

Brassersplein 2
Postbus 5050
2600 GB Delft

www.tno.nl

T 015 285 70 00
F 015 285 70 57
info@telecom.tno.nl

TNO-rapport

**Overheidsbeleid publieke omroepen en nieuwe
diensten in vijf Europese landen**

Datum	april 2005
Auteur(s)	Andra Leurdijk
Exemplaarnummer	33578
Oplage	
Aantal pagina's	27
Aantal bijlagen	

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 onderzoeksopdrachten 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.

© 2005 TNO

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	3
2	Typering nieuwe diensten publieke omroepen.....	4
2.1	Internet.....	4
2.2	Digitale televisiekanalen.....	4
2.3	DAB.....	6
2.4	Interactieve televisie.....	7
2.5	Digitalisering productieproces en omroeparchieven.....	8
3	Missie en taak van publieke omroepen op digitale platforms.....	9
3.1	Nieuwe diensten onderdeel taakopdracht.....	9
3.2	Legitimatie.....	9
3.3	Omvang, aard en reikwijdte nieuwe diensten.....	11
3.3.1	Afbakening kerntaak: platform, type content of functie?.....	12
4	Financiering nieuwe diensten.....	14
4.1	Financiering uit publieke middelen (omroepbijdrage, belasting).....	14
4.2	Overige inkomsten.....	15
5	Toegankelijkheid en herkenbaarheid.....	17
5.1	Elektronische Programma Gidsen en portals.....	17
5.2	Doorgifteverplichtingen.....	18
5.3	Herkenbaarheid merk publieke omroep.....	18
5.4	Standaardisering.....	19
6	Beleid Europese Commissie.....	21
7	Samenvatting en Conclusies.....	24
	Bijlage(n)	
	A Bijlage Digitale TV kanalen publieke omroepen	
	B Bronnen	

1 Inleiding

Europese publieke omroepen willen in het toekomstige digitale medialandschap een prominente rol blijven spelen. Veel publieke omroepen geven in hun mission statement of beleidsplannen daarom aan dat zij hun inhoud via zoveel mogelijk analoge én digitale platforms bij het publiek willen bezorgen. De meeste publieke omroepen hebben een uitgebreid internetaanbod, ontwikkelen digitale themakanalen en verkennen de mogelijkheden van interactieve televisie en mobiele content.

Nationale overheden hebben de doelstellingen van de publieke omroep op dit terrein tot nu toe in hoofdlijnen ondersteund. Tegelijkertijd stellen zij ook grenzen aan de activiteiten van de publieke omroep in het digitale domein. Deze zijn vastgelegd in wettelijke bepalingen of in charter, beheersovereenkomst of contract met de publieke omroep. Ook de financiering voor internet, digitale kanalen en andere nieuwe diensten begrenst de mogelijkheden voor publieke omroepen. De omvang van het beschikbaar gestelde budget loopt in de meeste gevallen niet gelijk op met de ambities van de publieke omroepen zelf.

Daarnaast hebben ontwikkelingen op Europees niveau invloed op de bewegingsvrijheid van publieke omroepen op dit terrein. Binnen de Europese Unie is een discussie gaande over wat de aard, omvang en reikwijdte van nieuwe diensten van publieke omroepen zou moeten zijn. Dit kan op termijn consequenties hebben voor de mogelijkheden van publieke omroepen om hun vleugels uit te slaan in het digitale domein.

Deze notitie verkent het overheidsbeleid in vijf Europese landen (België/Vlaanderen, Groot-Brittannië, Frankrijk, Italië en Zweden) met betrekking tot de publieke omroep en nieuwe diensten. Daarmee beoogt de notitie informatie aan te dragen ten behoeve van het kabinetsstandpunt over de toekomst van de Nederlandse publieke omroep. De notitie is een nadere uitwerking van de eerder gepubliceerde quick scan van het overheidsbeleid met betrekking tot publieke omroepen in Europa, de Verenigde Staten en Nieuw Zeeland¹.

Achtereenvolgens komen in deze notitie aan bod:

- Typering van nieuwe diensten van publieke omroepen (hoofdstuk 2)
- Missie en taak van de publieke omroep op digitale platforms (hoofdstuk 3)
- Omvang, aard en reikwijdte nieuwe diensten (hoofdstuk 3)
- Financiering van nieuwe diensten (hoofdstuk 4)
- Nieuwe beleidsissues: toegankelijkheid van het aanbod van de publieke omroep (hoofdstuk 5)
- Beleid van de Europese Commissie (hoofdstuk 6)

¹ Leurdijk, A (2004). Quick Scan Beleid publieke omroep in Europa, Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten. STB-04-39, Delft: TNO.

2 Typering nieuwe diensten publieke omroepen

Deze paragraaf bevat een beknopt overzicht van de nieuwe diensten die publieke omroepen bieden. Het is geen volledig overzicht, maar een globale typering van de belangrijkste nieuwe diensten.

2.1 Internet

Oorspronkelijk boden de internetpagina's van publieke omroepen niet meer dan wat achtergrondinformatie over programma's en biografietjes van presentatoren en acteurs. Tegenwoordig hebben alle publieke omroepen in de onderzochte landen uitgebreide websites, die meestal zowel per zender als thematisch (nieuws, sport, cultuur, jeugd, service etc.) zijn geordend. Ook zijn er aparte websites gekoppeld aan specifieke programma's. Deze bevatten vaak uitgebreide (extra) informatie en diensten; dossiers met achtergrondinformatie over bepaalde thema's, links naar gerelateerde websites, mogelijkheden om op programma's te reageren en met programmamakers of andere kijkers in discussie te gaan en allerlei andere toegevoegde diensten (chat, spelletjes, quizzes, hitlijsten, consumententests etc.). In toenemende mate bieden omroepen hun radio- en televisie-uitzendingen live en na afloop in streaming audio of video aan. De BBC heeft hiervoor bijvoorbeeld een interactieve media player (iMP) geïntroduceerd waarmee kijkers gemiste programma's kunnen downloaden en deze tot zeven dagen na uitzending kunnen bekijken of beluisteren.

