
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>																																					
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>De zeggenschap over omroep ligt in Duitsland niet bij de Bondsregering maar bij de Duitse deelstaten. Centrale elementen uit de wetgeving m.b.t. de publieke omroep in Duitsland zijn de onafhankelijkheid van de omroep t.o.v. de centrale staat, bevoegdheden voor de regionale overheden en een brede taakopdracht.</p> <p>Er is een strikte scheiding tussen publieke en commerciële omroep met aparte wettelijke kaders en gescheiden toezicht. Dit duale bestel is vastgelegd in een Staatsverdrag uit 1986 waarmee commerciële omroep in heel Duitsland mogelijk werd, maar waarin tevens sterke waarborgen voor de publieke</p>																																				

	<p>omroep werden vastgelegd en regels inzake mediaconcentratie.</p> <p>De ARD is het overkoepelend orgaan van de regionale omroepen. De ARD omroepen zijn per deelstaat of samenwerkingsverband van een aantal deelstaten georganiseerd en gereguleerd. ZDF, het tweede net, zendt nationaal uit, wordt centraal geleid vanuit Mainz, maar wordt gereguleerd door een collectief arrangement van vertegenwoordigers van de deelstaten (dus niet vanuit de centrale federale overheid).</p>
<b>Wet</b>	<p>Omroep in Duitsland wordt gereguleerd in een complex geheel van landelijke en regionale wetten. Basis voor de omroepwetgeving vormen de Grondwet (opdracht aan omroepen om te voorzien in meningsvorming en vrije berichtgeving), het overkoepelende Rundfunkstaatsvertrag en wetten en verdragen die op regionaal niveau worden vastgesteld. Het Rundfunkstaatsvertrag (“ Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland” van 31.08.1991) is door alle deelstaten geratificeerd. Specifieke regelingen per deelstaat zijn mogelijk, maar mogen niet te veel afwijken van het verdrag.</p> <p>In het Rundfunkstaatsvertrag worden de algemene verplichtingen voor publieke en commerciële omroepen vastgelegd. Naast een algemeen deel bevat het Rundfunkstaatsvertrag het ARD-Staatsvertrag, het ZDF-Staatsvertrag, het Rundfunkgebührenstaatsvertrag en het Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag. Voor de ARD bevat het verdrag bepalingen omtrent nieuwsvoorziening, financiering, reclame, sponsoring en samenwerking.</p> <p>Daarnaast heeft het Duitse Grondwettelijk Hof (Bundesverfassungsgerichts) een bepalende rol in het omroepbeleid. De uitspraken van het hof (Urteile) hebben in de loop der tijd de organisatie en het wettelijk raamwerk voor omroep gevormd. Zij hebben vooral betrekking op de taakopdracht van de publieke omroep. Zo heeft het hof in zijn oordeel uit 1986 (Niedersachsenurteil) een brede taakopdracht voor de publieke omroep vastgelegd.</p> <p>Zaken met betrekking tot frequentieverdeling en kabel zijn in wetten van de deelstaten (Landesmediengesetzen) geregeld.</p>
<b>Opdracht PO in:</b>	<p>De opdracht aan de publieke omroepen (ARD en ZDF) is vastgelegd in Staatsverträge (ARD-Staatsvertrag, ZDF-Staatsvertrag) en bestuurlijke afspraken (Verwaltungsvereinbarungen).</p> <p>De opdracht is ook geformuleerd in de door de omroeporganisaties zelf geformuleerde richtlijnen voor programma’s. De Intendant is aan deze richtlijnen/programmavoorschriften gebonden.</p>
<b>Taakopdracht</b>	<p>Op de publieke omroep rust de taak een basisvoorziening (Grundversorgung) te leveren om essentiële functies te vervullen voor democratie en cultureel leven. Hiertoe rekent het hof (het Bundesverfassungsgericht) programma’s voor menings- en politieke wilsvorming, verslaggeving en programma’s op het gebied van cultuur in brede zin, inclusief amusement. De publieke omroep heeft dus een brede taakopdracht en moet een volledig programma-aanbod bieden.</p> <p>In de meeste deelstaten hebben de uitgangspunten van de taakopdracht voor de publieke omroep betrekking op de in achtname van mensenrechten, bevordering van vrede, vrijheid en onderling begrip en de plicht om</p>

	<p>maatschappelijke diversiteit in meningen zo veel mogelijk te weerspiegelen. De democratische functie van de publieke omroep en waarden als pluriformiteit en diversiteit krijgen in de verschillende verdragen meer aandacht dan de culturele functie van de omroep.</p>
<b>Financiering PO</b>	<p>Duitsland kent een systeem van gemengde financiering. In 2002 bedroegen de totale inkomsten van ARD en ZDF ongeveer €7.8 miljard. Het kijk- en luistergeld (Rundfunkgebühren) leverde in 2002 ongeveer €6.7 miljard op. Hieruit ontvingen de ARD-omroepen €4.9 miljard en de ZDF €1.5 miljard (ARD, 2003). Van het totale bedrag dat de publieke omroepen kunnen besteden, is een relatief gering deel - in 2003 ongeveer 12% - afkomstig uit reclame en sponsoring, inkomsten uit kijk- en luistergeld vormen ongeveer 81% van het budget. Omroepen hebben daarnaast nog inkomsten uit programmaverkoop, co-producties en merchandising.</p> <p>In 2002 bedroegen de gezamenlijke netto reclame-inkomsten van ARD en ZDF €252,8 miljoen, een achteruitgang van 19% ten opzichte van het jaar daarvoor.</p> <p>De hoogte van het kijk- en luistergeld wordt vastgelegd door een onafhankelijke commissie van de KEF (sinds een oordeel van het Grondwettelijk Hof in 1994). Voorheen zetelden vooral (ex-) politici in deze commissie. Om overheidsinvloed op de omroep te verminderen bestaat de commissie nu uit onafhankelijke deskundigen die via gedetailleerde procedures te bekostigingsbehoefte van de publieke omroepen bepalen en een advies uitbrengen aan de deelstaatparlementen over de hoogte van de kijk- en luisterbijdrage. Uiteindelijk stellen de deelstaatparlementen de hoogte hiervan vast (zie ook actuele issues).</p> <p>Op 1 januari 2004 bedroeg de hoogte van het kijk- en luistergeld ongeveer €194 per huishouden per jaar. Ter compensatie van de dalende reclame-inkomsten is het kijk- en luistergeld de afgelopen jaren gestegen. Ook het totale budget van de Duitse publieke omroepen is gestegen.</p> <p>Uit de opbrengst worden behalve ARD en SDF ook Deutschlandradio, ARTE, Ki.Ka, Phoenix en toezichthouders gefinancierd.</p> <p>Grote en rijke deelstaatomroepen dragen bij aan de kleinere (Finanzausgleich)</p>
<b>Organisatie en bestuur</b>	<p>De ARD-omroepen en de ZDF worden bestuurd door een Intendant (directeur generaal) die voor een bepaalde tijd wordt benoemd. Deze is verantwoordelijk voor het centrale programmabeleid. Hij moet zorgen dat wordt voldaan aan de programmavoorschriften en kan redacteurs berispen.</p> <p>De ARD-leden wijzen in hun ledenvergadering (het hoogste orgaan van de ARD) jaarlijks één van de ARD-omroepen aan als zaakwaarnemer. De intendant van deze omroep is gedurende die periode tevens voorzitter van de ARD. Hij of zij wordt ondersteund door het ARD-Büro in Frankfurt am Main. De aangewezen omroep is tevens penvoerder van een aantal commissies.</p> <p>Lopende zaken worden behandeld door vergaderingen van de intendanten van alle ARD-omroepen (Arbeitssitzungen).</p> <p>Daarnaast zijn er vergaderingen (Hauptversammlungen) waaraan naast de ARD-leden tevens de voorzitters van de ARD programmaraden en Verwaltungsrat (d.w.z. de toezichthouders) deelnemen, evenals de voorzitter</p>

	<p>van de programmaraad voor das Erste Deutsche Fernsehen. In deze vergaderingen worden zaken van principieel belang behandeld. Samenwerking tussen de ARD omroepen en de bevoegdheden van de verschillende gremia zijn vastgelegd in de ARD-Satzung.</p> <p>De ARD-omroepen benoemen een gezamenlijke Programmndirektor voor minimaal twee jaar die verantwoordelijk is voor het algemene programma ARD EINS. Dit programma wordt in overleg met de intendanten van de deelstaatomroepen in een aantal conferenties ontwikkeld.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	<p>Programmavoorschriften zijn geformuleerd in algemene termen: de publieke omroepen moeten een volledig programma-aanbod met nieuws en informatie, cultuur, educatie en ontspanning bieden. De voorschriften zijn niet gekoppeld aan een minimum hoeveelheid uren of percentages voor bepaalde genres (drempels of quota). De programmavoorschriften bevatten slechts enkele afspraken over lengte en frequentie van de nieuws en actualiteitenuitzendingen van de ARD en van een dagelijks gezamenlijk ochtend- en middag magazine van ARD en ZDF.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken CO</b>	<p>Commerciële omroepen moeten een volledig programma bieden met een significant deel educatie, informatie en amusement. Zij moeten – evenals de publieke omroepen – bijdragen aan vrije vorming van meningen en daartoe ruimte bieden aan belangrijke politieke, ideologische en maatschappelijke groepen en rekening houden met minderheidstandpunten. Bij de aanvraag van een vergunningaanvraag bij de deelstaat toezichthouder (Landesmedienanstalt) zijn ze verplicht een programmaplan voor te leggen. Ze hebben afgezien daarvan geen specifieke programmataken. Deelstaten kunnen commerciële omroepen verplichten raamprogramma's van derden uit te zenden binnen hun zendtijd.</p> <p>De eisen die aan commerciële omroepen worden gesteld kunnen per deelstaat verschillen.</p>
<b>Productieregelingen</b>	<p>Naast de (implementatie van) Europese regels m.b.t. het aandeel Europees product (minimaal 50%) en het aandeel van onafhankelijke televisieproducenten (minimaal 10%) zijn er geen specifieke regels. Televisiekanalen met een volledig aanbod moeten een wezenlijk deel van hun uitzendingen vullen met eigen productie, coproducties, opdrachtproducties en met programma's van Duitse en Europese oorsprong, in het belang van regionale diversiteit, de Duits sprekende gebieden en de ontwikkeling van de audiovisuele industrie. Deze opdracht om ook Duitse producties te stimuleren is niet gebonden aan quota.</p> <p>ARD en ZDF nemen op vrijwillige basis deel aan maatregelen ter stimulering van de Duitse film. Hier nemen ook commerciële omroepen aan deel. Sommige deelstaten hebben daarnaast eigen projecten ter bevordering van de regionale filmproductie.</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	<p>Publieke verantwoording en maatschappelijke inbedding zijn geregeld via de vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties in de programmaraden van ARD en ZDF. Deze controleren niet alleen achteraf, maar kunnen ook vooraf op hoofdlijnen het programmabeleid bepalen.</p>

	<p>Vertegenwoordigers van politieke partijen (niet meer dan een derde van alle leden) en maatschappelijke organisaties (vakbonden, kerken, universiteiten) hebben zitting in programmaraden (Fernsehrat bij ZDF en Rundfunkrate voor iedere ARD deelstaatomroep en een overkoepelende voor ARD EINS). De programmaraden hebben controlerende functies op het gebied van (monitoring van naleving van) programmavoorschriften, financiën en management. Ze stellen de Intendant (de directeur generaal) aan en stellen de <i>Verwaltungsrat</i> samen, een orgaan dat zich bezighoudt met financiële en technische zaken. Hun omvang varieert van 19 tot 77 leden. Leden worden benoemd door en uit politieke partijen en maatschappelijke organisaties voor een periode van 4 tot 6 jaar. Politieke partijen zijn evenredig vertegenwoordigd en hebben vaak invloed op de keuze van overige leden van de programmaraad. Hierdoor kan sprake zijn van potentiële politieke beïnvloeding in het omroepbeleid. Deze varieert per deelstaat en is niet overal even sterk. Een ander punt van kritiek op het systeem van programmaraden is dat alleen georganiseerde en relatief gevestigde belangenorganisaties en maatschappelijke groeperingen zitting hebben in de programmaraden en dat deze niet per definitie een getrouwe afspiegeling van de kijkers zijn.</p> <p>De publieke omroepen hebben dit jaar ook voor het eerst een zogenaamde ‘Selbstverpflichtungserklärung’ opgesteld waarin zij hun beloftes met betrekking tot programmering, werkwijze etc. rechtstreeks aan het publiek verwoorden (vergelijkbaar met de Statements of Promises door de BBC). Deze Selbstverpflichtungserklärung’ is wettelijk verplicht.</p> <p>Zie: <a href="http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2001614,00.pdf">www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2001614,00.pdf</a> en <a href="http://livelx.ard.de/intern/download/ard_leitlinien_20041004.pdf">http://livelx.ard.de/intern/download/ard_leitlinien_20041004.pdf</a></p> <p>De WDR heeft sinds 1996 een intern programmacontrolesysteem ontwikkeld om succes en kwaliteit van de WDR-programma's te meten op basis van criteria als gebruikswaarde voor de kijker, begrijpelijkheid, geloofwaardigheid en onderscheidendheid. Deze evaluatie wordt verricht door interne en externe waarnemers en aangevuld met een kostenanalyse.</p>
<b>Toezicht</b>	<p>Duitsland kent aparte toezichthouders voor publieke en commerciële omroepen.</p> <p>Bij de publieke omroepen ligt de nadruk op interne controle. Interne programmaraden (Rundfunkrate bij de ARD en ZDF Fernsehrat) houden toezicht op respectievelijk de verschillende ARD-omroepen en op de ZDF. Zij zijn verantwoordelijk voor het opstellen van de ‘Programmrichtlijnen’ (richtlijnen met betrekking tot inhoud van de programmering) van de betreffende omroep, het monitoren en het toezien op de naleving ervan. Zij moeten er ook op toezien dat de omroep aan zijn wettelijke opdracht voldoet. De ZDF-Fernsehrat (77 leden) doet hetzelfde voor de ZDF.</p> <p>De Rundfunkrat en Fernsehrat zien toe op het programmaschema en de programmeringsbeslissingen van de Intendanten (de directeurs-generaal van de ARD-omroepen en ZDF). Wanneer een Intendant in strijd handelt met de wettelijke opdracht voor de publieke omroep, kan de programmaraad een klacht indienen tegen de Intendant bij de deelstaat. De deelstaatregering kan in</p>

	<p>het uiterste geval ingrijpen, met in acht neming van de grondwettelijke principes van programma-autonomie en onafhankelijkheid van de staat. De parlementen van de deelstaten zien toe op toepassing van het ZDF Staatsverdrag, het Rundfunkstaatsvertrag en alle algemene, wettelijke verplichtingen. Deze taak wordt bij toerbeurt (wisseling om de 2 jaar) uitgeoefend door één van de deelstaatarlementen.</p> <p>ARD en ZDF hoeven niet rechtstreeks verantwoording af te leggen aan het parlement over hun programmatische en andere prestaties. De Rundfunkrat en interne organen monitoren het programma-aanbod. Gegevens hiervoor worden eveneens aaangeleverd door interne organen op basis van genrecategorieën omschreven in ARD en ZDF-jaarboeken. De Fernsehrat doet hetzelfde voor de programma-output van ZDF.</p> <p>Toezicht op de zakelijke en financieel-technische aspecten van omroep berust bij de Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). ARD en ZDF moeten tweejaarlijks hun financiële plannen indienen bij de KEF. KEF toetst deze plannen aan de kaders van de opdracht voor de PO (Rundfunkauftrag) en beoordeelt of de plannen kosten effectief zijn en waar voor hun geld opleveren. De publieke omroepen moeten daarnaast een rapport over hun financiële status sturen naar de deelstaat parlementen. Interne financiële commissies hebben de hoogste bevoegdheid in beslissingen over programmering.</p> <p>Toezicht op de commerciële omroepen wordt uitgeoefend door 15 Landesmedienanstalten, die verenigd zijn in het overkoepelend orgaan Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM). ALM is belast met coördinerende taken in een jaarlijkste Direktorenkonferenz. Taken van de Landesmedienanstalten zijn onder andere toelating, controle, ondersteuning en opbouw van de commerciële televisiesector. Daarnaast houden zij zich ook bezig met media-educatie, burgeromroep (niet-commerciële private omroepen, open kanalen) en digitalisering,</p>
<p><b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b></p>	<p>Er is niet één centraal document dat een visie op de rol van de publieke omroep in het digitale domein bevat. Wellicht zijn er bij afzonderlijke deelstaten wel dergelijke documenten beschikbaar. Over het algemeen wordt belang gehecht aan een sterke publieke omroep (bij de meeste regionale overheden en op federaal niveau) die ook op digitale platforms actief is. Sinds 1997 is wettelijk vastgelegd in het Rundfunkstaatsverdrag dat het verzorgen van een programma-gerelateerd on-line aanbod tot de taken van de publieke omroep behoort.</p> <p>De ARD en ZDF hebben beiden een wettelijk vastgelegde <i>Entwicklungsgarantie</i> respectievelijk <i>Innovationsfunktion</i> die behelst dat ze niet alleen inhoudelijk/programmatisch maar ook in technologisch opzicht innovatief moeten zijn en moeten deelnemen aan de ontwikkeling van nieuwe communicatietechnologieën.</p> <p>Financiering en omvang van digitale kanalen en on-line activiteiten zijn wel aan beperkingen gebonden. On-line activiteiten moeten verbonden zijn met de radio- en televisieprogramma's ('Programmbegleitend'). Adverteren op websites (en themakanalen?) is verboden. Themakanalen moeten free-to-air</p>