Sommige publieke omroepen hebben de expliciete - zelfgekozen of door de overheid opgelegde - taak om als betrouwbare gids in het digitale domein te functioneren. Zo heeft de BBC een eigen zoekmachine ontwikkeld die zoekacties op internet uitvoert en waarvan de resultaten niet door commerciële belangen worden beïnvloed. De VRT heeft als opdracht om een inhoudelijk en kwalitatief verantwoorde selectie van e-diensten aan te bieden. Dit kunnen zowel eigen VRT-producten zijn als producten en diensten van derden.

2.2 Digitale televisiekanalen

In de vijf onderzochte landen worden alle bestaande analoge 'general interest' kanalen van de publieke omroepen ook digitaal uitgezonden, via satelliet en soms via kabel of ether (zie bijlage A voor een overzicht van digitale kanalen van publieke omroepen). In Groot-Brittannië, Frankrijk en Zweden hebben de publieke omroepen naast de digitale versies van hun analoge zenders ook nieuwe digitale themakanalen ontwikkeld. Deze bestaan gedeeltelijk uit herhalingen van eerder uitgezonden programma's, bijvoorbeeld in de vorm van een digitaal cultuur-, drama- of kinderkanaal. Met uitzondering van de BBC en de RAI produceren publieke omroepen weinig geheel nieuw materiaal voor themakanalen (Betzel en Ward, 2004). Meestal gaat het om herhalingen (recent of uit het archief) of om langere versies van bestaande programma's. Bij dit laatste gaat het bijvoorbeeld om de uitzending van een heel interview met een bekende persoonlijkheid, in plaats van enkele fragmenten of om beeldmateriaal waarvan op de analoge zenders slechts een klein gedeelte is uitgezonden. Ook zijn er enkele 24-uurs nieuwskanalen, waarop naast de reguliere nieuwsuitzendingen regelmatige updates worden

uitgezonden, nieuwstikkens onder in beeld lopen en het nieuws van achtergronden wordt voorzien.

De Nederlandse publieke omroep werkt vanuit de filosofie dat nieuwe diensten in eerste instantie voor internet (IP-gebaseerd) worden ontwikkeld en vervolgens gemakkelijk uitgebreid kunnen worden naar andere digitale platforms, zodra hier bij netwerkbeheerders, ISPs en consumenten belangstelling voor is. Zo heeft de publieke omroep zes digitale themakanalen ontwikkeld die sinds eind 2004, online op www.omroep.nl onder de titel Nederland 4 via streaming media worden aangeboden. Dezelfde kanalen zijn ook onderdeel van de digitale TV pakketten van kabelmaatschappij UPC en CAI Westland.

De VRT zendt zijn twee kanalen (VRT1 en Canvas/Ketnet) sinds mei 2004 digitaal uit. De VRT heeft op dit moment geen digitale themakanalen, maar is bezig met de ontwikkeling van een cultuurkanaal. De VRT heeft tijdelijk geëxperimenteerd met het digitale sportkanaal SPORZA, maar is hier in september mee gestopt, mede naar aanleiding van klachten van commerciële concurrenten bij de Europese Commissie. SPORZA bestaat nog steeds als merknaam voor alle sportuitzendingen en andere content die de VRT op het gebied van sport produceert, bijvoorbeeld op internet, maar niet meer als een apart, derde kanaal. Eventuele themakanalen van de VRT moeten free-to-air beschikbaar zijn.

In Frankrijk heeft begin 2005 een herlancering van digitale ether televisie plaatsgevonden onder de naam TNT (télévision numérique terrestre). TNT bestaat uit 14 publieke en commerciële free-to-air zenders, waaronder de digitale versies van de general interest publieke kanalen France 2 en France 3 en twee (hernieuwde) digitale themakanalen: France 4 (Franstalige product, muziek, evenementen, entertainment, sport) en France 5 (thema-avonden, documentaires, magazines).

Voor nationale overheden is vooral digitalisering van etherdistributie van belang. Etherdistributie is de enige distributiewijze waarop de overheid via de uitgifte van frequenties 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). Daarmee 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 bij de overschakeling naar digitale televisieontvangst. Ten eerste door aan te dringen op digitalisering van de bestaande televisiekanalen en invoering van nieuwe digitale kanalen. Het extra aanbod kan kijkers stimuleren om over te stappen 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.

Engeland loopt voorop in Europa met digitalisering van de ether. Om kijkers te stimuleren tot digitale ontvangst heeft de BBC extra digitale kanalen ontwikkeld. Vanaf 2008 vindt een gefaseerde uitschakeling van analoge uitzendingen plaats. De oorspronkelijk voor 2010 geplande definitieve switch-off datum is uitgesteld naar 2012. Naar verwachting is in 2010 nog niet aan alle criteria voor beëindiging van analoge doorgifte voldaan. Zo is er waarschijnlijk een te groot aantal huishoudens dat nog geen digitale ontvangstapparatuur heeft aangeschaft.