	<p>beschikbaar zijn, er mag geen abonnementsgeld voor worden gevraagd. In een nieuw wetsvoorstel (Rundfunkstaatsvertrag) dat voorjaar 2005 van kracht moet worden, wordt financiering van on-line activiteiten beperkt tot maximaal 0.75% van de omroepbijdrage. Het aantal digitale themakanalen mag het huidige aantal (6 themakanalen) niet te boven gaan. Deze voorstellen moeten nog worden goedgekeurd door de deelstaatparlementen.</p> <p>In het algemeen geldt: publieke omroep mag en moet actief zijn in digitale domein, de discussie gaat over de omvang en financiering van deze activiteiten.</p> <p>Commerciële omroepen in Duitsland verzetten zich sterk tegen de extra digitale kanalen en het on-line aanbod van publieke omroepen en hebben klachten ingediend bij de Europese Commissie.</p>
<b>Actuele issues</b>	<p>De onafhankelijke commissie voor toezicht op de financiën van de publieke omroep KEF had voor 2005 een verhoging van het kijk- en luistergeld aanbevolen van €1.09. De minister-presidenten van de deelstaten hebben echter besloten de omroepbijdrage slechts met €0.88 te verhogen. Achtergrond was oorspronkelijk de algemene noodzaak tot bezuinigingen, ook bij overheid en andere openbare instanties. De discussie over de geringere dan oorspronkelijk voorgestelde verhoging van de omroepbijdrage raakte echter verknoot met een discussie over organisatie en omvang van de publieke omroep. De beslissing van de deelstaatregeringen om het KEF-advies niet op te volgen, wordt beschouwd als een vrij ongebruikelijke beslissing aangezien de KEF juist was ingesteld om besluiten over de financiering van de publieke omroep op zo neutraal mogelijke basis en zo veel mogelijk op afstand van politiek en overheidsbemoediging te houden (vanwege de geschiedenis een belangrijk principe in het Duitse omroepbestel).</p>
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland. Artikel 1 Rundfunkstaatsvertrag. Vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Siebten Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 25./26. September 2003. Satzung der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) vom 9/10 Juni 1950 in der Fassung vom 25 November 2003.</p> <p>Zie ook: <a href="http://www.br-online.de/br-intern/organisation/gesetze_staatsvertrag.shtml#gesetzestexte">www.br-online.de/br-intern/organisation/gesetze_staatsvertrag.shtml#gesetzestexte</a></p> <p>MediaPerspektiven (documentatie en onderzoek van ARD naar media: <a href="http://www.ard-werbung.de/mp/">www.ard-werbung.de/mp/</a></p> <p><a href="http://www.ard.de/intern/organisation/-/id=8036/nid=8036/did=197252/j92len/index">www.ard.de/intern/organisation/-/id=8036/nid=8036/did=197252/j92len/index</a> Voor informatie over organisatie, financiering, toezicht op ARD en links naar wetten en regulerende instanties.</p> <p><a href="http://www.alm.de">www.alm.de</a> Toezichthouder commerciële omroep</p>

	<p>voor actuele issues:</p> <p><a href="http://www.ard.de/intern/standpunkte/-/id=8236/qp3mlm/index.html">www.ard.de/intern/standpunkte/-/id=8236/qp3mlm/index.html</a></p> <p><a href="http://www.ard.de/intern/-/id=1886/1vivtml/index.html">www.ard.de/intern/-/id=1886/1vivtml/index.html</a></p> <p><a href="http://www.heise.de/newsticker/meldung/52412">www.heise.de/newsticker/meldung/52412</a></p> <p><a href="http://www.medientage-muenchen.de/">www.medientage-muenchen.de/</a></p>
--	---

## 5 Frankrijk

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	24,4 mln.
<b>Analoge televisiekanalen</b>	<p>Publiek : 3 Commercieel : 3 (<i>generalistische kanalen, FTA met landelijk bereik</i>)</p> <p>Publiek France 2 : generalistisch, nieuws France 3 : generalistisch, nationaal raamprogramma met 12 regionale stations  France 5 : educatie, cultuur La Chaîne Parlementaire (nieuw)</p> <p>Commercieel Participaties: ARTE, Euronews, TV5</p> <p>TF 1 : generalistisch (voorheen publiek sternet, geprivatiseerd in 1987) M 6 : jongeren, muziek Canal+ (partly encrypted) : film, sport, betaal tv</p> <p>Overige commerciële zenders (met landelijk bereik): AB1, Canal J, Ciné Cinéma Premier, Comédie !, Cuisine TV, Eurosport-France, I-Télé, LCI, Match TV, Paris Première, Planète, Sport +, TF 6, TPS Star</p>
<b>Analoge radiozenders</b>	
Publiek	<p>Radio France omvat 51 landelijke en regionale radiozenders :</p> <p><i>nationaal:</i> France Inter : nieuws en muziek, 60% van alle uitgezonden muziek is Franstalig France Musiques : muziek (alle genres) France Culture : cultuur France Info : nieuws en informatie France Bleu : (generalistisch) raamprogramma voor de ongeveer 40 lokale en regionale programma's van Radio France</p> <p>Sophia : nieuwsflitsen 107,7 : verkeersinformatie Urgences : service informatie en diensten</p> <p><i>Lokaa/regionaal:</i> France Bleu : 40 regionale zenders van France Bleu (in de toekomst: 53) FIP : non-stop muziek in Paris, Bordeaux, Nantes, Strasbourg</p>

<p>Commercieel</p> <p>Mengvorm publiek/commercieel</p>	<p>Le Mouv' : jongeren, te ontvangen in Ajaccio, Angers, Brest, Clermont-Ferrand, Lille, Lyon, Marseille, Mende, Nantes, Paris, Reims, Rennes, Toulouse et Valence.</p> <p>RFO (Réseau France outre-mer): RFO1 &amp; RFO 2</p> <p>RFI Radio France International (30 mln luisteraars)</p> <p>RFI 1 : nieuws en actualiteiten</p> <p>RFI 2 : programma's in vreemde talen</p> <p>RFI 3 : Franse muziek</p> <p>Generalistisch: Europe 1, RMC Info, RTL, Sud Radio</p> <p>Thematisch: BFM, Radio Classique,</p> <p>Muziek: Cherie FM, Europe 2, Fun Radio, MFM, Nostalgie, NRJ, RFM, Rire et chansons, RTL 2, Skyrock</p> <p>600 private radiozenders (radios privées associatives). Wanneer het budget van deze zenders voor minder dan 20% afkomstig is uit reclame-inkomsten kunnen zij een beroep doen op overheidssubsidie.</p>
<p><b>Internetactiviteiten PO</b></p>	<p>Uitgebreide internetsites gekoppeld aan zenders en programma's van France Télévisions. Op deze sites is reclame mogelijk. Inkomsten daaruit zijn sinds 2001 met 60 procent toegenomen.<sup>10</sup></p>
<p><b>Digitale televisiekanalen PO</b></p> <p>Digitale televisiekanalen commercieel</p>	<p>De bestaande zenders zijn digitaal te ontvangen via satelliet. Vanaf 2005 zullen France 2, France 3, France 5 en ARTE ook digitaal via de ether te ontvangen zijn. Daarnaast brengt France Télévisions een extra zender voor jonge volwassenen met fictie &amp; cultuur (Festival) en een parlementair kanaal. Publieke zenders zullen free-to-air beschikbaar zijn. De overheid heeft aangekondigd bereid te zijn om decoders te subsidiëren voor huishoudens die in 2012 nog niet over digitale ontvangersapparatuur beschikken.</p> <p>Vanaf 2005 zullen ook de commerciële zenders TF1, M6, Direct 8, iMCM, M6 Music, NRJ TV, NT 1 en TMC en Canal+ digitaal te ontvangen zijn via de ether.</p> <p>Betaalde digitale televisiekanalen beschikbaar vanaf september 2005: AB1, Canal J, Ciné Cinéma Premier, Comédie !, Cuisine TV, Eurosport-France, I-Télé, LCI, Match TV, Paris Première, Planète, Sport +, TF 6, TPS Star</p>
<p><b>Digitale radiozenders PO</b></p>	<p>Radio France : Europese programma's</p> <p>Hector : muziek (voornamelijk klassiek)</p> <p>France Culture Europe (ex-Victor) : cultuur en informatie</p> <p>Elisa : Franse muziek</p> <p>Sinds 1999 en alleen te ontvangen in de regio L'Ile de France – de Noos:</p> <p>France Inter, France Info, France Musiques, France Culture, FIP, France Bleu, Le Mouv'</p>

<sup>10</sup> Mozaïk Magazine, avril 2003 n°15 France Télévisions Publicité Comportements d'achats & télévision - 2ème partie, [www.ftv-publicite.fr/download/magmozaik/mag\\_mozaik15.pdf](http://www.ftv-publicite.fr/download/magmozaik/mag_mozaik15.pdf)

	Radio France Internationale – vanaf medio 2005
<b>Marktaandeelen</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag, 4+, in %
Televisie	<p>France 2 : 20,5  France 3 : 16,1  France 5 : 6,4  ARTE : 3,4  <i>Totaal publiek</i> : 36,4</p> <p>TF1 : 31,5  M6 : 12,9  Canal + : 3,7  Totaal commercieel : 48,1</p> <p>Overige : 10,9</p> <p>Bron: European Audiovisual Observatory / Mediamat-Médiamétrie /Eurodata-TV</p>
Radio	<p>France Inter : 10,8  France Info : 10,4  France Bleu : 7,2  France Musiques : 1,9  France Culture : 1,4  Totaal : 31,7  Bron: Mediametrie/Radio France</p>
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>	
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>De geschiedenis van de Franse publieke omroep en het medialandschap in het algemeen wordt gekarakteriseerd door sterke invloed van de centrale overheid, al is die in de afgelopen jaren mede onder invloed van liberalisering van de mediemarkt wel minder geworden. Ook is de invloed van de overheid op benoemingen bij de publieke omroep minder geworden, doordat de CSA hier nu een rol in heeft.</p> <p>Het Franse mediabeleid is vooral gericht op het ondersteunen van Franse taal en cultuur, de Franse audiovisuele industrie en de relaties met de rest van de Franstalige wereld. Hierin vervullen zowel de publieke als de commerciële omroepen een belangrijke rol.</p> <p>Privatisering van het publieke net TV1 (het meest succesvolle net) heeft de publieke omroep verzwakt en tegelijkertijd nieuwe commerciële initiatieven bemoeilijkt omdat deze van meet af aan werden geconfronteerd met een sterke, populaire concurrent.</p>
<b>Wet</b>	<p>De Loi sur l'audiovisuel dateert uit 1986 en is verschillende malen gewijzigd Met name artikel 43-11 en 44 leggen de belangrijkste uitgangspunten en doelstellingen van de publieke omroep vast.</p> <p>De mediawet van 1 augustus 2000 gaf een wettelijke basis aan France Télévisions, de holding van de Franse publieke omroepen.</p>

	In de cahiers des charges et missions, decreten van de Minister president worden de doelstellingen en richtlijnen per zender vastgelegd. Iedere zender heeft een eigen cahier. Controle vindt plaats op basis van Cahiers de Chaine.												
<b>Opdracht PO in:</b>	Contrat d'objectifs et de moyens opgesteld door de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA).												
<b>Taakopdracht</b>	<p>De publieke omroep moet een volledig aanbod leveren (informatie, educatie, amusement). Doel is het bevorderen van pluralisme en onafhankelijke meningsvorming en informatie; het bijdragen aan de culturele, educatieve en sociale gelijkheid, en het beschermen van kinderen. Speciale aandacht gaat uit naar het promoten van de Franse taal en cultuur.</p> <p>Bron: Décret n° 2004-743 du 21 juillet 2004 (JO-28/07/04)</p> <p>De drie kanalen die onder France Télévision vallen krijgen in hun wettelijke opdracht ieder een verschillende identiteit opgelegd. In combinatie moet het een gevarieerd, volledig programma-aanbod opleveren.</p>												
<b>Financiering PO</b>	<p>De publieke omroep in Frankrijk kent een systeem van gemengde financiering. Het grootste deel van het budget van de publieke omroep is afkomstig uit kijk- en luistergeld (73 procent in 2002, 77 procent in 2004). Het totale budget voor de publieke omroep bedraagt in 2004 €3.375 miljard.</p> <p>Het kijk en luistergeld wordt in 2004 als volgt over radio en televisie verdeeld:</p> <table> <tr> <td>Franc Télévisions</td> <td>: €1.534.59</td> </tr> <tr> <td>Radio France</td> <td>: € 469.10</td> </tr> <tr> <td>Radio France Internationale</td> <td>: € 53.00</td> </tr> <tr> <td>Réseau France outre-mer</td> <td>: € 206.79</td> </tr> <tr> <td>ARTE-France</td> <td>: € 193.45</td> </tr> <tr> <td><b>Totaal PO</b></td> <td><b>: €2.456.93<sup>11</sup></b></td> </tr> </table> <p>Voor zowel televisie als radio gelden strenge regels met betrekking tot reclame en sponsoring. Reclame is alleen toegestaan als het serviceberichten betreft (boodschappen van algemeen nut) en niet meer dan gemiddeld 30 minuten per dag, zonder programma-onderbreking. Sponsoring is alleen toegestaan als het past binnen de educatieve, culturele en sociale missie van de publieke omroep.</p> <p>Naast de omroeptaken wordt France Télévisions toegestaan om, onder bepaalde voorwaarden, commerciële activiteiten (reclame- en distributieactiviteiten) te verrichten. Deze activiteiten komen niet in aanmerking voor overheidssubsidies. De inkomsten uit commerciële activiteiten worden gebruikt voor de financiering van omroepactiviteiten. Soortgelijke regels gelden ook voor Radio France, het overkoepelend orgaan van de publieke radiozenders.</p>	Franc Télévisions	: €1.534.59	Radio France	: € 469.10	Radio France Internationale	: € 53.00	Réseau France outre-mer	: € 206.79	ARTE-France	: € 193.45	<b>Totaal PO</b>	<b>: €2.456.93<sup>11</sup></b>
Franc Télévisions	: €1.534.59												
Radio France	: € 469.10												
Radio France Internationale	: € 53.00												
Réseau France outre-mer	: € 206.79												
ARTE-France	: € 193.45												
<b>Totaal PO</b>	<b>: €2.456.93<sup>11</sup></b>												
<b>Organisatie en bestuur</b>	France Télévisions is een holding, opgericht bij wet (1 december 2000) die de												

<sup>11</sup> Het bedrag aan kijk- en luistergeld in deze tabel verschilt van het bedrag in tabel 3.3. Waarschijnlijk door verschil tussen bruto- en nettobedragen.

	<p>drie publieke kanalen France 2, France 3 en France 5 omvat, twee filialen die in film investeren en enkele commerciële activiteiten op het terrein van distributie, themakanalen en internationale zenders (TV5 en CFI).</p> <p>De president van France Télévisions wordt benoemd door de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel voor een periode van vijf jaar. Zijn Raad van bestuur bestaat uit twee parlementsleden (een uit de Tweede Kamer en een uit de Eerste Kamer), vier vertegenwoordigers van de Staat, vier experts benoemd door de CSA en twee vertegenwoordigers van de werknemers van de omroep. De president van Radio France wordt eveneens door de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel benoemd voor een periode van vijf jaar.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	<p>De cahier des missions et des charges van de afzonderlijke kanalen bevatten quota voor cultuur, educatie en wetenschap; voor France 2 (40 procent), France 3 (45 procent) en France 5. Daarnaast bevatten ze tal van andere concrete voorschriften, zoals onder andere het voorschrift om 15 toneelstukken, musicals (2 uur per maand) en concerten (15 uur per dag) uit te zenden en voorschriften om tussen 20.30 en 12.30 12 verschillende programmagenres uit te zenden en 35 toneelstukken voor 23.00 uur.</p> <p>Minstens 40 procent van alle uitgezonden muziek op radio moet in het Frans of één van de regionale dialecten zijn. (CSA)</p> <p>Radio France heeft als taak het beheren en ontwikkelen van symfonische orkesten (l'Orchestre National de France en l'Orchestre Philharmonique) en koren.</p>
<b>Programmavoorschriften en prestatieafspraken CO</b>	<p>Ook commerciële omroepen hebben een reeks programmatische verplichtingen, waaronder de verplichting om een bepaalde hoeveelheid nieuws en informatie, franstalig product en programma's voor kinderen en jongeren te leveren.</p>
<b>Productieregelingen</b>	<p>Voor zowel de publieke als de commerciële omroepen gelden vaste, wettelijk voorgeschreven minimum quota voor het aandeel originele audiovisuele producties in de totale zendtijd: mininmaal 60 procent Europese producties (en minimaal 40 procent Franse producties). De eerste uitzending van deze producties moet in <i>prime time</i> worden geprogrammeerd. (CSA)</p> <p>Voor filmzenders, kabel, satelliet, en de toekomstige aardse digitale televisie gelden afwijkende (vaak hogere) quota.</p> <p>Publieke omroepen moeten 2/3 van hun productiebudgetten voor televisie en 75% van hun uitgaven voor film besteden bij de onafhankelijke audiovisuele sector.</p> <p>Zowel publieke als commerciële omroepen moeten (check) een percentage van hun omzet (tussen 16 en 18 procent) in originele Franse audiovisuele producties te investeren. Daarnaast zijn ze ook verplicht om in originele Europese en Franse films te investeren: respectievelijk 3,2 procent en 2,5 procent van hun omzet. (CSA).</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	<p>In het Charte de l'antenne: zetten de verschillende publieke zenders hun beleid uiteen richting de eigen werknemers en richting het publiek.</p>

	<p>France Television werkt sinds kort met een systeem van <i>mediateurs</i> (bemiddelaars) die een centrale rol spelen in de dialoog met het publiek. Ze zijn benoemd voor drie jaar en werken direct onder de president van France Televisions, hun status garandeert onafhankelijkheid. Iedere zender heeft een eigen <i>mediateur</i> en er is ook een <i>mediateur</i> voor de nieuwsprogramma's. Het publiek is betrokken bij de verkiezing van de <i>mediateurs</i>. De <i>mediateurs</i> brengen jaarlijks verslag uit en maken hun observaties publiek op televisie. Een keer per week wordt op televisie een programma uitgezonden met kritiek van het publiek en discussies.</p> <p>Verder hanteert de publieke omroep een 'baromètre de satisfaction' (tevredenheidsbarometer) en een 'indice d'affinité' (waarderings cijfer).</p> <p><i>Tevredenheidsbarometer- resultaten maart 2004:</i></p> <table data-bbox="635 689 890 857"> <tr> <td>1. France 3</td> <td>: 76%</td> </tr> <tr> <td>2. France 2</td> <td>: 62%</td> </tr> <tr> <td>3. ARTE</td> <td>: 65%</td> </tr> <tr> <td>France 5</td> <td>: 60%</td> </tr> <tr> <td>(TF1</td> <td>: 49%)</td> </tr> </table> <p>Bron: IPSOS (<a href="http://www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1315.asp?rubId=23">www.ipsos.fr/CanalIpsos/articles/1315.asp?rubId=23</a>)</p> <p>Recent is een commissie van burgers / (kijkers) opgericht (comité' consultative des programmes) bestaande uit 20 leden die ten minste twee keer per jaar samenkomen, waarvan één keer met het bestuur van de publieke omroep, en die jaarlijks een rapport uitbrengen met de opvattingen en meningen van kijkers over de programma's van de publieke omroep.</p>	1. France 3	: 76%	2. France 2	: 62%	3. ARTE	: 65%	France 5	: 60%	(TF1	: 49%)
1. France 3	: 76%										
2. France 2	: 62%										
3. ARTE	: 65%										
France 5	: 60%										
(TF1	: 49%)										
<b>Toezicht</b>	<p>Het toezicht op de publieke omroep berust bij de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) en bij het parlement.</p> <p>Publieke omroepen rapporteren jaarlijks over hun prestaties aan onafhankelijke toezichthouders: aan la Tutelle (de toezichthouder die ressorteert onder de minister president en de minister voor cultuur) en aan de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) die toetst of de publieke omroepen (zowel radio als tv) voldoen aan de verplichtingen uit de Cahier des Charges.</p> <p>CSA kan administratieve sancties opleggen; variërend van een communiqué dat de publieke omroep moet uitzenden tot boetes, het ophouden, reduceren of intrekken van de zendmachtiging.</p> <p>De zeggenschap van de CSA wordt uitgebreid om de nieuwe diensten van de publieke omroepen via internet te kunnen dekken.</p>										
<b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b>	<p>Er is geen specifiek document met een toekomstvisie van de Franse overheid over de toekomst van de publieke omroep. Wel is er steun voor activiteiten van de publieke omroep op het terrein van digitalisering en nieuwe diensten.</p> <p>Het debat over nieuwe diensten spitst zich toe op de vraag of al het digitale aanbod gratis moet zijn of dat de publieke omroep ook betaalde diensten mag leveren. Conclusie is dat het merendeel van nieuwe digitale diensten gratis moet zijn, maar dat in beperkte mate ook betaalde diensten mogelijk zijn.</p>										



	<p>Het beleid is gericht op uitbreiding en verrijking van het aanbod. Er zijn plannen voor een klein betaald pakket van digitale kanalen. Deze kanalen moeten aanvullend zijn op het bestaande aanbod van de generalistische publieke zenders, en in overeenstemming met de doelstellingen van de publieke omroep.</p> <p>Er zijn plannen voor samenwerking tussen publieke en commerciële omroepen met betrekking tot aardse digitale televisie. Exacte vorm is nog onduidelijk.</p> <p>Op het terrein van radio gebeurt minder. Focus ligt nog steeds op analoge FM distributie. Switch-over naar digitale distributie is een kwestie van middellange termijn. Er wordt momenteel gedacht aan digitalisering van thematische zenders, lokale en regionale zenders voor jongeren (France Bleu en Le Mouv).</p> <p>In 2005 begint de publieke omroep gefaseerd met digitale etheruitzendingen. Er zijn 28 publieke en commerciële zenders geselecteerd voor een plaats binnen de beschikbare multiplexen. Geplande datum voor switch-off is 2012. De overheid is bereid tot subsidiëring van de aanschaf van decoders voor huishoudens die tegen die tijd nog geen digitale ontvangstmogelijkheid hebben.</p> <p>Aan het bestaande aanbod van de publieke omroep wordt een extra digitaal televisiekanaal toegevoegd (fictie &amp; cultuur; doelgroep: jonge volwassenen) en de programmering van de bestaande televisiekanalen France 5 en ARTE wordt uitgebreid naar 24 uur. Een aantal door de publieke omroep voorgestelde digitale kanalen is door overheid en CSA tegengehouden, voornamelijk vanwege financiële redenen. De voor dit doel gereserveerde frequenties zijn aan andere, commerciële omroepen toegekend.</p> <p>Een andere activiteit op het terrein van nieuwe diensten betreft het digitaliseren van de audiovisuele archieven.</p> <p>De publieke omroep is nog relatief weinig actief op het terrein van interactieve televisie.</p> <p>De digitale kanalen van de publieke omroep waarop kijkers zich moeten abonneren, worden betaald via inkomsten uit abonnementen. Verder zijn geen extra middelen gereserveerd voor digitalisering.</p>
<b>Actuele issues</b>	<p>Vanaf 2005 wordt het oude systeem van kijk- en luistergeld hervormd. De hoogte van het kijk- en luistergeld wordt verlaagd maar door een efficiëntere inning, gekoppeld aan de gemeentebelasting, moet het toch ongeveer €85 mln. extra voor de publieke omroep opleveren.</p> <p>Financiering van de publieke omroep staat niet ter discussie. Wel bediscussieerd wordt wat de publieke omroep mag doen met de extra middelen die de herziening van de inning van kijk- en luistergelden opleveren. Eén van de voorstellen is om meer te doen om jongeren onder de 30 jaar te bedienen, bijvoorbeeld door middel van digitale themakanalen.</p> <p>Er lopen bij de Europese Commissie verschillende procedures tegen de</p>

	<p>publieke omroep. De voornaamste daarvan is een klacht van TF1 tegen France Télévisions over vraag of er niet te veel geld aan publieke omroep wordt besteed en of er geen sprake is van oneerlijke concurrentie omdat publieke omroep hun inkomsten voor een kwart uit eigen commerciële inkomsten halen.</p> <p>De publieke omroep is van plan om samen met een commerciële omroep een 24-uurs internationale nieuwszender op te richten, als tegenwicht voor CNN en BBC World. Deze plannen zijn omstreden omdat het een vorm van ongeoorloofde staatssteun zou kunnen zijn.</p> <p>In de pers speelt een discussie over de nadelige gevolgen van de concurrentie om kijkcijfers voor het aanbod van de publieke omroep. Onderwerpen in dit debat zijn onder andere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Het bezit van <i>exclusieve</i> rechten op bepaalde sportuitzendingen van commerciële omroepen door hun belangen in (nationale) sportclubs. Het bezit van exclusieve sportrechten is in de meeste landen (en volgens Europese regels) verboden op basis van mededingingsregels.</li> <li>- Het hoge percentage van entertainmentprogramma's in het aanbod van de publieke omroep.</li> <li>- De nadelige gevolgen van concurrentie voor de journalistieke integriteit (met als spraakmakend voorbeeld het incident rondom de foutieve bekendmaking in de nieuwsuitzendingen van de publieke omroep over het veronderstelde aftreden van ex-minister president Alain Juppé).</li> </ul> <p>In de pers tevens vindt een discussie plaats over de kritiekloze wijze waarop de publieke omroep tijdens recente crisissituaties over de overheid heeft bericht. Zoals bijvoorbeeld over het (gebrek aan) overheidsbeleid tijdens de hittegolf in 2003.</p>
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Conseil supérieur de l'audiovisuel, Rapport d'activité 2003, published 2004, <a href="http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/044000302/0000.pdf">http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/044000302/0000.pdf</a>, geraadpleegd op 29 september 2004</p> <p>MédiaSIG – panorama des médias en France, <a href="http://mediasig.premier-ministre.gouv.fr/">http://mediasig.premier-ministre.gouv.fr/</a>, geraadpleegd op 29 september 2004.</p> <p><a href="http://charte.francetv.fr/">http://charte.francetv.fr/</a> Rapport waarin de publieke omroep zijn doelstellingen en plannen verantwoord aan het publiek. De digitale versie op de website bevat handige links naar onderliggende en verwante wetten, regels en beleidsdocumenten.</p> <p>Loi sur l'audiovisuel, nr. 86-1067, 30 September 1986, Liberté de la communication</p> <p>Loi de finances pour 2004 No. 2003-1311 of 30 December 2003, Journal Officiel de la République Française 31 December 2003, p. 22556 <a href="http://www.legifrance.gouv.fr/imagesJO/2003/225/JO200322556.pdf">www.legifrance.gouv.fr/imagesJO/2003/225/JO200322556.pdf</a>, geraadpleegd op 29 september 2004</p>

	<p>Décret du 13 novembre 1987 portant approbation du cahier des missions et des charges de la société Radio France</p> <p>Décret n° 93-535 du 27 mars 1993 portant approbation du cahier des missions et des charges de la Société nationale de radiodiffusion et de télévision française pour l'outre-mer (RFO)(JO-28/03/93-p.5146)</p> <p>Décret n° 88-66 du 20 janvier 1988 portant approbation du cahier des missions et des charges de Radio France internationale modifié par: Décret n° 2004-743 du 21 juillet 2004 (JO-28/07/04)</p> <p>Décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié relatif à la diffusion des oeuvres cinématographiques et audiovisuelles</p> <p><a href="http://www.mediametrie.fr/contenus/tv/tv_2003.pdf">www.mediametrie.fr/contenus/tv/tv_2003.pdf</a></p> <p><a href="http://www.mediametrie.fr/contenus/tv/tv_2002.pdf">www.mediametrie.fr/contenus/tv/tv_2002.pdf</a></p> <p>Voor informatie over DTT: TVNT. Les futurs opérateurs en France. <a href="http://www.tvnt.net/operateurs.htm">www.tvnt.net/operateurs.htm</a> en</p> <p>CSA. Affectation des réseaux aux multiplex et composition des multiplex. <a href="http://www.csa.fr/upload/communique/multiplex_tnt.pdf">www.csa.fr/upload/communique/multiplex_tnt.pdf</a></p>
--	--

## 6 Groot-Brittannië

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b> <sup>12</sup>	24.4 miljoen
<b>Analoge televisiekanalen</b>	
Publiek	BBC One : generalistisch BBC Two : educatie, cultuur, minderhedenprogramma's
Commercieel	ITV Channel 3 : netwerk van 15 regionale generalistische zenders, met gedeeltelijk publieke opdracht Channel Four : met publieke opdracht, cultureel/educatief FIVE : met publieke opdracht, generalistisch, populair S4C : Welsche zender i.p.v. Ch4 in Wales
<b>Analoge radiozenders</b>	
Publiek	<b>BBC</b> Radio 1 : gericht op jongeren Radio 2 : amusement Radio 3 : cultuur en klassieke muziek Radio 4 : nieuws en informatie Five Live : live nieuws- en sportverslaggeving Radio Scotland Radio Ulster Radio Wales 40 Lokale Radiostations BBC World Service : wereldomroep
Commercieel	Nationaal: Atlantic 252 Classic FM Talksport Virgin Radio  Regionaal: 7 regionale stations die met name in de drie grote steden uitzenden (Londen, Manchester, Birmingham)  Lokaal Ongeveer 170 stations
<b>Internetactiviteiten PO</b>	Bbc.co.uk maakt integraal deel uit van het aanbod van de BBC. De site heeft zo'n 2 miljoen pagina's en trekt hoge bezoekersaantallen. De prestaties van de website worden meegenomen in de jaarlijkse reviews en in de plannen voor het daaropvolgende jaar.  BBC Online is onderverdeeld in: business, entertainment, children, health, history, lifestyle, learning, music, news, science&nature, society&culture en sport. Het learning gedeelte b.v. bevat info voor

<sup>12</sup> Bron voor aantal TV-huishoudens zijn cijfers van de Europese Commissie uit 2003.

	scholen, onderwijzers, ouders en scholieren. Daarnaast verwijzing naar alle vormen van volwasseneneducatie, eenvoudige gratis online cursussen, alfabetiseringsprojecten en meer.
<b>Digitale televisiekanalen PO</b>	BBC Three : jongeren BBC Four : cultuur CBeebies : kinderen CBBC : kinderen BBC News 24 : nieuws BBC Parliament : live Parlementsvergaderingen
<b>Digitale radiozenders PO</b>	Five Live Sports Extra : live sportverslaggeving 6 Music : alternatieve muziekstijlen BBC 7 : talkradio: nieuws, drama, kinderen 1 Xtra : muzieknet gericht op zwarte minderheden Asian Network : nieuws en muziek voor Aziatische minderheden
<b>Marktaandeel</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag, 3+, in % <sup>13</sup>
TV	BBC1 : 25.6 BBC2 : 10.9 <i>Totaal publiek</i> :  ITV : 23.7 Channel4 : 9.7 Five : 6.3 <i>Totaal commercieel</i> : Bron: European Audiovisual Observatory
Radio	Radio, 2003, in % <sup>14</sup> BBC : 53 Commercieel : 45 Overig : 2
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>	
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	De BBC heeft een zeer sterke positie en reputatie, niet alleen in de UK maar wereldwijd, qua nieuwsvoorziening, kwaliteitsprogrammering en betrouwbaarheid. Ook qua vernieuwingen in dienstenaanbod zoals online diensten en digitale zenders is de BBC een voorloper; zij biedt een zeer breed aanbod op haar websites en vervult tevens een voorlichtende rol rondom de ontwikkelingen in nieuwe media. In relatief korte tijd heeft de BBC een zestal digitale zenders opgezet die naast bestaande ook nieuwe programmering bieden. De BBC probeert een centrale positie in de samenleving in te nemen en zich direct te verantwoorden naar het publiek toe. Dit betekent dat zij ook regelmatig aan kritiek is blootgesteld en onder continue druk staat van politiek, publiek en commercie.
<b>Wet</b>	De Communications Act uit 2003 (opvolger van de Broadcasting Act) Hierin wordt de mogelijkheid gecreëerd om in de nieuwe Charter enkele

<sup>13</sup> BARB 2003 in Ward (2004)<sup>14</sup> Radio Advertising Bureau in Ward (2004)