Ook in Frankrijk streeft men naar een switch-off in 2012. De overheid is daar bereid tot subsidiëring van de aanschaf van digitale decoders voor huishoudens die tegen die tijd

nog geen digitale ontvangstmogelijkheid hebben. In Duitsland heeft in Berlijn-Brandenburg en enkele andere grote Duitse steden in 2004 een switch-off van analoge etheruitzendingen plaatsgevonden. Vanaf het najaar van 2004 vindt de uitrol naar andere steden en regio's plaats. Het aanbod aan digitale etherkanalen varieert per stad en regio van 16-24 commerciële en publieke kanalen. Daaronder bevinden zich ook enkele themakanalen van de publieke omroep die eerder niet via de ether te ontvangen waren (Phoenix, KiKa), maar geen geheel nieuw aanbod. In Italië is digitale ethertelevisie in 2004 gelanceerd. Er zijn ongeveer 500.000 door de overheid gesubsidieerde settop-boxen verkocht. De overheid heeft hiervoor €20-150 miljoen gereserveerd. De switch-off is gepland voor 2007. Zweden heeft een volledige switch-off aangekondigd van analoge etheruitzendingen in 2008. Op kleine schaal wordt al in het najaar van 2005 begonnen met de switch-off van analoge zenders. De Zweedse publieke omroep SVT zendt de digitale kanalen onversleuteld uit via de ether. Kijkers hoeven alleen een settop-box aan te schaffen, geen kaart of abonnement. De Zweedse 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.

In enkele landen bieden publieke en commerciële omroepen gezamenlijk een digitaal pakket aan. In Groot-Brittannië werken BBC en BSkyB in samen in Freeview. In Nederland rollen commerciële en publieke omroepen digitale ethertelevisie gezamenlijk uit via het consortium Digitenne. In de meeste landen worden digitale ether kanalen van de publieke omroep free-to-air uitgezonden.

Aan de switch-off zijn in de meeste landen voorwaarden verbonden. Deze hebben in ieder geval betrekking op het minimum bereik van DVB-T. Meestal wordt gesteld dat dit minstens gelijk moet zijn aan het bereik van de analoge etheruitzendingen (d.w.z. bijna 100 procent). De Britse overheid stelt ook een maximum aan het aantal huishoudens dat tegen die tijd nog afhankelijk is van analoge ontvangst. Ten slotte stellen de meeste overheden dat de kanalen van de publieke omroep free-to-air en onversleuteld beschikbaar moeten zijn.

2.3 DAB²

Evenals bij de invoering van DVB-T wordt bij de invoering van digitale radio – DAB - aan publieke omroepen een voortrekkersrol toebedeeld. Extra digitaal radioaanbod, veelal in de vorm van thematische muziekkkanalen, is er in alle onderzochte landen, maar DAB bevindt zich in de meeste landen, zeker vanuit commercieel oogpunt, nog in de beginfase. De VRT heeft in 2003 een reeks digitale radiozenders geïntroduceerd. Anno 2005 heeft de VRT een multiplex met een bereik van 98 procent van de bevolking. De multiplex bevat tien digitale radiokanalen, waarvan zes digitale versies van het analoge aanbod, maar ook vier zenders die alleen via DAB te ontvangen zijn. Het bereik van DAB in Duitsland is ongeveer 80 procent en er worden zo'n 80 digitale radiozenders uitgezonden, waaronder publieke digitale zenders in vrijwel alle zestien deelstaten. In 2002 beëindigde de Zweedse overheid de financiering voor DAB. In afwachting van definitief beleid van de overheid schakelde de Zweedse publieke radio (SR) een deel van zijn digitale distributienetwerk uit, met uitzondering van de zenders gericht op de vier grote steden in Zweden. DAB in Zweden heeft in 2005 een bereik van ongeveer 37 procent. Onlangs heeft de publieke Zweedse radio SR zeven nieuwe

² zie: www.worlddab.org

radiozenders ontwikkeld die alleen in DAB beschikbaar zijn. Het betreft onder andere een jongerenzender, en zenders voor kunst en cultuur, wereldmuziek, klassieke muziek en Finstaligen. Eind 2005 komt de Zweedse overheid met plannen voor de verdere ontwikkeling van DAB.

In Frankrijk zijn sinds 1997 uitzendingen in DAB gestart, in en rond verschillende grote steden en langs één van de grote snelwegen. De uitzendingen zijn gebaseerd op een voorlopige wet en voorlopige licenties. In 2005 organiseert de toezichthouder voor de media, Conseil Supérieure de L'Audiovisuel (CSA), een consultatieronde ter voorbereiding op de uitgifte van licenties voor DAB.

De BBC simulcast haar analoge radiozenders en zendt daarnaast zes nieuwe digitale zenders uit, waaronder sport, zenders voor (zwarte) muziek en de South-Asian Network, een zender gericht op onder andere Pakistaans- en Indiaas-Britse luisteraars. Daarnaast biedt de BBC een uitgebreide Teletekst dienst, verkeersinformatie en een elektronische programmagids. Eind 2004 waren er in de UK ongeveer 400 lokale, regionale en landelijke zenders te beluisteren via DAB, waarvan de helft alleen via DAB beschikbaar is.

In Italië simulcast de RAI vijf publieke analoge radiozenders. Er zijn ook diverse commerciële aanbieders. Veel partijen wachten met de verdere plannen voor roll-out tot de definitieve vaststelling van frequentieverdelingen en overheidsbeleid met betrekking tot DAB.