	<p>zelfregulerende bevoegdheden van de BBC over te dragen aan toezichthouder Ofcom.</p> <p>Daarnaast wordt het wettelijk kader voor de BBC gevormd door het BBC Royal Charter en de BBC Agreement</p> <p>Een andere belangrijke wettelijke regeling is de Broadcasting [Independent Productions] Order uit 1991 (zie ook Productieregelingen).</p>
<b>Opdracht PO in:</b>	<p>De opdracht aan de BBC is vastgelegd in het BBC Royal Charter en Agreement. Hierin krijgt de BBC een in zeer algemene termen gesteld opdracht om een brede range aan kwaliteitsprogramma's te bieden met als doel 'to inform, to educate and to entertain'. Beiden hebben een looptijd van 10 jaar. De huidige loopt van 1996-2006.</p>
<b>Taakopdracht</b> <i>Wettelijke omschrijving</i> <i>Aanvullend of volledig programma-aanbod?</i>	<p>De BBCs Royal Charter schrijft de BBC voor te zorgen voor de productie en uitzending van een variatie aan kwaliteitsprogrammering ter informatie, educatie en ontspanning. Naast de Charter heeft de BBC een Agreement die een gelijke looptijd heeft als het Charter. In zekere zin is dit een soort beheersovereenkomst, maar de bepalingen hierin zijn minder strikt en vrij vaag. De BBC heeft een lange traditie van zelfregulering.</p> <p>De Board of Governors van de BBC moet een aantal heldere doelstellingen en beloftes aangeven en daarnaast de mate waarin deze ook bereikt worden monitoren. Zij moeten tevens de bediening van het publieke belang in de programmering van de BBC bewaken.</p> <p>De BBC biedt een volledig programma-aanbod en wordt omschreven als "eigendom van het publiek".</p>
<b>Financiering PO</b>	<p>In 2002 bedroeg het totale budget voor de BBC (inclusief inkomsten uit reclame, sponsoring etc.) €5,123 miljard, waarvan ongeveer 70 procent uit de omroepbijdrage afkomstig was.</p> <p>De omroepbijdrage 2003/2004 was GBP 9,67 per maand. De BBC int deze gelden zelf. 75+ers krijgen vrijstelling van de omroepbijdrage. De BBC wil met de politiek in discussie om de omroepbijdrage voor minder bedeelden aan te passen.</p> <p>Het totale inkomen uit de omroepbijdrage in 2003 was 2,7 miljard GBP (€3,8 miljard).</p> <p>Door het grote taalgebied en de goede reputatie zijn de inkomsten van de BBC uit programmaverkoop en verkoop van formats een belangrijke inkomstenbron. Daarnaast komen nieuwe inkomsten binnen door het aanbieden van nieuwe diensten. Sinds de jaren negentig heeft de BBC actief andere inkomstenbronnen gezocht, mede omdat (de hoogte van) de omroepbijdrage onder Thatcher onder druk stond en de BBC minder afhankelijk moest c.q. wilde worden van inkomsten uit de omroepbijdrage. Commerciële activiteiten van de BBC vinden veelal plaats in de vorm van public-private partnerships waarbij de BBC programma's en expertise levert en private partijen het kapitaal. De activiteiten zijn ondergebracht bij BBC Ventures (een facilitair bedrijf) en BBC World (merchandising, verkoop van programma's en boeken,</p>

	<p>commerciële kanalen voor internationale markt). Opbrengsten uit deze activiteiten moeten terugvloeien naar het programmabudget van de BBC.</p>
<b>Organisatie en bestuur</b>	<p>De BBC wordt geleid door het General Management en de Board of Governors. De directeur van de BBC, de Director General wordt gekozen door de Board of Governors.</p> <p>De Governors stellen jaarlijks de doelen voor de BBC en de beloftes aan het publiek vast, op voordracht van het BBC management. De Governors moeten tevens achteraf vaststellen in hoeverre deze doelen en beloftes ook zijn waargemaakt. De Board of Governors is onafhankelijk van de BBC en de leden ervan worden aangesteld door de staatssecretaris voor cultuur, media en sport.</p> <p>De Board of Governors bestaat uit 12 leden, waarvan drie met een speciale verantwoordelijkheid voor Wales, Schotland en Noord-Ierland.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	<p>De Communications Act (2003) vraagt van de BBC om elk jaar een programmabeleid vast te stellen voor het daaropvolgende televisieseizoen. Achteraf moet dan worden vastgesteld hoe goed aan dit beleid is voldaan. Dit beleid wordt voorgesteld door het BBC management en daarna geëvalueerd en vastgesteld door de Governors.</p> <p>Elk voorjaar publiceert de BBC haar Statements of Programme Policy waarin de programmeringsplannen voor het komende televisie- en radioseizoen worden aangegeven. Het betreft gedetailleerde plannen voor programma's per radiozender en televisienet, inclusief het aantal uren dat van bepaalde types programma's uitgezonden gaat worden. Ook de online en interactieve activiteiten zijn opgenomen in de plannen. In vergelijking met andere landen heeft de BBC vrij 'lichte' programmavoorschriften die in zeer algemene termen staan omschreven. Het gaat vooral om hoge kwaliteit, een "brede" programmering ter informatie, educatie en ontspanning.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken CO</b>	<p>Groot-Brittannië is uniek in het feit dat ook voor de commercieel gefinancierde analoge televisiekanalen ITV, Channel 4 en Channel five vergaande eisen gesteld worden aan de kwaliteit en aard van de programmering, in ruil voor een vergunning en etherfrequentie. Afspraken hierover worden vastgelegd in Charters voor ieder van de omroepen.</p> <p>ITV: Eisen uit de Broadcasting Act worden door de ITC (nu Ofcom) vertaald in individuele contracten met de 15 ITV franchiseholders. Dit houdt onder andere in een minimum uitzendtijd voor regionale programmering en voor nieuws, actualiteiten, religie, kinderprogramma's, documentaire, educatie en kunst. Ofcom beschrijft in haar PSB review de programmavoorschriften in de toekomst meer flexibel te willen benaderen en een '3-layered system' te willen ontwerpen waarin gezocht wordt naar een balans in wat ITV programmeert en wanneer, de kijkcijfers die dit oplevert en de waardering die kijkers voor de programma's hebben.</p> <p>Channel 4 heeft bij oprichting al de taak gekregen om groepen en</p>

	<p>publiekssmaken te bedienen die door andere tv zenders onvoldoende werden bediend (onder andere etnische minderheden). Channel 4 moet een gevarieerd aanbod van informatie, educatie en ontspanning brengen, met veel ruimte voor innovatie en experiment. Benadrukt wordt dat variatie van onderwerpen in programma's maar ook in uitzenddag en uitzendtijdstip bereikt moet worden. (Broadcasting Act 1990).</p> <p>Channel 5 (FIVE) moet aan dezelfde programmavoorschriften voldoen als de ITV zenders, uitgezonderd de regionale programmering. Hoewel de wet slechts vier programmacategorieën voorschrijft (nieuws, actualiteiten, religie en kinderprogramma's) vult de toezichthouder (voorheen ITC, nu Ofcom) deze eisen aan met een minimum aantal uren voor documentaires, educatie, kunst en drama.</p>
<b>Productieregelingen</b>	<p>De richtlijn Televisie zonder Grenzen schrijft een meerderheid van programma's van Europese origine voor. Deze richtlijn is in de Britse wetgeving opgenomen.</p> <p>Alle 'free to air' tv omroepen zijn verplicht minimaal 25 procent van hun zendtijdproductie uit te besteden aan onafhankelijke producenten. (Broadcasting [Independent Productions] Order 1991). Sinds 2003 heeft deze bepaling ook betrekking op de digitale kanalen van de BBC. Uit evaluatierapporten van toezichthouder Oft (vanaf 2003 ligt deze taak bij de nieuwe toezichthouder Ofcom) blijkt dat de BBC dit quotum sinds 2001 niet heeft gehaald en blijft steken rond 21-22 procent.</p> <p>Channel 4 moet vanaf 2002 30 procent van haar programmabudget besteden aan onafhankelijke producenten buiten de regio Londen. ITV heeft een reeks verplichtingen met betrekking tot regionale programmaproductie. Zo moet ITV onder andere 50 procent van het programmabudget besteden aan eigen producties of aan producties van onafhankelijke producenten buiten de regio Londe en "a suitable proportion" van de ITV regionale programma's moet worden gemaakt in de regio waarvoor de programma's bedoeld zijn.</p> <p>Voor de ITV zenders in Schotland en Wales gelden speciale eisen omtrent uitzendingen in resp. het Gaelic en het Welsh.</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	<p>Sinds 1996 stuurt de BBC de omroepbijdragebetaler een 'Statement of Promises' en in 2002 verscheen voor het eerst een Statement of Programme Policy. In deze documenten maakt de BBC haar voornemens met betrekking tot programmabeleid, organisatie en financiën bekend.</p> <p>De Board of Governors brengt vervolgens een jaarlijks evaluatierapport uit waarin zij bekend maakt in welke mate aan de voornemens is voldaan.</p> <p>Daarnaast wordt het jaarlijkse evaluatierapport van de Board of Governors voor publicatie beoordeeld door de commissie van cultuur, media en sport in het Lagerhuis. Deze kan het oordeel van de Board of Governors echter niet verwerpen.</p>



	<p>In de discussie rondom de Charter vernieuwing staat het onderwerp publieke verantwoording centraal. De BBC wil een meer gedetailleerd systeem om de publieke waarde van zijn programma's te toetsen. Publieke waarde wordt uitgedrukt in: democratische waarde, culturele en creatieve waarde, educatieve waarde, sociale en gemeenschapswaarde en de waarde van de BBC op de wereldmarkt. Zie ook onder Actuele Issues</p>
<b>Toezicht</b>	<p>De BBC kent een systeem van zelfregulering door bovenal de Board of Governors.</p> <p>In 2003 zijn bij de invoering van de Communications Act de toezichttaken van vijf toezichthouders<sup>15</sup> samengevoegd in één nieuwe: Ofcom. Ofcom houdt toezicht op de commerciële omroepen; ITV, Channel 4 Channel five, de satelliet- (o.a. BSKyB) en kabeltelevisiestations.</p> <p>Ofcom houdt ook toezicht op inhoudelijke aspecten zoals goede smaak en fatsoen en behandelt klachten van kijkers en luisteraars (dit werd voorheen gedaan door een intern BBC orgaan: de Broadcasting Standards Commission).</p> <p>Momenteel werkt Ofcom aan een Review van Public Service Broadcasting (de BBC, ITV, Channel 4, FIVE en S4C. ) In een aantal fases legt Ofcom stellingen voor over de publieke omroep en vraagt vervolgens 'het veld' om hierop te reageren..</p>
<b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b>	<p>De algehele filosofie van de BBC is dat de BBC bij uitstek de digitalisering van Groot-Brittannië moet leiden om er zeker van te zijn dat niemand hiervan uitgesloten wordt. Het publiek is in feite eigenaar van de enorme schat aan content en bronnen die via de nieuwe digitale platforms gratis beschikbaar kan worden gemaakt. Hiervoor is echter wel een verandering van de BBC als organisatie nodig. Deze filosofie komt onder andere tot uitdrukking in het rapport <i>Building public value</i> waarin de BBC een reeks ambities en voorstellen formuleert om een sterke positie te kunnen behouden in de digitale toekomst. Deze behelzen onder andere uitbreiding van activiteiten met betrekking tot de switch-over naar digitale televisie, digitale radio via alle digitale platforms, het ontsluiten van de BBC-archieven (BBC on demand) en het bedienen van kleinere publieksgroepen, via specifiek op hun voorkeuren toegesneden aanbod, ook op regionaal en lokaal niveau. De BBC wil ook doorgaan met de conversie van haar aanbod naar alle digitale platforms, zorgdragen voor goede navigatie-instrumenten (EPG) en open standaarden en samenwerken met andere partners op internet en breedband. De BBC stelt dat in de eerste fase van de digitale revolutie het accent lag op technologie en infrastructuur en dat de nadruk in de tweede fase moet liggen op (ontwikkeling, ontsluiting, toegankelijk maken van) content voor een breed publiek.</p> <p>Zie ook Actuele issues.</p> <p>Ook de Ofcom legt in het kader van de review die vooraf gaat aan de herziening van de BBC Royal Charter een aantal stellingen en</p>

<sup>15</sup> ITC, Broadcasting Standards Commission, Radio Authority, OFTEL en de Radio Communications Agency

	<p>voorstellen voor aan de sector en het publiek over de toekomst van het systeem van publieke omroepen in Groot-Brittannië. De Ofcom stelt dat de structuur van financiering van Public Service Broadcasting in het digitale televisietijdperk drastisch moet veranderen. Meer dan de helft van de huishoudens in Groot-Brittannië heeft al toegang tot digitale televisie. Het aantal abonnees groeit snel. Digitalisering betekent dat de positie van de analoge zenders die in ruil voor een etherfrequentie aan bepaalde verplichtingen moeten voldoen, verzwakt ten opzichte van (commerciële) digitale zenders, die deze verplichtingen niet of in mindere mate hebben.</p> <p>De BBC heeft, vindt Ofcom, de sterkste positie maar kan deze alleen behouden als hij voldoende meeverandert met verwachtingen van kijkers en technologische innovaties. Ofcom wil de omroepbijdrage voor de BBC handhaven maar benadrukt het belang van meer efficiency. Ook vindt Ofcom dat de BBC de aankoop van dure Hollywoodfilms aan de commerciële omroepen moet overlaten en haar rol in regionale programmering moet versterken, de commerciële omroepen hebben daar immers geen geld voor.</p> <p>Verder wordt de BBC geacht zich niet verder in de breedte uit te breiden met nieuwe diensten. Op de langere termijn wordt de overheid geadviseerd zich over de mogelijkheid te buigen om de BBC diensten te laten aanbieden tegen betaling</p> <p>ITV, Channel 4 en FIVE krijgen het na de toekomstige omschakeling naar digitaal veel moeilijker denkt Ofcom. Zij zullen niet in staat zijn om hun PSB activiteiten nog langer in voldoende mate met advertentiegelden te financieren en zullen te maken krijgen met een verder toenemende concurrentie. Ofcom zou de PSB verplichtingen van ITV dan ook willen verlichten.</p> <p>Ofcom wil ervoor zorgen dat de BBC voldoende concurrentie kent in het aanbieden van publieke omroepprogramma's. Zij doen een suggestie voor een nieuwe dienst, een Public Service Publisher, die een vergelijkbare positie zou moeten krijgen als Channel 4 in haar jonge jaren: zekerheid over inkomsten (Ofcom denkt aan 300 miljoen GPD, in combinatie met de mogelijkheid van commerciële inkomsten) en het doel om het publieke belang te dienen met innovatieve ideeën. Deze nieuwe dienst zou via verschillende kanalen, breedband, PVR, mobiele netwerken, maar ook via 'traditionele' kabel- satelliet en analoge netwerken haar programma's verspreiden. Financiering zou moeten komen uit deels een belasting, een uitgebreidere omroepbijdrage, belasting op de omzet van Britse omroepen en commerciële bronnen</p> <p>BBCi Interactieve televisie is dit televisieseizoen begonnen (2004/2005). Het is beschikbaar voor kijkers met toegang tot digitale televisie zonder extra kosten. Alleen wanneer er via de dienst wordt gestemd of een ander bericht wordt teruggezonden zijn er kosten aan verbonden. Het biedt extra informatie rondom programma's, spelletjes, videodiensten (alleen via satelliet) voor b.v. het journaal en de laatste aflevering van de soap Eastenders.</p>
<b>Actuele issues</b>	De BBC Charter moet door het Britse Parlement worden vernieuwd en het publieke debat hierover is in volle gang. De BBC zelf heeft een eerste bijdrage aan dit debat geleverd met het document <i>Building public</i>

	<p><i>value</i>. Het document stelt de publieke waarden centraal en stelt negen prioriteiten:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Voortrekkersrol in digitalisering en switch-over, ook voor burgers die tot nu toe nog niet aan digitale revolutie deelnemen.</li> <li>2. Programma's en diensten die publieke waarden creëren. (hieronder vallen o.a. het terugwinnen van het vertrouwen van het publiek dat door de Kelly-affaire is geschaad, aanbod dat bijdraagt aan maatschappelijke participatie van burgers (o.a. jongeren), cultuur en innovatie.</li> <li>3. Nieuwe test van publieke waarden: nieuw systeem om impact op de markt te meten; assessments van nieuwe diensten en bestaande; onafhankelijk onderzoek naar publieke waarden elke 3 jaar.</li> <li>4. De juiste schaal en reikwijdte: publieke waarden moeten BBC in breedte (alle multimedia activiteiten en andere extra diensten) en in de diepte (commerciële 100% dochters en toeleveranciers) aandrijven. Accenten liggen hier op stimuleren van <i>creativiteit</i>, streven naar max. <i>toegankelijkheid</i> en <i>toelevering op maat</i> waar mogelijk. Benadrukt wordt dat de BBC geen plannen heeft voor nog meer nieuwe zenders en dat alle plannen voor nieuwe diensten aan uitgebreide analyse worden onderworpen. Daarnaast worden voordelen van in-house productie gegeven maar ook aangekondigd dat deze regelmatig moeten worden geëvalueerd en indien nodig te kiezen voor uitbesteding.</li> <li>5. Stimuleren van werken met partners (liefdadigheidsorganisaties, musea etc.)</li> <li>6. Stimuleren van BBC activiteiten en uitbestedingen buiten Londen.</li> <li>7. Werken aan meer openheid: voor programmamakers, commerciële partners en voor het publiek.</li> <li>8. Modernere financiering: vereenvoudiging van de administratie van de licence fee en verder bevorderen van efficiency, beperken overhead en programmaverkoop buitenland</li> <li>9. Hervormen van BBC Board of Governors; duidelijker afstand van BBC management; meer nadruk op verantwoording naar het publiek (in jaarverslag rapportage van publieksconsultaties; versterking adviesnetwerk; zie ook punt 3)</li> </ol> <p>Daarnaast werkt Ofcom, de toezichthouder, aan een review van de publieke omroep (waaronder de commercieel opererende zenders met een publieke opdracht: ITV, CHannel 4 en Five). In een aantal fases publiceert Ofcom haar visie op de toekomst van de omroep en vraagt het 'veld' om hierop te reageren.</p>
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>BBC (2004). BBC Annual Report and Accounts 2003/2004.</p> <p>BBC (2004) The year ahead. BBC statements of programme policy 2004/2005. March 2004.</p>

	<p>BBC (2004). Building public value. Renewing the BBC for a digital world. June 2004</p> <p>Ofcom (2004). Review of public service television broadcasting.</p> <p>OFT (2003). Independent productions transmitted by the BBC. Tenth report, Oct. 2003.</p> <p><a href="http://www.mediauk.com">www.mediauk.com</a></p> <p><a href="http://www.bbc.co.uk">www.bbc.co.uk</a></p> <p><a href="http://www.ofcom.org.uk">www.ofcom.org.uk</a></p> <p><a href="http://www.vlv.org.uk">www.vlv.org.uk</a></p>
--	--

## 7 Italië

Omroeplandschap	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	20,9 mln.
<b>Analoge televisiekanalen</b>	Publiek : 3 Commercieel : 3 <i>(generalistische kanalen, FTA met landelijk bereik)</i>
Publiek	RAI 1 : generalistisch RAI 2 : generalistisch RAI 3 : generalistisch
Commercieel	Canale 5 : generalistisch Rete 4 : Italia 1 : jeugd (alledrie Mediaset)  La 7 (ex-TMC) : nieuws MTV Italia : muziek  Er is een groot aanbod van lokale/regionale free-to-air kanalen (ongeveer 650)
<b>Analoge radiozenders</b>	
Publiek	RAI : Radio 1 : nieuws en informatie Radio 2 : ontspanning Radio 3 : cultuur  Gr Parlamento : parlementair kanaal IsoRadio : serviceberichten (verkeer) en muziek Rai International : wereldomroep
Commercieel	2500 radiozenders met voornamelijk muziek en lokaal en regionaal bereik. Bekende commerciële zenders zijn: Radio DeeJay RTL 102.5 RDS Rismi Radio 24 : nieuws en business Radio 101 : popmuziek Radio Italia : Italiaanstalige muziek
<b>Internetactiviteiten PO</b>	Thematische sites: nieuws, film, fictie, sport, muziek, burgerzaken, kinderen, kunst en design, cultuur, entertainment, wetenschap en technologie, religie. Rainet News Televideo : on-line journalistieke informatie en servicediensten en uitgebreide regionale sub-sites) RAI Teche : radio en televisie archieven on-line RAI Community : virtuele gemeenschap van RAI

	<p>CCISS : serviceberichten m.b.t. verkeer, veiligheid, weer</p> <p>Gr Parlamento : streaming van alle zittingen van het parlement &amp; videoarchief</p> <p>RAI ERI : site voor kunst en cultuur</p> <p>Rai New Media is de ontwikkelingsstak voor nieuwe en multimedialdiensten bestaande uit RAI Sat (levert (digitale) betaalkanalen), Rai Net (ontwikkelt web business, on-line uitgeverij) en Rai Click (ontwikkelt video portal interactieve televisie)</p>
<b>Digitale televisiekanalen PO</b>	<p>De generalistische en themakanalen van de publieke omroep zijn digitaal te ontvangen via satelliet en sinds 2003 ook via de ether.</p> <p>Digitale themakanalen zijn:</p> <p>RAI Notizie 24 : 24-uur nieuws</p> <p>Rai Med : internationaal, gericht op Middellandse zeegebied</p> <p>RAI Sport : sport</p> <p>RAI Edu 1 : educatie</p> <p>Rai Edu 2 : cultuur</p> <p>RAI Sat brengt tevens 5 themakanalen op het Sky satellietplatform (Extra, Premium, Ragazzi, Gambero Rosso channel, Cinema World)</p> <p>In de ether beschikt de RAI, over twee multiplexen waarin naast de reguliere RAI kanalen (simulcasting) eveneens bovengenoemde digitale themakanalen te ontvangen zijn.</p> <p>Digitale ethertelevisie is in 2004 gelanceerd. Eind 2004 is het bereik ongeveer 70 procent, d.w.z. dat 70 procent van de huishoudens in Italië in principe in staat is om ten minste één televisiekanaal via digitale ether televisie te ontvangen. Er zijn ongeveer 500.000 door de overheid gesubsidieerde Settopboxen verkocht.</p> <p>Kabeltelevisie en betaalde televisiekanalen bevinden zich in een beginfase.</p> <p>Een relatief laag percentage van alle huishoudens kan alle 'nationale' free-to-air zenders ontvangen.</p>
<b>Digitale radiozenders PO</b>	<p>Naast de bestaande radiozenders van RAI is een aantal extra DAB zenders beschikbaar onder de overkoepelende naam Filodiffusione onder andere:</p> <p>5 Canale Auditorium : 24 uur klassieke muziek</p> <p>4 Canale : 24 uur muziek (niet commercieel: jazz, wereld, elektronische, experimentele muziek)</p> <p>Alle radiostations zijn on-line te beluisteren (streaming), via ADSL en satelliet</p>
<b>Marktaandelen</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag, 4+, in %
TV	<p>RAI 1 : 23,5</p> <p>RAI 2 : 12,1</p> <p>RAI 3 : 9,3</p>

Radio	<p><i>Totaal publieke omroep</i> : 44,9</p> <p>Canale 5 : 22,9          Italia 1 : 11,9          Rete 4 : 9,1          La 7 : 2,2</p> <p><i>Totaal commerciële omroep</i> : 41,7          (Mediaset)</p> <p>Overige : 9,0</p> <p>Bron: European Audiovisual Observatory / Auditel / AGB Italia / Eurodata-TV</p>
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>	
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>Overheid en politiek hebben altijd veel invloed gehad op de publieke omroep in Italië. Lange tijd hebben de belangrijkste politieke partijen de verschillende netten onder elkaar verdeeld. Door deze politieke verdeling was geen sprake van een duidelijke netprofilering. Onder invloed van sterke concurrentie met commerciële omroepen is de RAI op een aantal terreinen sinds midden jaren negentig wel zakelijker gaan werken (onder andere efficiënte bestrijding van het niet betalen van kijk- en luistergeld, gemeenschappelijk aankoopbeleid, reductie van personeel, betere afstemming van programmering). Het eerste net is het meest prestigieuze net met de meeste grote evenementen. Het derde net heeft de meest kritische nieuwsuitzendingen, maar is doordat het een arm net is, tevens pionier in goedkope genres als reality tv.</p> <p>RAI is sinds 2000 opnieuw bezig met een reorganisatie tot een plattere meer marktgerichte organisatie.</p> <p>Het medialandschap in Italië wordt verder gekarakteriseerd door sterke concurrentie tussen RAI en de kanalen van Mediaset en door strijd om de politieke invloed op de RAI en (versoepeling van) wetgeving met betrekking tot mediaconcentratie. Doordat de huidige regeringsleider Berlusconi tevens eigenaar is van het mediabedrijf Mediaset dat de drie grootste commerciële omroepen bezit, is er sprake van grote politieke invloed op zowel publieke als commerciële media.</p>
<b>Wet</b>	<p>Sinds 3 mei 2004 is er een nieuwe mediawet. Legge Gasparri, nr.112 Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonche' delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione.</p> <p><a href="http://www.parlamento.it/parlam/leggi/elegemat.htm">www.parlamento.it/parlam/leggi/elegemat.htm</a></p>
<b>Opdracht PO in:</b>	<p>De RAI ontvangt haar opdracht in de vorm van een driejarig contract met de staat. De huidige overeenkomst geldt voor de periode 2003-2005. De overeenkomst heeft betrekking op het radio, televisie en multimedia-aanbod maar ook op productie- en uitzendtechniek, financieel-economisch</p>

	<p>management, systemen voor controle en monitoring en het vaststellen van de omroepbijdrage.</p> <p>RAI Contratto di Servizio 2003-2005 tra il Ministero delle Comunicazioni e la RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A. (Convenzio tra lo Stato e la RAI- Radiotelevisione Italiana S.p.A): contract opgesteld door de Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (toezichtsautoriteit), goedgekeurd door de Parlementaire Commissie voor televisie &amp; radio.</p>
<b>Taakopdracht</b>	<p>Waarborgen van vrijheid, pluralisme, objectiviteit, volledigheid, onpartijdigheid, juistheid van informatie, ondersteunen van democratie, sociale vooruitgang, educatie, cultuur, taal, handhaven nationale en lokale identiteit, zorgen dat gehele samenleving kan participeren in nieuwe omroeptechnologieën. Evenwichtige en gevarieerde programmering voor een breed publiek en kwaliteit in alle programmasoorten. Bevorderen van regionale informatie.</p> <p>De Italiaanse publieke omroep heeft opdracht tot een volledig programma-aanbod voor een breed publiek.</p>
<b>Financiering PO</b>	<p>Het totale budget voor de RAI bedroeg in 2002 €2.546 miljard. Daarvan is 53% afkomstig van het kijk- en luistergeld. De overige 47 procent is afkomstig uit reclame-inkomsten, sponsoring etc.</p> <p>De hoogte van de kijk- en luistergelden wordt jaarlijks door het Ministerie van Communicatie vastgelegd.</p>
<b>Organisatie en bestuur</b>	<p>De RAI is een naamloze vennootschap waarvan de Italiaanse overheid bijna alle aandelen bezit.</p> <p>De voorzitters van beide kamers van het parlement benoemen de Raad van Bestuur.</p> <p>De regering heeft besloten tot hervorming van de publieke omroep (RAI). In mei 2004 is een nieuwe mediawet aangenomen die moet leiden tot een gefaseerde privatisering van de RAI, voorafgegaan door een reorganisatie van de RAI. De reorganisatie betreft een fusie tussen RAI Spa. en RAI Holding tot de nieuwe organisatie Rai Radio Televisione Italiana Spa.</p> <p>Volgens de nieuwe wet wordt de president van het bestuur van de RAI gekozen uit de negen bestuursleden van de hervormde RAI. De negen bestuursleden zullen als volgt worden benoemd:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 7 door de parlementaire commissie voor media (Commissione di Vigilanza)</li> <li>- 2 door het Ministerie van Economische Zaken.</li> </ul> <p>Ze bekleden hun ambt voor een periode van drie jaar.</p> <p>Sinds 2002 zijn drie presidenten en twee raden van bestuur van de RAI opgestapt. Reden: bemoeienis van de politiek (regering) met redactionele beslissingen en politiek getinte benoemingen van bestuurders van de organisatie.</p>
<b>Programma voorschriften en</b>	<p>In het beheerscontract is een reeks programmacategorieën benoemd die de RAI moet aanbieden, waaronder nieuws, achtergrondinformatie, programma's</p>



<p><b>prestatieafspraken</b> <b>PO</b></p>	<p>over onderwerpen van algemeen maatschappelijk belang, kinder- en jeugdprogramma's, educatieve en culturele programma's, films, sport, programma's over wetenschap en milieu. Met deze programma's moet ten minste 65 procent van de jaarlijkse televisiezendtijd en 80 procent van de zendtijd op het derde net worden gevuld, verspreid over het jaar en ook op <i>prime time</i>.</p> <p>Het contract bevat daarnaast ook verplichtingen met betrekking tot bijvoorbeeld ondertiteling voor doven en slechthorenden, programma's voor Italianen in het buitenland, deelname aan internationale initiatieven.</p>
<p><b>Programma</b> <b>voorschriften en</b> <b>prestatieafspraken</b> <b>CO</b></p>	
<p><b>Productieregelingen</b></p>	<p>Er zijn quota voor Italiaanse en Europese productie, zowel in zendtijd als in geld. Binnen de totale uitzendtijd van de publieke omroep moet minstens 15 procent worden besteed aan Europees product (inclusief uitput van de onafhankelijke producenten).</p> <p>Van de totale inkomsten uit omroepbijdragen moet minimaal 20 procent aan Italiaanse en Europese AV-producten worden besteed, waarvan 40 procent voor films.</p>
<p><b>Publieke verantwoording</b></p>	<p>Publieke verantwoording vindt bij de RAI onder andere plaats door middel van een peiling van de programmakwaliteit van RAI onder representatieve groep kijkers.</p> <p>Tevens wordt de publieke opinie over de programmering gemeten door een observatiecentrum. Het Ministerie van Communicatie stelt een commissie in van vier onbevooroordeelde, professionele deskundigen (twee benoemd door de RAI, twee door een Nationale Gebruikersraad; bijgestaan door een vertegenwoordiger van het Ministerie) die de resultaten van deze metingen beoordeelt.</p>
<p><b>Toezicht</b></p>	<p>Toezicht op de programmatische prestaties van de RAI en naleving van het contract tussen overheid en RAI wordt uitgeoefend door een parlementaire commissie, bestaande uit 40 door het parlement benoemde leden.</p> <p>De RAI moet elk half jaar een rapport uitbrengen aan het ministerie met haar prestaties in termen van (het aandeel van de) uitzenduren besteed aan bepaalde programmacategorieën. Dit rapport wordt vervolgens beoordeeld door de parlementaire commissie.</p> <p>Daarnaast is er een permanent adviesorgaan inzake maatschappelijke programmering dat adviezen uitbrengt aan RAI en het ministerie. RAI en ministerie benoemen elk 12 van de 24 leden.</p> <p>Ook de toezichthouder, <i>De Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni</i> voor media en telecommunicatie heeft bevoegdheden met betrekking tot de publieke omroep. Deze betreffen onder andere toezicht op de naleving van (Europese) voorschriften inzake reclame, bescherming van minderjarigen, evenementenlijst en Europees audiovisueel product. De toezichthouder is tevens verantwoordelijk voor advisering over, ontwikkeling van en</p>

	<p>frequentieverdelingen en -planningen en toezicht op toegang en interconnectie. Ook geeft het vergunningen en etherfrequenties uit voor commerciële omroepen.</p> <p><i>Consiglio nazionale degli utenti</i> is een adviesorgaan op nationaal niveau dat de Autorita, het parlement en de overheid adviseert over klachten van het publiek over de publieke omroep. De Autorità benoemt de leden van het Consiglio (max. 11 leden) en formuleert het reglement.</p>
<p><b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b></p>	<p>Het ontwikkelen van een digitaal aanbod (themakanalen, internetactiviteiten) en het experimenteren met innovatieve technologieën behoort tot de wettelijk vastgelegde taak van de publieke omroep.</p> <p>Januari 2004 is de introductie van DVB-T begonnen. In 2005 moet het bereik van digitale televisie 70 procent zijn. De overheid heeft €120-150 mln. beschikbaar gesteld voor settopboxen (MHP). Switch-off is gepland voor 2007. Naast digitale versies van de bestaande publieke kanalen worden nieuwe kanalen aangeboden: RAI Doc (documentaires) en RAI Utile.</p> <p>De nieuwe dienst 'Video su ADSL' (ADSL streaming) zal in 2005 van start gaan. (Bron: Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, <a href="http://www.agcom.it/provv/rel_digitale_terrestre.htm">www.agcom.it/provv/rel_digitale_terrestre.htm</a>)</p>
<p><b>Actuele issues</b></p>	<p>Sinds mei 2004 is er een nieuwe mediawet (Legge Gasparri). De nieuwe mediawet maakt het de publieke omroep mogelijk om ook in het digitale domein actief te zijn. Tevens zijn bepalingen met betrekking tot cross-ownership versoepeld.</p> <p>Er is veel kritiek geweest op de nieuwe mediawet (onder andere grote publieke protestbijeenkomsten in alle grote steden).</p> <p>De nieuwe mediawet heeft tevens voor een mini-overheids crisis gezorgd. In eerste instantie hebben de coalitiepartners, samen met de oppositie, tegen de wet gestemd. Uiteindelijk is een tweede versie van de wet aangenomen door het parlement. Vervolgens heeft President Carlo Ciampi geweigerd de wet te ondertekenen en heeft hij de wet teruggestuurd en het Parlement gevraagd om een revisie. Dit is niet gebeurd.</p> <p>Ander onderdeel van de nieuwe mediawet is dat de RAI gefaseerd geprivatiseerd gaat worden. Volgens de nieuwe Mediawet wordt slechts één (bij één koper) of twee (bij een consortium van kopers) van het totaal aantal aandelen van de RAI op de markt gebracht.</p> <p>Regels met betrekking tot cross media ownership zijn versoepeld. Politici en bekleeders van een openbaar ambt mogen aandelen bezitten in media-ondernemingen, mits ze dit openbaar bekend maken en geen managementposities bekleden.</p> <p>Door de invoering van deze nieuwe regelgeving staat premier Berlusconi veelvuldig bloot aan kritiek op belangenverstrengeling tussen zijn positie als premier (in die hoedanigheid heeft hij invloed op beslissingen over de RAI) en zijn zakelijke belangen als mede-eigenaar van Mediaset, de grootste eigenaar van commerciële omroepen in Italië en concurrent van de publieke omroep.</p>