2.4 Interactieve televisie

Interactieve televisie bevindt zich bij de meeste publieke omroepen –evenals in de rest van de markt - nog in een experimenteel stadium. Er zijn diverse programma's die kijkers de mogelijkheid bieden om via (mobiele) telefoon, SMS, of internet mee te spelen met een quiz of hun stem uit te brengen voor de deelnemers aan wedstrijden (bijvoorbeeld het songfestival). Meer geavanceerde interactieve diensten zoals mogelijkheden om te kiezen voor alternatieve verhaallijnen, camerastandpunten of achtergrondinformatie bij programma's zijn nog schaars. Kijkers moeten hiervoor een settop-box aanschaffen met een ingebouwd retourkanaal en middleware die interactieve applicaties ondersteunt. Er zijn nog maar relatief weinig huishoudens die hierover beschikken. De belangstelling van gebruikers voor interactieve televisie is tot nu toe gering en goede businessmodellen ontbreken. Voor publieke omroepen zijn deze diensten voornamelijk interessant vanuit de optiek van technologische en programma-inhoudelijke vernieuwing, maar zij bereiken er nog maar weinig kijkers mee en in tijden van bezuinigingen valt dit type experimenten als eerste af. Uitzondering is de BBC die in vergelijking met andere publieke omroepen veel doet op het terrein van interactieve televisie. Succesvolle voorbeelden daarvan zijn vooral sportevenementen als *Wimbledon* en de *Interactive Olympics* (2004), diverse spelprogramma's (*The Great British Spelling Test*, *Test the Nation*, *Fame Academy*, *Karaoke Sound of Music*) en de historische documentairereeks over de prehistorie *Walking with Beasts* (2002).

De Duitse ARD heeft eveneens een aantal interactieve diensten, waaronder *Sportschau Interaktiv* waarbij kijkers tijdens het programma achtergrondinformatie over wedstrijden en spelers kunnen opvragen en *Presseclub*, een politiek discussieprogramma waarbij kijkers informatie kunnen opvragen en kunnen stemmen over stellingen in het programma.

De Vlaamse overheid heeft uit haar innovatiebudget een aantal experimenten met interactieve, digitale televisie (Digitaal thuisplatform in de gemeente Schoten en

Vlaanderen Digitaal) gefinancierd, waarin de VRT samenwerkte met telecombedrijf Belgacom.

Uit onderzoek onder gebruikers blijkt dat deze weinig behoefte hebben aan complexe vormen van interactiviteit tijdens het televisiekijken, aangezien televisie kijken voor velen in de eerste plaats ontspanning betekent en vaak ook gezamenlijk met anderen wordt gekeken. Simpele vormen van interactiviteit zoals stemmen, gokken of meedoen met een quiz zijn wel populair³. Hiervoor worden vaak ook andere retourkanalen gebruikt, zoals (mobiele) telefoon of SMS.

2.5 Digitalisering productieproces en omroeparchieven

Alle publieke omroepen in de onderzochte landen hebben hun productieproces gedigitaliseerd. Er vinden op dit terrein doorlopend vernieuwingen plaats. Als onderdeel van dit proces zijn publieke omroepen tevens bezig met de digitalisering van de omroeparchieven. Diverse omroepen hebben plannen om de inspanningen op dit gebied uit te breiden en het archief ook ten behoeve van themakanalen en Video on Demand diensten voor het publiek te ontsluiten.

De BBC is hierin het verst en heeft in het najaar van 2004 zijn omroeparchieven opengesteld voor het publiek. Gebruikers kunnen fragmenten uit programma's bekijken waarvan de BBC zelf de rechten bezit en beeld- of geluidfragmenten downloaden, bijvoorbeeld voor schoolwerkstukken voor of eigen (niet-commerciële) multimediatproducties.

Andere publieke omroepen zijn terughoudender met het openstellen van hun archieven voor het publiek vanwege de kosten die eraan zijn verbonden en de omvangrijke operaties die nodig zijn om de rechten op het materiaal te 'clearen'. Zo meldt de Vlaamse beheersovereenkomst dat digitalisering van het beeld- en klankarchief alleen versneld zal plaatsvinden wanneer de Vlaamse regering hiervoor extra budget vrijmaakt. Ook voor de Duitse publieke omroep heeft openstelling voor het publiek geen prioriteit. In Zweden heeft de publieke omroep plannen voor openstelling van zijn archief, maar hij stelt de uitvoering daarvan onder andere afhankelijk van het antwoord op de vraag of hij het publiek geld mag vragen voor gebruik van het archief. Een antwoord van de overheid op deze vraag wordt verwacht bij de voorstellen die de Zweedse overheid dit jaar zal doen in het kader van de verlenging van de licentie voor de SVT voor de komende vier jaar.

³ Zie voor een overzicht van onderzoek naar markt en gebruikers voor interactieve media New Media for a New Millenium, The Market Perspective, www.ist-nm2.org.

3 Missie en taak van publieke omroepen op digitale platforms

3.1 Nieuwe diensten onderdeel taakopdracht

In alle onderzochte landen is het publieke omroepen toegestaan om actief te zijn op internet en om digitale kanalen aan te bieden. Dit is op uiteenlopende wijze vastgelegd in de taakopdracht aan de publieke omroep.

In Groot-Brittannië rekent de overheid internet, digitale kanalen en andere nieuwe diensten, naast televisie en radio, tot de kerntaken van de BBC. Omdat de *Royal Charter* en *Agreement* slechts zeer algemene doelstellingen bevatten, is de concrete uitwerking van de doelstellingen in het digitale domein vooral het werk van de BBC zelf. Zo heeft de BBC zich opgeworpen als partij die een belangrijke rol speelt in het stimuleren van de markt voor digitale televisie, het overbruggen van de digitale kloof en het ontsluiten van waardevolle inhoud op internet. De BBC pleit in dit kader voor open standaarden en voor een goede positie van haar kanalen op de Elektronische Programmagidsen van infrastructuurbeheerders (BSkyB, kabelbedrijven). Ook in België (Vlaanderen), Frankrijk, Zweden, Duitsland en Italië maken internet en digitale kanalen deel uit van de taakopdracht van de publieke omroep. De VRT heeft in de Beheersovereenkomst die hij voor vier jaar afsluit met de Vlaamse overheid en conform de mediadecreten in de wet⁴ de opdracht gekregen om een voortrekkersrol te spelen op het terrein van nieuwe diensten. Doelstelling hierbij is om “alle geleidingen van de Vlaamse maatschappij rechtmatige kansen te geven om toegang te krijgen tot en deel te nemen aan een optimale informatiedoorstroming en –verstrekking.” In het Duitse *Rundfunkstaatsvertrag* is in 1997 vastgelegd dat het verzorgen van een programma-gerelateerd on-line aanbod tot de taken van de publieke omroep behoort. De ARD en ZDF hebben beiden een wettelijk vastgelegde *Entwicklungsgarantie* respectievelijk *Innovationsfunktion* die behelst dat ze niet alleen in programmatisch, maar ook in technologisch opzicht innovatief moeten zijn en moeten deelnemen aan de ontwikkeling van nieuwe communicatietechnologieën. De opdracht aan de Zweedse publieke omroep wordt om de vier jaar door regering en parlement vastgesteld. Nieuwe diensten, waaronder internet en digitale kanalen zijn onderdeel hiervan. Voorwaarde is dat het gaat om aan de kerntaak gerelateerde diensten. In Nederland is een wettelijk regime ontwikkeld dat themakanalen en internet definieert als neventaken in het verlengde van de hoofdtaak.

3.2 Legitimatie

Nationale overheden en publieke omroepen hanteren een reeks van argumenten om de publieke omroep een prominente rol in het digitale medialandschap toe te kennen. De belangrijkste daarvan zijn:

- Wanneer de publieke omroep zijn publieke taak wil blijven vervullen moet hij zoveel mogelijk mensen blijven bereiken. Als het publiek zich over internet, mobiele telefoon, themakanalen en andere platforms verspreidt, moet de publieke omroep zijn publiek volgen en ook op deze platforms een prominente plaats innemen.

⁴ Artikel 8, §5 van de gecoördineerde mediadecreten.

- Het media-aanbod groeit en het mediagebruik van mensen raakt steeds meer versnipperd over verschillende televisiekanalen, radiozenders, internet en andere nieuwe media. Wanneer de publieke omroep niet aanwezig is op internet, in digitale pakketten en andere nieuwe platforms, is het risico groot dat de publieke omroep op den duur in een marginale positie belandt.
- De publieke omroep kan in het digitale domein dezelfde functies vervullen als in het analoge domein. De democratische, educatieve en samenbindende functies van de publieke omroep blijven belangrijk en ook in het digitale domein worden deze functies niet in voldoende mate door andere (commerciële) aanbieders vervuld.
- De publieke omroep kan een voortrekkersrol spelen bij digitalisering door waardevolle inhoud te leveren voor diverse platforms en deze daarmee aantrekkelijk te maken voor consumenten. Bijvoorbeeld door extra themakanalen te bieden of kijkers voor te lichten over de introductie van digitale televisie.
- De publieke omroep beschikt over waardevolle archieven en over de expertise om aantrekkelijke programma's en diensten te ontwikkelen. Beiden moeten voor zoveel mogelijk mensen beschikbaar zijn. Dit impliceert dat de publieke omroep ook actief moet zijn op nieuwe, digitale platforms.
- De publieke omroep heeft een taak in het voorkomen/overbruggen van de digitale kloof. Ook op internet en andere digitale platforms moet de publieke omroep inhoud bieden die voor een breed publiek toegankelijk is, van hoge kwaliteit, goed vindbaar en op een overzichtelijke en aantrekkelijke wijze wordt ontsloten. Hij moet voorkomen dat alleen goed geïnformeerde, hoger opgeleide mensen de weg naar (betaalde) hoogwaardige inhoud kunnen vinden.
- De publieke omroep heeft een belangrijke gidsfunctie in een overvloedig media-aanbod. Hij moet via zijn portals, zoekmachines en elektronische programmagidsen burgers de weg wijzen naar betrouwbare informatie en kwalitatief hoogwaardige inhoud, vrij van economische of politieke invloeden.
- Internet, mobiele telefoniediensten en andere nieuwe media zijn een manier om jongeren te bereiken. Jongeren zijn voor alle Europese publieke omroepen een moeilijk bereikbare doelgroep. Wanneer de publieke omroep geen prominente rol speelt op digitale platforms, wordt hij voor jongeren in toenemende mate onbereikbaar en oninteressant.
- De publieke omroep heeft een belangrijke rol in technologische innovaties en de ontwikkeling van open standaarden. Denk aan de introductie van kleurentelevisie, Teletekst en HDTV. Commerciële omroepen kunnen minder financieel risico lopen en investeren meestal pas in nieuwe technieken zodra deze hun levensvatbaarheid hebben bewezen.

Tegelijkertijd zetten digitalisering en veranderingen in mediagebruik de traditionele argumenten voor een sterke, uit publieke middelen gefinancierde publieke omroep onder druk. Van schaarste in distributiekkanalen voor omroep is in technologische zin steeds minder sprake⁵. De impact van het massamedium televisie als reden voor regulering en overheidsbemoeienis met de media verliest aan betekenis naarmate kijkers meer mogelijkheden krijgen om hun media-aanbod naar persoonlijke voorkeuren samen te stellen. Daarnaast betwisten commerciële omroepen en uitgevers bepaalde activiteiten van publieke omroepen op het terrein van nieuwe diensten.

⁵ Dat in technologisch opzicht geen sprake meer is van schaarste bekend overigens niet per definitie dat er in economisch opzicht geen schaarste meer is.

Hoe uitgebreider het aanbod van publieke omroepen wordt en hoe meer omroepen themakanalen starten en bewegend beeld en radio 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).