	Mededinging – omstreden maatregel om, vanaf 2009, het verbod op cross-media eigendomsrecht op te geven (omstreden met name in verband met de aangekondigde privatisering van de publieke omroep).
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Mediawet van 3 mei 2004 (Legge Gasparri), nr.112 Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonche' delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione. <a href="http://www.parlamento.it/parlam/leggi/eleleemat.htm">www.parlamento.it/parlam/leggi/eleleemat.htm</a></p> <p>Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (toezichtsautoriteit), <a href="http://www.agcom.it">www.agcom.it</a></p> <p>RAI, <a href="http://www.rai.it">www.rai.it</a></p>

## 8 Zweden

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	4,5 mln.
<b>Analoge televisiekanalen</b>	<p>Publiek : 2 Commercieel : 3 (<i>generalistische kanalen, FTA met landelijk bereik</i>)</p> <p>Publiek SVT1 : generalistisch SVT2 : generalistisch</p> <p>11 regionale nieuwsprogramma's Ongeveer 20 lokale toegangsomroepen die gering aantal uren uitzenden, variërend van enkele uren per maand tot enkele uren per dag.</p> <p>Commercieel TV4 (met etherfrequentie, sterk gereguleerd, enige omroep met licentie om reclame te werven) TV3 Kanal 5</p> <p>Daarnaast een reeks thematische (sport, muziek), doelgroep- en betaalzenders met bescheiden marktaandeel.</p> <p>Ongeveer 15 lokale en regionale commerciële stations verbonden aan TV4</p>
<b>Analoge radiozenders</b>	<p>SR beschikt over 4 nationale netten en 26 lokale stations die samen het vierde net P4 vullen.</p> <p>P1: nieuws en informatie P2: cultuur en educatie, klassieke muziek, minderheden P3: jongerenzender met muziek en informatie P4: 26 lokale stations met lokale informatie en programma's voor migranten in verschillende talen (Koerdisch, Somalisch, Kroatisch). Radio Sweden International: wereldomroep Sisuradio: voor Finstaligen</p> <p>Ongeveer 150 lokale en gemeenschapsradiozenders.</p>
Publiek	
Commercieel	<p>Ongeveer 85 commerciële radiostations geclusterd in vier grote netwerken. Licenties voor commerciële radiostations worden verdeeld via een veiling, vergunningen mogen worden doorverkocht. Commerciële radiostations hebben lokaal karakter maar mogen 2/3 van hun zendtijd vullen met aangekochte of gezamenlijk geproduceerde programma's.</p>
<b>Internetactiviteiten PO</b>	Diverse websites verbonden met radio- en televisieprogramma's.
<b>Digitale televisiekanalen</b>	SVT heeft zes digitale televisiekanalen; naast de zenders SVT1, SVT2

<b>PO</b>	(digitale versie van de gelijknamige analoge zenders) zijn dit 24 (nieuwszender), Barnkanalen (kinderzender), SVT Extra (zendt alleen uit bij speciale evenementen) en SVT Europa (bedoeld voor Zweden in rest van Europa, Afrika, Israel en Turkije). Allen worden zowel via digitale ether als satelliet (Canal Digital and Viasat) en kabel (com hem and UPC Sweden) uitgezonden.
<b>Digitale radiozenders PO</b>	De publieke omroep heeft zes DAB kanalen gelanceerd, te weten: SR P3 Star : jongeren SR X : pop & rock SR C : kunst en cultuur SRKlassikt : klassieke muziek SR Sverige : wereldmuziek/multicultureel (beperkt aantal uitzendingen) SR P7, Sisoradio : Finstalig radiostation gericht op Finse minderheid in Zweden Deze zenders zijn, m.u.v. SR P7, uitsluitend digitaal te ontvangen.
<b>Marktaandeelen</b>	2003, gemiddeld kijktijdaandeel per dag, 3+, in %
Televisie	SVT1 : 25,1 SVT2 : 15,0 <i>Totaal publiek</i> : 40,1  TV3 : 10,4 TV4 : 25,1 Kanal 5 : 8,1 Commerciële doelgroep en themazenders : 8,4 Overige : <i>Totaal commercieel</i> : 52,0  Overige : 8,1  Bron: European Audiovisual Observatory / M.M.S./ Eurodata-TV  Radio, 2002, in%  P1 : 11,5 P2 : 1,8 P3 : 10,5 P4 : 36 SR totaal : 51,8
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>	
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	De positie van de publieke omroep is relatief sterk. De publieke omroep wordt vrijwel volledig gefinancierd uit de omroepbijdrage. In Zweden heeft lange tijd een verbod gerust op omroepreclame, mede onder invloed van een krachtige perslobby. Commerciële televisie heeft via satellietuitzendingen vanuit het buitenland (Filmnet en TV3 in 1987) de Zweedse markt betreden. In 1991 werd reclame toegestaan en kreeg TV4 als enige commerciële omroep een vergunning om via de ether uit te zenden in

	<p>ruil voor een aantal programmatische verplichtingen.</p> <p>Het vervullen van een samenbindende functie en verspreiding van cultuur belangrijke elementen in taakopdracht publieke omroep.</p> <p>Lange tijd is bewust interne concurrentie georganiseerd tussen SVT1 en SVT2. Er was geen sprake van netprofilering, beide zenders concurreerden met elkaar om de kijkers, en werden daardoor – in vergelijking tot andere Europese landen - al relatief vroeg gevoelig voor wensen van kijkers. Tegenwoordig is sprake van meer complementariteit doordat SVT2 in 1987 regionaal gestructureerd werd, terwijl SVT1 gecentraliseerd bleef vanuit Stockholm.</p> <p>De radiomarkt is sterk geconcentreerd rond aantal grote commerciële ketens. Eigenaars van zenders mogen formeel slechts één vergunning bezitten, maar samenwerking is wel toegestaan.</p>
<b>Wet</b>	Radio en televisiewet van 19 juni 1996 (Radio och TV-lagen)
<b>Opdracht PO in:</b>	<p>De taakopdracht voor de publieke omroep is verwoord in de mediawet en in de licenties voor SVR, SVT en UR (educatieve omroep). De licenties worden eens in de vier of vijf jaar vernieuwd. Ze bevatten de voorwaarden waaraan de publieke omroepen moeten voldoen. Daarnaast beslist het parlement jaarlijks over de toekenning van de omroepbijdrage aan de publieke omroepen, ook in dit toekenningsdocument worden soms enkele voorwaarden opgenomen. Deze zijn doorgaans van meer organisatorische of financieel-technische aard. De huidige licentie voor SVT loopt af in 2005 (SVT Sändningstillstånd 2002-2005 en SR Sändningstillstånd).</p> <p>Voorafgaand aan de vernieuwing van de licentieperiode onderzoekt een parlementaire commissie de prestaties van de publieke omroep en doet aanbevelingen over de verlenging en inhoud van de nieuwe licenties.</p>
<b>Taakopdracht</b>	De publieke omroep in Zweden heeft als taak het brengen van een volledig programma-aanbod met zowel informatie als amusement. Verder bevat de taakopdracht bepalingen met betrekking tot diversiteit en kwaliteit, Zweedse taal en cultuur, cultuur in het algemeen, aandacht voor kinderen en jongeren, taal- en etnische minderheden.
<b>Financiering PO</b>	<p>SVT en SR worden vrijwel volledig (voor 96 resp. 98 procent) gefinancierd uit de omroepbijdrage. Deze bedroeg m.i.v. 1 januari 2004 €204 per jaar. De opbrengst gaat naar een fonds waaruit behalve SVT en SR ook de producent van educatieve programma's (UR) en de toezichthouder worden betaald. Reclame op de publieke zenders is niet toegestaan. Wel toegestaan, onder strikte voorwaarden, is sponsoring van live evenementen, d.w.z. sponsorvermelding, indien de sponsor een overeenkomst heeft met derden. Dit is onder andere het geval bij de uitzending van sportprogramma's of buitenlandse programma's. SVT beschikte in 2002 over een budget van €111 mln. en SR over €234 mln.</p> <p>De resterende vier respectievelijk twee procent van het budget van SVT en SR zijn afkomstig uit sponsoring, programmaverkoop en technische dienstverlening.</p> <p>Het Parlement bepaalt de hoogte van het kijk- en luistergeld, beslist over de</p>

	hoogte van de uitkering en de verdeling over SVT, SR en UR.
<b>Organisatie en bestuur</b>	<p>De aandelen van Sveriges Radio (SR), Sveriges Television (SVT) en UR (educatieve omroep die programma's levert aan SR en SVT) zijn in handen van een soort stichting. Deze stichting functioneert als een muur tussen overheid en publieke omroep. Het bestuur van stichting (ongeveer 10 leden en een voorzitter) wordt benoemd door de regering, in overleg met het parlement. Na de verkiezingen wordt de ene helft van de leden benoemt, en reflecteert dan de politieke verhoudingen op dat moment. Bij de volgende verkiezingen wordt de andere helft van de bestuursleden benoemd. Op deze manier wordt voorkomen dat het bestuur volledig wordt bepaald door de politieke verhoudingen op een bepaald moment.</p> <p>Dit bestuur benoemt op haar beurt de besturen van de afzonderlijke ondernemingen SVT, SR en UR. In de besturen wordt gestreefd naar een afspiegeling van verschillende professies en domeinen die relevant zijn voor de publieke omroep (journalistiek, culturele sector etc.). De voorzitters de besturen van SVT, SR en UR worden benoemd door de overheid.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	<p>De wet en licenties voor de publieke omroep in Zweden bevatten relatief weinig cijfermatige afspraken, maar wel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• regionale nieuwsuitzendingen, programma's over podiumkunsten en culturele manifestaties en uitzendingen voor taal- of etnische minderheden moeten stijgen of gelijk blijven t.o.v. 2001.</li> <li>• minstens 50% van de zendtijd met nieuwe, oorspronkelijk Zweedse producties moet ondertiteld zijn voor gehoorgestoorden;</li> </ul>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken CO</b>	<p>TV4, de commerciële omroep met etherfrequentie, heeft evenals de publieke omroepen een licentie waarin een aantal verplichtingen is vastgelegd. TV4 betaalt jaarlijks een vast en variabel (op basis van reclame-inkomsten) bedrag aan de regering t.b.v. SVT</p>
<b>Productieregelingen</b>	<p>55 procent van de programma's op SVT1 en SVT2 moet buiten de hoofdstad geproduceerd worden. Het merendeel hiervan komt voor rekening van SVT2 dat diverse regionale productie-eenheden heeft.</p> <p>Verder zijn de Europese regels met betrekking tot Europese en onafhankelijke producties in de wet geïmplementeerd.</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	<p>Publieke verantwoording vindt plaats in de vorm van een jaarlijkse, wettelijk verplichte zelfevaluatie waarin omroepen aangeven in hoeverre hun doelstellingen zijn bereikt. Deze evaluatie wordt aan het parlement gestuurd. De publieke omroepen zijn ook verplicht om een versie van dit document te maken die voor een groot publiek toegankelijk is.</p> <p>Daarnaast organiseren de publieke omroepen op vrijwillige basis ook beoordelingen door groepen uit hun publiek.</p> <p>Het onderwerp publieke verantwoording is op dit moment, afgezien van de discussie over een directere link tussen omroep en de betalers van de omroepbijdrage, geen onderwerp van discussie.</p>
<b>Toezicht</b>	Een externe toezichthouder (Granskningsnämnden för Radio och TV) ziet toe

	<p>op naleving van de licentievoorwaarden en andere de mediawettelijke bepalingen met betrekking tot inhoud (ex post). Er is geen financiële sanctie verbonden aan het niet halen van de doelstellingen.</p> <p>Ook de commerciële omroep TV4 moet jaarlijks rapporteren aan de Broadcasting Commission in hoeverre ze voldoen aan de verplichtingen die voortvloeien uit hun zendmachtiging.</p> <p>De toezichthouder kan aan de hand van klachten nagaan of de omroepen zich houden aan bepalingen van wetten en licenties.</p>
<p><b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b></p>	<p>De publieke omroep wil zijn digitale programma's voor iedereen en overal toegankelijk maken, via alle platforms en zonder kosten voor de gebruiker. Digitalisering moet in de visie van de publieke omroep niet leiden tot commercialisering van het programma-aanbod. De overheid heeft in de licentieovereenkomst een bepaald bedrag gereserveerd voor nieuwe diensten van de publieke omroep. Wel is bepaald dat de omroepbijdrage alleen gebruikt mag worden voor nieuwe diensten die gerelateerd zijn aan de kernactiviteiten van de publieke omroep (traditionele omroep) en die niet ten koste van de kernactiviteiten gaan. Tot de toegestane nieuwe diensten werden onder andere gerekend: digitale kanalen en zenders, internetactiviteiten en tekst televisie.</p> <p>Er is geen debat over de vraag óf de publieke omroep nieuwe diensten mag ontwikkelen, maar wel over de vraag of er beperkingen moeten worden opgelegd aan de hoeveelheid extra kanalen en nieuwe diensten.</p> <p>De publieke omroep heeft de commissie die adviseert over de hernieuwing van de licentie bijvoorbeeld gevraagd zich uit te spreken over de vraag of de publieke omroep geld mag vragen voor gebruik van programma's uit de gedigitaliseerde omroeparchieven.</p> <p>SVT is actief op het terrein van digitale kanalen (zie boven). Zo is er een kinderkanaal, en zendt SVT-Extra belangrijke sport(!)evenementen uit. In het najaar van 2004 starten SVT en UR i.s.m. de onderwijssector een digitaal educatief kanaal (Kunskapskanalen). Naast het digitale etherkanaal biedt UR haar programma's ook (breedband, streaming) via het web aan (Medienbiblioteket).</p> <p>Zweden heeft als eerste Europese land een volledige switch-off aangekondigd van analoge etheruitzendingen in februari 2008. SVT zendt haar televisiekanalen onversleuteld uit via digitale ether. Kijkers hoeven alleen een digitale settop box te hebben, geen kaart of abonnement.</p> <p>De overheid heeft de publieke omroep een lening gegeven voor de periode van simultane analoge en digitale uitzending. Het is de bedoeling dat deze lening na verloop van tijd wordt terugbetaald uit de omroepbijdrage.</p> <p>Invoering van DAB wordt eveneens gestimuleerd, maar een parlementaire commissie heeft onlangs (in 2004) besloten hiervoor geen einddatum vast te stellen.</p> <p>Steeds meer uitzendingen worden in wide screen en Dolby uitgezonden.</p>
<p><b>Actuele issues</b></p>	<p>In het kader van de herziening van de vergunning voor de publieke omroepen</p>



	<p>werkt een onafhankelijke commissie – in overleg met een parlementaire commissie – aan een voorstel om de omroepbijdrage rechtstreeks over te maken op een rekening van de omroep, i.p.v. indirect via een daarvoor bestemde aparte rekening van de staat. Op die manier zou de omroep meer of afstand komen van de overheid. Tegelijkertijd zou dit bij de publieke omroep moeten leiden tot een bewustzijn van het belang om zich te verantwoorden ten opzichte van het publiek. De omroep voelt op die manier rechtstreeks de gevolgen van huishoudens die de omroepbijdrage niet betalen.</p> <p>Er is een discussie over de vraag of de huidige must-carry bepalingen in het digitale tijdperk moeten worden gehandhaafd, c.q. uitgebreid voor de publieke omroepen, inclusief al hun extra thematische kanalen, evenals voor de private omroep TV4 met publieke taken. Een besluit hierover is gepland voor het eind van 2004.</p>
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Swedish Radio and Television Act  <a href="http://www.rtvv.se/english/pdf/rtvact.pdf">www.rtvv.se/english/pdf/rtvact.pdf</a></p> <p>Informatie over medialandschap op website van de toezichthouder:  <a href="http://www.rtvv.se/english/index.htm">www.rtvv.se/english/index.htm</a></p> <p><a href="http://www.grn.se/grn_index.asp">www.grn.se/grn_index.asp</a></p> <p>Informatie over medialandschap in Scandinavische landen van  <a href="http://www.nordicom.gu.se/">http://www.nordicom.gu.se/</a></p> <p>Jutterström, Christina (directeur SVT), Lisa Söderberg (directeur SR) en Christina Björk (directeur UR) (2003). Public service broadcasting in Sweden takes up the digital challenge. In: <i>Diffusion online</i>, nr. 44 2003. EBU-UER.</p>