In het overheidsbeleid met betrekking tot de rol van publieke omroepen is daarom meestal sprake van een weging van factoren die globaal gesproken betrekking hebben op:

- de beoordeling van tempo en aard van technologische ontwikkelingen;
- de beoordeling van marktverhoudingen;
- de waarde die men hecht aan publieke waarden of een publieke ruimte in het digitale domein.

3.3 Omvang, aard en reikwijdte nieuwe diensten

De overheden in de onderzochte landen onderschrijven het uitgangspunt dat de publieke omroep een taak heeft in het digitale domein. Zij stellen echter wel voorwaarden aan de aard, reikwijdte en schaal waarop publieke omroepen actief zijn in dit domein.

In de meeste landen 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 moeten investeringen in nieuwe diensten ter goedkeuring worden voorgelegd aan de staatssecretaris voor Media, Cultuur en Sport. Deze heeft aan de goedkeuring van BBC Online⁶ als kerntaak, naast radio en televisie, in 1998 enkele voorwaarden verbonden. Zo moeten de internetdiensten dezelfde doelen dienen als de omroepactiviteiten van de BBC: ‘to enrich people’s lives with programmes that inform, educate and entertain’. In aanvulling hierop moet BBC Online een bron van brede en unieke inhoud zijn. De internetactiviteiten van de BBC moeten een nieuwe band creëren met de betalers van de omroepbijdrage en daarmee de verantwoordingsmechanismen (accountability) van de BBC versterken. En ten slotte moeten zij een thuishaven en betrouwbare gids op het internet vormen⁷. Naast BBC Online exploiteert de BBC ook een commerciële website (www.beeb.com). Deze valt evenals de overige commerciële activiteiten van de BBC (boeken, tijdschriften, televisiekanalen voor buitenlandse markten, merchandising etc.) onder de verantwoordelijkheid van het dochterbedrijf BBC Worldwide. Er bestaan strikte redactionele richtsnoeren om deze activiteiten gescheiden te houden van de publieke BBC diensten. De opbrengsten uit deze activiteiten komen ten bate van de BBC programma’s.

Voor de introductie van digitale kanalen gelden vergelijkbare procedures. De BBC moet ieder nieuw digitaal kanaal ter beoordeling voorleggen aan de overheid. Deze verleent – na een publieke consultatie – al dan niet toestemming. De overheid bekijkt 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 voorwaarden verbonden, bijvoorbeeld de verplichting om een bepaald percentage nieuw product uit te zenden, waarmee de nationale audiovisuele industrie wordt gestimuleerd.

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

⁶ De internetdiensten van de BBC aangeboden op www.bbc.co.uk

⁷ BBC Online 1998 Application and Approval, 28 October 1998

beoordelingscriteria voor nieuwe diensten zijn dus strenger dan voor het reguliere televisie- en radioaanbod.

Bij de afronding van de review van public service broadcasting door de OFCOM eind 2005 en de verlenging van het BBC Charter in 2006 wordt nieuw beleid definitief vastgesteld.

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 striktere afbakening (*'directly related'*, in plaats van *'predominantly related'*) en 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 (zes themakanalen van ARD en ZDF) niet te boven mogen gaan. Dit betekent dat de Duitse publieke omroepen geen nieuwe digitale themakanalen kunnen ontwikkelen. De voorstellen zijn inmiddels goedgekeurd door de deelstaatparlementen en worden met ingang van 1 april 2005 van kracht.

In het Vlaams regeerakkoord is vastgelegd dat de VRT alleen een nieuw (analoog of digitaal) kanaal kan beginnen wanneer de beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid wordt aangepast. De huidige beheersovereenkomst loopt van 2002 tot 2006. De beheersovereenkomst kan in principe ook tussentijds met een addendum worden aangepast.

Ook in Zweden mag de omroepbijdrage alleen worden gebruikt voor nieuwe diensten die gerelateerd zijn aan de kernactiviteiten van de publieke omroep (radio en televisie) en die niet ten koste van de kernactiviteiten gaan. Deze bepaling is opgenomen in de opdracht aan de publieke omroep die vierjaarlijks in het parlement op voordracht van de regering wordt vastgesteld. Voor nieuwe digitale themakanalen moet de publieke omroep toestemming vragen aan de regering. Dit vloeit indirect voort uit het gegeven dat een nieuw digitaal kanaal in de Zweedse context meestal een digitaal etherkanaal betekent, waarvoor een licentie vereist is. De ether is in Zweden een belangrijk omroepdistributiekanaal.

3.3.1 *Afbakening kerntaak: platform, type content of functie?*

In de meeste landen geldt als beperking voor de activiteiten van de publieke omroep op het terrein van internet, digitale kanalen of andere digitale diensten dat deze gerelateerd moeten zijn aan de kerntaak van de publieke omroep; radio en televisie. De afbakening van de kerntaak van publieke omroepen en van daaraan gerelateerde diensten is echter steeds lastiger omdat radio, televisie, internet en printmedia steeds minder duidelijk gescheiden media zijn. Digitalisering maakt verschillende distributienetwerken en eindapparatuur in principe geschikt voor distributie, ontvangst en weergave van tekst, beeld en geluid. Mensen kunnen op internet naar de radio luisteren, naar televisieprogramma's van de publieke omroep kijken en ondertussen een artikel uit een nieuwsbrief lezen. Op digitale televisies kunnen kijkers surfen op internet en daar vervolgens naar keuze radio, televisie of internet-achtige inhoud raadplegen. Deze ontwikkeling leidt tot de productie van steeds meer hybride formats en crossmediale concepten. Dezelfde content wordt op verschillende platforms aangeboden, op de voor dat platform meest geëigende manier. Van de documentaire reeks over de geschiedenis van de 20^e eeuw worden op het cultuur- en documentairekanaal alle uitzendingen herhaald, is op internet een archief van uitzendingen beschikbaar, aangevuld met