## 9 Nieuw Zeeland

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	Aantal tv huishoudens: 1.2 mln. <sup>16</sup>
<b>Analoge televisiekanalen</b>	<p>Publiek : 2 Commercieel : 3 (<i>generalistische kanalen, FTA met landelijk bereik</i>)</p> <p><i>Publiek</i></p> <p>TV One (Television New Zealand) Primair gericht op een ouder publiek, met een breed programma-aanbod: nieuws &amp; <i>current affairs</i> en sport. Daarnaast ook een breed aanbod entertainment, zoals <i>Coronation Street</i>, documentaires, drama and comedy.</p> <p>TV2 (Television New Zealand). Primair gericht op jongeren en familie/gezinnen ('<i>young and young at heart</i>') in de vorm van entertainment zoals comedies, drama, films and lokale programma's.</p> <p><i>Commercieel</i></p> <p>TV3 (Network Services, CanWest Global Communications Corporation) Programma-aanbod is gericht op leeftijdsgroep 18-49: mix van internationale 'top'-programma's (series, shows, en films) met Nieuw-Zeelandse producties. Sterke band met Fox en CBS als leveranciers van programma's.</p> <p>C4 (zie TV3) Muziekzender</p> <p>Prime Television New Zealand Een mix van entertainment, lifestyle, drama and comedy (klassieke series), met name uit Australië and de VS</p> <p>Sky Network Television (betaal-TV) Sky biedt tientallen (nationale en internationale) TV-zenders</p>
<b>Analoge radiozenders</b>	<p><i>Publiek</i></p> <p>National Radio (Radio New Zealand) : Nieuws en kunst Concert FM (Radio New Zealand) : Klassieke muziek en jazz AM Network (Radio New Zealand) : Bedoeld voor sessies van het parlement, maar wordt momenteel geleased aan een private christelijke zender.</p> <p><i>Commercieel</i></p> <p>meer dan 50, vele hebben een regionale/lokale oriëntatie</p>
<b>Internetactiviteiten PO</b>	Uitgebreide websites rond televisiekanalen van TVNZ en radiozenders van RNZ, inclusief programmagids.

<sup>16</sup> A.C. Nielson, New Zealand

<b>Digitale televisiekanalen PO</b>	Pilots in Auckland met set-top boxen voor ontvangst van digitale uitzendingen via DTT. Tussen TV-zenders en het Ministerie van Economische Zaken is nog geen overeenstemming/akkoord over de frequentieverdeling. Alliantie met Intelsat voor digitale uitzendingen via satelliet bleek geen commercieel succes en wordt eind 2004 beëindigd. De uitrol van digitale televisie betreft vooralsnog het uitzenden van de gangbare nationale free-to-air zenders. Ontwikkeling van nieuwe digitale diensten heeft geen prioriteit.
<b>Digitale radiozenders PO</b>	Beluisterbaar via het Sky Digital Network, en via satelliet. Geen free-to-air digitale uitzendingen.
<b>Marktaandelen</b> TV       Radio	<p>TV One : 42% (free to air audience share)<sup>17</sup>  TV2 : 28% (free to air audience share)<sup>18</sup></p> <p>TV3 : claimt op haar eigen website een marktaandeel van 25%.  C4 : Onbekend  Prime Television New Zealand : Onbekend  Sky Network Television : ruim half miljoen leden</p> <p>n.b.</p>
<b>Organisatie en regelgeving publieke omroep</b>	
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>In 1988 is het systeem van publieke omroep in Nieuw Zeeland drastisch hervormd. Er ontstaan twee organisaties: Radio New Zealand (RNZ) en Television New Zealand (TVNZ). Beide zijn staatsbedrijven zonder publieke opdracht. RNZ blijft commercie-vrij, terwijl TVNZ geheel wordt gefinancierd uit reclame-inkomsten en de opdracht krijgt om winst te maken, bestemd voor de staatskas. Voor financiering van bepaalde soorten 'bedreigde' producties wordt een fonds opgericht: New Zealand On Air. NZ On Air stimuleert met name nationale producties (vooral lichte reportageseries en kwaliteitssoaps). Verdeling van de middelen is op basis van concurrentie tussen publieke en commerciële partijen. De verregaande liberalisering van de televisie en radiomarkt resulteert gedurende de jaren '90 in een vershraling van het aanbod. Beide staatsbedrijven krijgen weer een expliciete publieke taak in de vorm van een charter (RNZ in 1995, TVNZ in 2003). TVNZ blijft voor het grootste gedeelte aangewezen op inkomsten uit reclame. RNZ blijft volledig gefinancierd via NZ On Air. Het aandeel nationale producties neemt sterk toe. Discussies over NZ On Air gaan door. Belangrijkste issues zijn: 1) NZ On Air kan niet voorkomen dat zenders bepaalde programma's weigeren te produceren dan wel uit te zenden op 'inhospitable hours', 2) NZ On Air subsidieert private buitenlandse bedrijven (het Canadese CanWest bezit TV 3 en TV 4), en 3) NZ On Air vult het concept 'public broadcasting' minimalistisch in (stimuleert niet een 'ethos' met brede uitstraling ook op het vlak van kwaliteit)</p>

<sup>17</sup> Bron: Minister of Broadcasting, Discussion document on Digital Television, december 2001

<sup>18</sup> Bron: Minister of Broadcasting, Discussion document on Digital Television, december 2001

<b>Wet</b>	Met de Broadcasting Act (1988) ontstaan TVNZ en RNZ. TVNZ ontvangt geen directe financiering vanuit de staat, maar leunt op commerciële activiteiten. Tegelijkertijd wordt NZ On Air opgericht, een fonds dat ‘bedreigde producties’ stimuleert. Publieke zenders moeten concurreren met commerciële zenders. Voor RNZ geldt dat niet. In 1995 gaat de RNZ Act in werking. RNZ krijgt een specifieke publieke opdracht. In 2003 krijgt TVNZ met de TVNZ Act ook een charter uit te voeren.
<b>Opdracht PO in:</b>	Centrale notie in de charters TVNZ en RNZ: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Bieden van programma’s met informatie, vermaak en educatie, met aandacht voor specifieke groepen</li> <li>– Balans tussen belangen van de massa en minderheden</li> </ul>
<b>Taakopdracht</b> <i>Wettelijke omschrijving</i> <i>Aanvullend of volledig</i> <i>programma-aanbod?</i>	TVNZ en RNZ krijgen via het charter de taak om een volledig programma-aanbod te bieden, met speciale aandacht voor Nieuw-Zeelandse cultuur, en aandacht voor Maori cultuur.
<b>Financiering PO</b>	De staat financiert TV On Air. RNZ wordt volledig gefinancierd door NZ On Air (30 procent van het budget van NZ On Air). RNZ zendt uit zonder advertenties. Inkomsten van TVNZ komen primair uit advertenties (in 2004 was dat zo’n 70%: \$335 miljoen per jaar). Daarnaast ontvangen zij subsidie via NZ On Air (in concurrentie met andere zenders) voor productie van programma’s. NZ On Air wordt gefinancierd vanuit het ministerie van Economische zaken (ongeveer \$90 miljoen per jaar). NZ On Air verdeelde in 2002-2003 ongeveer \$60 miljoen aan TV, en \$25 miljoen aan radio. <p>NZ On Air verdeelt haar middelen als volgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 65 procent televisie, 30 procent radio.</li> <li>– Televisie: 30 procent drama, 20 procent special interest (kunst, cultuur, minderheden), 19 procent kinderen en jongeren, 14 procent documentaires, 9 procent kinder drama, 7 procent comedy.</li> </ul>
<b>Organisatie en bestuur</b>	NZTV en RNZ zijn beide volledig eigendom van de staat (‘Crown Institutes’).
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	Geen echte prestatieafspraken anders dan algemene eisen zoals: <ul style="list-style-type: none"> <li>– voorzien in nieuws en ‘current affairs’ op nationaal en internationaal niveau</li> <li>– stimuleren van ‘critical thought’ t.b.v. democratische participatie</li> <li>– programma’s rondom Maori-cultuur en taal</li> <li>– programma’s ter stimulering van nationale identiteit Nieuw-Zeeland: geschiedenis, natuur, multiculturele aspecten, regio’s (als deel van de natie), etc.</li> <li>– programma’s gericht op kinderen en jongeren</li> <li>– aandacht voor sport en andere ontspanning</li> </ul>
<b>Programma voorschriften en</b>	

<b>prestatieafspraken CO</b>	
<b>Productieregelingen</b>	<p>Subsidies van NZ On Air (de enige vorm van overheidsfinanciering t.b.v. de publieke omroep) zijn bedoeld ter stimulering van nationale productie.</p> <p>Er zijn afspraken over het aandeel lokale content per zender: TV One (50 procent), TV2 (17 procent), en TV3 (20 procent) (juni 2003). Het gaat om het aandeel ‘at risk’ genres.</p>
<b>Publieke verantwoording</b>	TVNZ en RNZ publiceren jaarlijks verslagen waarin zeer gedetailleerd verslag wordt gedaan van inhoudelijke en financiële resultaten.
<b>Toezicht</b>	<p>De Broadcasting Act uit 1989 gaf de Broadcasting Standards Authority de opdracht toezicht te houden op de kwaliteit van televisie en radio-uitzendingen. ‘Statutaire vereisten’ voor publieke televisie en radio hebben onder andere betrekking op goede smaak en fatsoen, privacy, en aandacht het schenken van aandacht aan controversiële issues met een publiek belang, met aandacht voor verschillende perspectieven. Daarnaast moeten publieke omroepen zich houden aan een code of practice met betrekking tot onder andere bescherming van kinderen, geweld, alcohol en bescherming van groepen en individuen tegen negatieve representatie op basis van van personen en groepen op negatieve representatie op basis van sekse, ras, leeftijd, handicap, of beroep, culturele, politieke en religieuze uitingen en overtuigingen. Voor commerciële televisie en radio gelden enigszins andere codes.</p>
<b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b>	<p>TVNZ ontwikkelt haar nieuwe rol als <i>public service provider</i>. Met name haar recent opnieuw gedefinieerde rol in het bedienen van het grote publiek in combinatie met voldoende aandacht voor minderheidsgroepen en nationale cultuur vereist herijking van haar beleid. Uitzendingen rondom Maori cultuur staan in de aandacht. TVNZ is begonnen met de ontwikkeling van een derde publieke televisiekanaal.</p>
<b>Actuele issues</b>	Charter TVNZ (2003)
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p>Discussion Document on Digital Television - Radio Spectrum and Broadcasting Policy Group, Resources and Networks Branch, Ministry of Economic Development</p> <p>NZ On Air – A Guide for Teachers and Students (<a href="http://www.nzonair.govt.nz/study_guide.php">www.nzonair.govt.nz/study_guide.php</a>)</p> <p>Paul Norris (2004). <i>Reshaping Public Broadcasting: the New Zealand Experience 1988-2003</i>, January 2004. (<a href="http://www.ippr.org.uk/research/files/team25/project61/NorrisNZ2.PDF">www.ippr.org.uk/research/files/team25/project61/NorrisNZ2.PDF</a>)</p> <p>Gordon Harcourt (2002). <i>Public Broadcasting – the Tasmanian Tiger of New Zealand</i>, In: ABCzINE, winter 2000, p18-20. (<a href="http://friendsoftheabc.org/Public%20Broadcasting%20in%20New%20Zealand">friendsoftheabc.org/Public%20Broadcasting%20in%20New%20Zealand</a>)</p>

	<p><a href="#">d.pdf</a>)</p> <p>May Debrett – <i>Branding Documentary: New Zealand’s minimalist solution to cultural subsidy</i>. In: <i>Media, Culture &amp; Society</i>, vol 26(1) p 5-23, 2004.</p> <p>NZ On Air (2002). <i>Briefing Notes for Hon. Steve Maharey, Minister of Broadcasting</i>, august 2002.</p> <p>Charters TVNZ en RNZ</p> <p>Diverse websites: TVNZ (<a href="http://www.tvnz.co.nz">www.tvnz.co.nz</a>); RNZ (<a href="http://www.rnz.co.nz">www.rnz.co.nz</a>); NZ On Air (<a href="http://www.nzonair.govt.nz">www.nzonair.govt.nz</a>); BSA (<a href="http://www.bsa.govt.nz">www.bsa.govt.nz</a>)</p>
--	--

## 10 Verenigde Staten

<b>Omroeplandschap</b>	
<b>Aantal tv huishoudens</b>	109.6 mln. <sup>19</sup>
<b>Analoge televisiekanalen</b>	
<i>Publiek</i>	<p>Publieke zenders: 1+5</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Public Broadcasting Service (PBS). Zij beheert een netwerk van 349 publieke televisiekanalen.</li> <li>• 5 religieuze netwerken.</li> </ul>
<i>Commercieel</i>	<p>Commerciële zenders: 7+4</p> <p>American Broadcasting Company (ABC)  National Broadcasting Company (NBC)  CBS (Columbia Broadcasting System)  Fox Broadcasting Company (Fox)  PAX Network (PAX)  The WB Television Network (WB)  UPN (Paramount Television Service and United Paramount Network)</p> <p>Non-english:  Azteca America (AZT) (Spanish language network)  TeleFutura (TFT) (Spanish language network)  Telemundo (TDO) (Spanish language network)  Univision (UVN) (Spanish language network)</p> <p>Elk van deze netwerken heeft honderden lokale zenders. Er zijn ongeveer 1700 televisiekanalen in de VS. Daarvan behoren er 349 tot PBS, de rest (1351) behoort niet tot de publieke omroep.</p>
<b>Analoge radiozenders</b>	
<i>Publiek</i>	<p>Er zijn 1.460 publieke radiostations in the VS. De meeste worden beheerd door universiteiten voor educatieve doeleinden en worden gefinancierd door publieke en/of private fondsen, en lidmaatschapsgelden.</p>
<i>Commercieel</i>	<p>4.770 AM and 6.217 FM radiostations (september 2004)</p> <p>Bron: <a href="http://www.fcc.gov/mb/audio/totals/bt040930.html">www.fcc.gov/mb/audio/totals/bt040930.html</a></p>
<b>Internetactiviteiten PO</b>	<p>PBS biedt een uitgebreide website PBS.org (meer dan 150.000 pagina's) en is volgens eigen zeggen de meest bezochte dot-org website ter wereld. De website bevat aparte pagina's voor meer dan 1.000 televisieprogramma's en specials, en real-time interactieve 'leeravonturen'. Informatie is onder meer geordend volgens enkele generieke thema's. De website biedt niet alleen informatie over de</p>

<sup>19</sup> Nielsen Media Research ([http://www.nielsenmedia.com/newsreleases/2004/04-05\\_natl-UE.htm](http://www.nielsenmedia.com/newsreleases/2004/04-05_natl-UE.htm))

	programma's en zendschema's, maar ook uitgebreide achtergrondinformatie over actuele maatschappelijke thema's zoals de Irak oorlog.
<b>Digitale televisiekanalen PO</b>	In oktober 2004 verzorgden 292 lokale PBS zenders digitale uitzendingen. <sup>20</sup>
<b>Digitale radiozenders PO</b>	
<b>Marktaandelen</b> TV	Televisiegebruik VS <sup>21</sup> : Commerciële TV : 86% Niet – commerciële TV : 2% Overig (payTV, video,gaming) : 12%
Radio	PBS stelt op haar website dat in oktober 2002 zo'n 70% van de huishoudens met televisie, naar PBS heeft gekeken, het zou gaan om 7.5 uur per maand.  n.b.
<b>Karakteristieke kenmerken positie publieke omroep</b>	<p>De publieke omroep heeft geen prominente rol in het Amerikaanse medialandschap en er is geen overheidsbeleid gericht op een sterke publieke omroep, noch financiering daarvan.</p> <p>Publieke televisiekanalen zijn onafhankelijk en dienen gemeenschapsdoelen. Van oorsprong heeft PBS een educatieve doelstelling. Nog steeds is educatie het centrale doel. De United States Code (Section 396 of Title 47) stelt: (1) het is in het publieke belang dat de groei van publieke radio en televisie wordt gestimuleerd, inclusief het gebruik hiervan voor educatieve en culturele doeleinden; (3) uitbreiding en ontwikkeling van publieke media en diversiteit in programmering geschieden op basis van vrijheid, verbeelding, en initiatieven op lokaal en nationaal niveau; (5) publieke media vergroten het algemeen welzijn en dienen de belangen mensen, zowel op lokaal als op nationaal niveau. Ze drukken diversiteit en excellentie uit en vormen een bonr van alternatieve communicatiediensten voor alle burgers.</p> <p>Het televisiepakket van PBS bevat vrijwel geen populaire sitcoms, soaps of spelletjes, maar bestaat vooral uit informatieve programma's, opera's en concerten, toneelstukken, kwaliteitsfilms en documentaires, en Sesame Street, het meest bekende kinderprogramma.</p> <p>Public radio is een combinatie van informatieve programma's en meer of minder klassieke muziek. Periodiek zijn er fundraising drives waarin luisteraars worden aangespoord om lid te worden (of te blijven).</p>

<sup>20</sup> website PBS (www.pbs.org)

<sup>21</sup> Stipp, H. (2003). Entwicklung digitaler Fernsehetechniken in den USA. *Media Perspektiven* 03/10: p.470-476.