achtergrondinformatie en een forum voor amateur-historici. Via MMS kunnen kijkers korte vooraankondigingen krijgen en via SMS meedoen aan quizvragen over de serie. Publieke omroepen passen in dit verband ook hun organisatie aan. In plaats van aparte televisie-, radio en internetredacties ontstaan bijvoorbeeld nieuwsredacties die inhoud voor alle platforms produceren, waar kennis en middelen worden gedeeld en redactionele werkzaamheden worden gecoördineerd. Deze tendens naar crossmediale exploitatie van formats roept de vraag op in hoeverre het platform waarop de publieke omroep een dienst levert, bepalend moet zijn voor de vraag of de dienst als publieke dienst, c.q. als kerntaak van de publieke omroep beschouwd moet worden, zoals nu nog het geval is.

Publieke omroepen kiezen in de formulering van hun missie in de digitale wereld voor een functionele benadering. Ze willen hun programma's en content bij de burgers brengen, ongeacht over welk platform het transport ervan plaatsvindt. Naast de in paragraaf 3.2 genoemde argumenten speelt ook een rol dat distributie via verschillende kanalen een efficiënt (her)gebruik van content oplevert, waardoor de publieke omroep zijn bereik optimaliseert.

De WRR pleit in zijn rapport over de toekomst van het mediabeleid (*Focus op functies*, februari 2005) eveneens voor een beleid gericht op functies in plaats van op techniek en infrastructuur. De overheid zou niet langer een apart beleid voor televisie, radio, pers en internet moeten voeren, of een beleid gericht op ether of kabel, maar een beleid gericht op waarden (pluriformiteit, toegankelijkheid etc.) gekoppeld aan functies als informatievoorziening, kunst en cultuur en vermaak.

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. De discussie over dit onderwerp is volop in gang in verschillende Europese landen en ook op het niveau van de Europese Commissie. Commissies en onderzoeksbureaus hebben adviezen uitgebracht. Enkele publieke omroepen hebben hun toekomstvisie op papier gezet. Zo heeft de BBC haar toekomstvisie verwoord in het omvangrijke rapport *'Building public value. Renewing the BBC for a digital world'* (2004). Of de Britse overheid deze lijn overneemt, zal blijken wanneer de besluitvorming over verlenging van het BBC charter in 2006 wordt afgerond. In de meeste Europese landen bestaat over dit onderwerp nog geen volledig uitgekristalliseerd overheidsbeleid.

4 Financiëring nieuwe diensten

In de meeste landen is de omvang van het budget dat publieke omroepen besteden aan nieuwe media gering in vergelijking tot de budgetten voor radio en televisie. De productiekosten van inhoud voor internet en digitale kanalen zijn in vergelijking met productiekosten voor radio en televisie relatief laag, zeker wanneer een omroep gedeeltelijk gebruik kan maken van bestaande inhoud of wanneer de redactionele werkzaamheden overlappen. Er zijn echter ook extra kosten, zoals digitalisering en ontsluiting van omroeparchieven, aanleg en onderhoud van webservern en netwerken, kosten voor nieuwe applicaties en auteursrechten etc. Een ander probleem is dat de publieke omroep met stijgende kosten wordt geconfronteerd naarmate een bepaalde website populairder en succesvoller is. Hoe meer dataverkeer een website genereert, hoe hoger de kosten voor datatransport en servercapaciteit. Dit speelt vooral een rol bij bewegend beeld en geluid en op momenten dat veel mensen tegelijkertijd bepaalde programma's via internet gaan bekijken of downloaden.

4.1 Financiëring uit publieke middelen (omroepbijdrage, belasting)

In sommige landen is voor de ontwikkeling van nieuwe diensten extra financiering uitgetrokken of zijn middelen geormerkt ten behoeve van nieuwe diensten⁸. Zo werd in Engeland de omroepbijdrage in 2000 verhoogd en ontving de BBC in 2001 £200 miljoen extra ten behoeve van nieuwe diensten. In 2004 bedroeg het budget van de BBC voor nieuwe diensten £312 miljoen. Dit betreft volgens het jaarverslag over 2004 15% van het totale programmabudget⁹. Ook de VRT heeft extra en geormerkte middelen voor nieuwe diensten ontvangen. In 2002 bedroeg dit €10 miljoen en in 2004 €4 miljoen, ofwel ongeveer vier procent van het totale budget¹⁰. 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. De Vlaamse overheid heeft nog niet op dit verzoek gereageerd. Het verzoek zal aan de orde komen bij de onderhandelingen over de nieuwe beheersovereenkomst voor de periode vanaf 2006. Ook de Franse publieke omroep heeft extra middelen gevraagd voor financiering van nieuwe programma's voor de digitale themakanalen France 4 en France 5. In Duitsland is de recent aangekondigde verhoging van het kijk- en luistergeld deels gemotiveerd door de stijgende kosten die gepaard gaan met de ontwikkeling van nieuwe diensten. Beperking is dat aan nieuwe diensten maximaal 0,75% van het totale budget besteed mag worden. Het Zweedse parlement heeft incidenteel bij de jaarlijkse vaststelling van het budget voor de publieke omroep aangegeven dat dit ook besteed moet worden aan nieuwe diensten, maar er is geen extra geld beschikbaar gesteld. De Zweedse publieke omroep mag zijn middelen zelf verdelen over televisie, radio en nieuwe diensten. Hoe hoog die

⁸ Opgemerkt moet worden dat de verschillende landen hun kosten anders berekenen, waardoor de getallen onderling niet geheel vergelijkbaar zijn.