<b>Wet</b>	<p>Omroep wordt grotendeels aan de markt overgelaten. De Verenigde Staten kennen dan ook geen uitgebreid wettelijk kader voor publieke omroep. De belangrijkste wetten die (mede) betrekking hebben op omroep zijn de First Amendment en de Communications Act die beiden vrijheid van meningsuiting garanderen en censuur verbieden. De inhoud van programma's valt volledig onder verantwoordelijkheid van de omroepen zelf. Daarnaast bevat de wet regels omtrent het verlenen van vergunningen aan omroepen, 'indecent programming', reclame in programma's voor kinderen en over programma's van/over politieke kandidaten. Deze regels gelden voor zowel publieke als commerciële zenders. Free-to-air etheromroepen zijn strenger gereguleerd dan kabelstations die consumenten alleen kunnen ontvangen als ze zich abonneren. De FCC ziet toe op naleving van de regels.</p> <p>Daarnaast zijn er enkele wetten die betrekking hebben op de financiering van publieke omroep.</p> <p>Educational Television Facilities Act (ETFFA) uit 1962. Deze wet maakte het mogelijk dat op een matching-basis fondsen werden vrijgemaakt voor het opzetten van faciliteiten voor niet-commerciële educatieve uitzendingen.</p> <p>1965 - Public Broadcasting Act (PBA): structureel systeem van federale ondersteuning. Er werd een aantal bepalingen opgenomen met voor sommigen het doel de bemoeienis van de overheid zoveel mogelijk te beperken en voor anderen deze controle juist te versterken. Als belangrijkste instelling kent de PBA 1967 de Corporation for Public Broadcasting (CPB). Dit is niet een overheidsorgaan, maar een private onderneming die tot taak heeft het verwerven en beheren van de middelen die de niet-commerciële omroep ter beschikking staan. Ze moet van haar activiteiten aan het Congres verantwoording afleggen. Gedurende de jaren 90 had het CPB zo'n \$300 miljoen (USD) per jaar te verdelen.</p> <p>CPB maakt zelf geen programma's. Deze activiteit wordt, behalve door de individuele radio- en televisiestations, verricht door de Public Broadcasting Service (PBS) voor televisie- en door National Public Radio (NPR) voor radioprogramma's. PBS heeft weten te bedingen dat ongeveer tweederde van het budget van de CPB zonder beperkende voorwaarden als Community Service Grants ter beschikking wordt gesteld.</p> <p>PBS produceert zelf geen programma's maar koopt ze in van uiteenlopende producenten, o.a. haar eigen lokale zenders.</p>
<b>Opdracht PO in:</b>	
<b>Taakopdracht</b> <i>Wettelijke omschrijving</i> <i>Aanvullend of volledig</i> <i>programma-aanbod?</i>	Aanvullend, met name educatief.

<b>Financiering PO</b>	<p>In feite bestaat de publieke omroep in de VS uit twee nationale, overkoepelende organisaties: PBS en NPR. NPR wordt volledig gefinancierd door CPB.</p> <p>Belangrijkste inkomstenbron voor US publieke televisie zijn donaties van individuele kijkers (member fees). Daarnaast ontvangt PBS geld van de federale overheid via de <a href="#">Corporation for Public Broadcasting</a> (CPB). Door PBS-gedistribueerde programma's kunnen worden gesponsord door commerciële en non-profit groepen. Sommige lokale stations ontvangen geld van state governments, colleges en universiteiten.</p> <p>PBS ontvangt in afnemende mate financiering van de nationale overheid en in toenemende mate van vrijwillige bijdragen van luisteraars, van sponsors ('dit programma werd mede mogelijk gemaakt door'), en donaties van welwillende zakenlieden.</p> <p>Leading sources of revenue: members (23.5%); state governments (18.3%); CPB and federal grants/contracts (16.4%); businesses (16.1%); state colleges and universities (6.5%); and foundations (5.5%). (bron: <a href="http://www.cpb.org">www.cpb.org</a>)</p> <p>Gezien het beperkte budget zijn de omroepstations genoopt en hebben ook het recht andere geldbronnen aan te boren (m.u.v. reclame voor commerciële doeleinden). Voor een deel zijn deze eveneens bij de overheid te vinden, maar dan op statelijk of lokaal niveau. Een ander deel is afkomstig van kijkers en luisteraars (als leden die een paar tientjes of soms veel meer bijdragen) en bedrijven (die als sponsor optreden). De afhankelijkheid van de federale steun is dan ook betrekkelijk gering: aan de inkomstzijde van de jaarrekening van een gemiddeld radiostation bijvoorbeeld wordt maar voor 5 tot 15 procent door geld uit Washington bijgedragen.</p>
<b>Organisatie en bestuur</b>	<p>PBS is een niet winstgevend netwerk met 349 leden-zenders door heel de VS. Deze lokale zenders worden gerund door diverse maatschappelijke organisaties, universiteiten/hogescholen, of door lokale overheden.</p>
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken PO</b>	
<b>Programma voorschriften en prestatieafspraken CO</b>	<p>Omroepen hebben geen inhoudelijke, programmatische verplichtingen. Een vergunning wordt verleend wanneer de omroep 'het algemeen belang dient' en oog heeft voor behoeften van de gemeenschap. Deze algemene voorwaarde is echter niet gespecificeerd. Verder gelden alleen technische (non-interferentie etc.) en juridische eisen. De enige verplichting die (free-to-air, ether)omroepen hebben, is het uitzenden van een x-aantal uren kinderprogramma's.</p> <p>Verder golden tot midden jaren negentig een aantal indirecte maatregelen om diversiteit in programmaproductie te bewerkstelligen: de Fin-Syn en PTAR regels (zie volgende blok). Daarnaast zijn er beperkingen van eigendom (van televisie en radiozenders) om</p>

	concentratievorming te voorkomen.
<b>Productieregelingen</b>	<p>Er zijn lange tijd twee regels van kracht geweest die beoogden om diversiteit en concurrentie te bevorderen op de markt voor televisieprogrammavoorproductie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fin-syn rules (financial interest and syndication rules): geïntroduceerd in 1970 en inmiddels afgeschaft (1995). Poging om diversiteit te stimuleren door network's te beperken in programmasyndicatie en eïngedom..</li> <li>- PTAR rule: Prime Time Access Rules, deze regel verbood tv kanalen uit de top 50 van de markt, die geaffilieerd zijn met ABC, NBC of CBS om meer dan 3 uur network programma's in de prime-time slots (4 uur) uit te zenden. Ook dit moest de aan de grote netwerken geaffilieerde stations stimuleren andere bronnen voor hun prime-time programmering te zoeken, met name lokale producenten. De regel is in 1996, onder druk van de networks, afgeschaft.</li> </ul>
<b>Publieke verantwoording</b>	De toezichthouder voor de (tele)communicatiesector FCC monitort niet de inhoud van programma's. Zij stelt omroepen verplicht om informatie over hun bedrijf en programmering publiek toegankelijk te maken waardoor kijkers en luisteraars zelf actie kunnen ondernemen wanneer zij klachten hebben over de inhoud van programma's.
<b>Toezicht</b>	De Federal Communications Commission (FCC) is de centrale toezichthouder in o.a. het omroeplandschap in de VS. De FCC heeft een apart bureau voor massamedia: The Mass Media Bureau.
<b>Toekomstvisie en nieuwe diensten</b>	Momenteel verzorgen 292 PBS leden regelmatig uitzendingen in HDTV. PBS is hiermee een van de voorlopers in de VS.
<b>Actuele issues</b>	Amerikaanse televisie en radiostations gaan momenteel over op digitale verzending (DTV). Die overgang wordt aangegrepen om te discussiëren over de sociale meerwaarde van omroepen in het algemeen. In de wet is geregeld dat broadcasters in ruil voor gratis gebruik van ruimte in de ether, het publiek moeten dienen. Een alliantie van organisaties (Public Interest, Public Airwaves Coalition) probeert de FCC te bewegen de commerciële zenders op te dragen om zich meer 'publiek' te gaan gedragen
<b>Documenten en bronnen</b>	
	<p><a href="http://www.usinfo.pl/aboutusa/media/tv.htm">www.usinfo.pl/aboutusa/media/tv.htm</a></p> <p><a href="http://nl.wikipedia.org/wiki/Publieke_omroep">nl.wikipedia.org/wiki/Publieke_omroep</a></p> <p><a href="http://www.cram.nl/ieni/930103.htm">www.cram.nl/ieni/930103.htm</a></p> <p><a href="http://www.usatoday.com/money/media/2004-01-28-multicast_x.htm">www.usatoday.com/money/media/2004-01-28-multicast_x.htm</a></p> <p>FCC Strategic Plan 2003-2008 (<a href="http://www.fcc.gov">www.fcc.gov</a>)</p> <p>FCC. (1999). <i>The Public and Broadcasting</i> Washington: The Mass</p>

	<p>Media Bureau, FCC.. <a href="http://www.fcc.gov/Bureaus/Mass_Media/Factsheets/pubbbroad.pdf">www.fcc.gov/Bureaus/Mass_Media/Factsheets/pubbbroad.pdf</a></p> <p>Benton Foundation (<a href="http://www.benton.org">www.benton.org</a>) – issue Public Interest Obligations of Digital Television Broadcasters.</p> <p>U.S. State Department <a href="#">IIP publications</a></p>
--	---

## 11 Bronnen

*Dit overzicht bevat een selectie van recente (vanaf 2000) vergelijkende studies, databases en rapporten van Europese instanties. De voor de afzonderlijke landen geraadpleegde bronnen (websites van publieke omroepen, wetsteksten en beleidsdocumenten van de overheid en regulators) staan vermeld in de landenstudies in hoofdstuk 4.*

ACT, AER, EPC (March 2004). *Safeguarding the Future of the European Audiovisual Market. A White Paper on the financing and regulation of publicly funded broadcasters.*

Betzel, M. en D. Ward. (2004). The regulation of public service broadcasters in Western Europe. *Trends in Communication* 12 (1), 47-62.

Betzel, M. (2003). *Programme performance of public service broadcasting and its mission in the digital age. A survey for the 17th EPRA meeting: Naples, Italy, 8-9 May 2003*, Commissariaat voor de Media, Hilversum.

Coppens, Tomas (2004). *Toekomstperspectieven en bedreigingen voor de Europese publieke omroepen*. Universiteit Gent.

Vooraf: H6 financiering en H4 doelstellingen en taakopdracht PO

European Audiovisual Observatory

Database (tegen betaling van abonnement toegankelijk) bevat onder andere informatie over omvang budgetten publieke omroepen.

EBU (2003). *Media with a purpose: public service broadcasting in the digital era*. Digital Strategy Group of the EBU.

EBU (2004). *The key role of public service broadcasting in European society in the 21st century*. EBU contribution to conference in Amsterdam, 1-3 Sept. 2004.

Euromedia Research Group, (1997, second edition 1999). *The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook*. London, Thousand Oaks, New Dehli. Sage Publications.

Informatie in sommige gevallen enigszins verouderd, maar wel handig voor globaal overzicht en inzicht in historische achtergrond van medialandschap in verschillende Europese landen.

European Institute for the Media (2002). *A Comparative Analysis of Television Programming Regulation in Seven European Countries: A Benchmark Study*. A report commissioned by the NOS.

Inventarisatie van regelgevend kader met betrekking tot programmaproductie en programma-inhoud, inclusief de procedures voor monitoring, verantwoording en controle van opgelegde verplichtingen in Duitsland, Denemarken, Frankrijk, Groot-Brittannië, Noorwegen, België en Nederland.

Jakubowicz, K. (april 2004). Another threat to public service. *Intermedia*, pp. 2-23.

Sterk pleidooi voor een brede publieke omroep, ook actief in het digitale domein en tegen privatiseringstendensen in aantal West-Europese landen. Onder andere ingegeven vanuit het sterk gevoelde belang van de publieke omroep voor de democratie van de uit een voormalig communistisch land (Polen) afkomstige auteur.

Leonardi, D.A. (April 2004). *Self-regulation and the broadcast media: availability of mechanisms for self-regulation in the broadcasting sector in countries of the EU*.

[www.selfregulation.info/iapcoda/0405-broadcast-report-dl.htm](http://www.selfregulation.info/iapcoda/0405-broadcast-report-dl.htm)

geraadpleegd op 8 oktober 2004

Bevat informatie over (zelf)regulering van publieke en commerciële omroepen en verdeling daarvan over verschillende autoriteiten; overheid onafhankelijke toezichthouders en toezichthoudende organen binnen de (publieke) omroep. Niet erg volledig maar wel handig voor informatie over samenstelling en benoeming van raden van bestuur, programmaraden etc. in Duitsland, Oostenrijk, Denemarken en Groot-Brittannië. Accent op regulering van content (d.w.z.: geen mededinging, staatssteun etc).

Leurdijk, A. (2004). In search of common ground; strategies of multicultural television producers in Europe. Article under review.

Media Compact, jaargang 2003 en 2004.

Nordahl Svendsen, Erik (2002). *The Regulation of Public Service Broadcasting, an EPRA Inquiry*. [www.epra.org/content/english/index2.html](http://www.epra.org/content/english/index2.html)

Paper van de voorzitter van de Deense toezichthouder voor radio en tv voor de plenary session tijdens de 16th EPRA meeting in Ljubljana, 24-25 Oktober 2002. Bevat een overzicht van het systeem van regulering van publieke en commerciële omroepen in 34 Europese landen met betrekking tot reclame, minderjarigen, discriminatie, programmaquota en algemene taakopdracht voor de publiek omroep. Het paper gaat niet in op de inhoud van de regulering maar op het systeem; d.w.z. welke instantie verricht het toezicht, waar is de taakopdracht van de publieke omroep juridisch vastgelegd, etc.. Het paper geeft uiteindelijk een score op een continuüm van autonomie naar strenge regulering en presenteert twee type modellen voor regulering. Handig om mate van regulering tussen landen te vergelijken, maar geeft verder weinig inzicht in inhoud en praktijk van regulering.

NZ on Air. *The Future of Public Broadcasting. The Experience in 6 Countries. November 2003. Issued by New Zealand Government*.

Vergelijkende studie naar Australië, Canada, Finland, Ierland, Singapore en Groot-Brittannië. Vooral handig voor overzicht van discussies en beleid met betrekking tot de publieke omroep in landen buiten Europa. M.b.t. Europese landen voegt het rapport niet veel toe aan studies van EIM en Coppens.

*Omroep in de pers/weekeditie*. Hilversum. publieke omroep, documentatie en bibliotheek.

Vanaf mei 2004 doorgenomen voor informatie over actuele issues. Bevat voornamelijk informatie over Groot-Brittannië, België en Duitsland. Minder over Scandinavische en Zuid-Europese landen.

SCP, *Achter de Schermen, een kwart eeuw lezen, lusiteren, kijken en internetten* (2004).

Vooraf hoofdstuk 7 De Nederlandse situatie in internationaal perspectief, pp. 136-160.

Ward, David, A Mapping study of media concentration and ownership in ten European countries, Commissariaat voor de Media, Hilversum, 2004.

Parlement van de Raad van Europa. 12 Januari 2004. *Public Service Broadcasting*, doc. 10029+

Wiedeman, V. (2004).

Europeesrechterlijke, juridische beschouwing van Europese discussie over omvang en reikwijdte van activiteiten van publieke omroepen op het terrein van nieuwe digitale diensten.

Er is gesproken met:

Filippa Arvas Olsson (Kulturdepartementet, Enheten för mediefrågor), Zweden

Roland Husson (hoofd van de afdeling publieke omroep bij de Direction du développement des médias)

Frédéric Deroin (plaatsvervangend hoofd van the afdeling voor internationale en Europese zaken bij de Services du Premier ministre, Direction du Développement des Médias), Frankrijk;

Elke van Soom (beleidsmedewerker VRT Vlaanderen)

Dr. Kathrin Hahne (bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien) Duitsland.