⁹ Bron: BBC Annual Report 2004

¹⁰ Bron: Financieel plan bij de beheersovereenkomst voor 2002-2006. Het bedrag heeft betrekking op de post innovatieprojecten. Hieronder vallen de uitbouw van de Application Service Provider (ASP), het digitaal thuisplatform, het onderzoeksproject MPEG en de operationele kosten voor e-vrt. In hoeverre hierin de redactionele werkzaamheden voor de internetsites van de VRT, de huisvesting en andere vaste kosten zijn doorberekend, is niet duidelijk. Voor 2005 en 2006 staan in de beheersovereenkomst lagere bedragen gepland van resp. 8.5 en 8.7 miljoen euro tegenover een hoger totaalbudget.

uitgaven precies zijn is niet bekend¹¹. De Nederlandse overheid heeft het budget nooit verhoogd ten behoeve van nieuwe diensten. Het kabinet heeft wel vanaf 2002 €20 miljoen van de overheidsbijdrage aan de publieke omroep voor nieuwe diensten geormerkt. Van de totale rijksbijdrage voor de Nederlandse publieke omroep was in 2004 €2 miljoen geormerkt voor nieuwe diensten, wat ongeveer 3,2 procent van de totale rijksbijdrage is. Daarnaast hebben de publieke omroepen naar verwachting nog ca €10 miljoen uit andere middelen aan internet besteed.

In de meeste andere landen moeten nieuwe diensten eveneens worden gefinancierd door een verschuiving in en/of efficiëntere besteding van de bestaande middelen.

4.2 Overige inkomsten

Omdat de budgetten voor nieuwe diensten in de meeste landen begrensd zijn, zijn publieke omroepen op zoek naar nieuwe inkomsten. Een eerste mogelijke inkomstenbron is reclame (via banners en links, of via doorklikken tijdens een reclame naar het betreffende product) of sponsoring. Een probleem van deze financieringsbronnen voor internet activiteiten is dat op internet de scheiding tussen redactionele inhoud en reclame moeilijker is aan te brengen dan op radio en televisie. Voor zover reclame en sponsoring zijn toegestaan op publieke televisiekanalen en radiozenders zijn reclameblokken duidelijk van de programma's gescheiden en er is in principe geen directe relatie tussen de inhoud van de programma's en het type reclames dat wordt uitgezonden. Op internet kunnen adverteerders terecht op de beginpagina's van omroepportals, maar zal het ook vaak gaan om banners of links die op specifieke redactionele pagina's worden geplaatst, waardoor er een directer verband ontstaat tussen redactionele inhoud en het adverterende bedrijf.

In Duitsland mag niet geadverteerd worden op websites van de publieke omroep en moeten de themakanalen free-to-air beschikbaar zijn. De BBC websites zijn evenals de radio- en televisiekanalen reclamevrij. Op de websites van France Télévisions is daarentegen wel reclame mogelijk. Inkomsten daaruit zijn sinds 2001 met 60 procent toegenomen. Ook de Nederlandse publieke omroep mag adverteren op websites.

Een tweede mogelijkheid is dat publieke omroepen geld in rekening brengen bij gebruikers. Dit kan op verschillende manieren, bijvoorbeeld door:

- het in rekening brengen van het raadplegen van het audiovisueel archief;
- het aanbieden van extra hoge kwaliteit streaming video aan betalende gebruikers;
- een zakelijke overeenkomst met telecomproviders waardoor de publieke omroep aanspraak kan maken op een deel van door SMS en telefoontikken gegenereerde inkomsten.

De meningen over de vraag of publieke omroepen geld mogen vragen voor nieuwe diensten lopen uiteen. Met verspreiding van aanbod via nieuwe digitale platforms gaan extra kosten gepaard, zelfs als het bestaand of al uitgezonden materiaal is. Als de kosten hiervan niet worden gecompenseerd door de overheid of door eigen inkomsten van de publieke omroep, blijft er uiteindelijk minder geld over voor de productie van originele content, c.q. eerste uitzendingen op de basisnetten. Ook maakt digitale distributie het in principe technisch mogelijk om via conditional access systemen gebruikers individueel toegang te verlenen tot programma's en diensten en deze ook individueel af te rekenen, in tegenstelling tot bij ongericht analoge omroepdistributie. Niettemin is in sommige

¹¹ De Zweedse publieke omroep is niet verplicht om uitgaven aan nieuwe media apart te registreren. Dit zou volgens een beleidsmedewerker op het Zweedse ministerie ook lastig zijn omdat er sprake is van overlap tussen redactionele werkzaamheden voor de diverse platforms (radio, televisie, internet etc.).

landen de principiële keuze gemaakt dat al het aanbod van publieke omroepen gratis toegankelijk moet zijn voor eindgebruikers. Het principe hierbij is dat de burger via de omroepbijdrage of belasting al heeft betaald voor de publieke omroep en de kosten voor content niet een tweede keer in rekening gebracht kan krijgen.

De BBC draagt dit principe bijvoorbeeld uit met de formulering dat al zijn inhoud *'free at the point of reception'* moet zijn. Ook in Frankrijk is het uitgangspunt dat het grootste deel van de nieuwe diensten van publieke omroepen gratis moet zijn, maar zijn betaalde diensten in beperkte mate mogelijk. Zo mag de publieke omroep bijvoorbeeld 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. De commissie heeft geen eenduidig antwoord gegeven op deze vraag. Zij stelt dat digitalisering van omroeparchieven gepaard gaat met extra kosten. Tegelijkertijd stelt ze dat het publiek niet twee keer voor dezelfde inhoud zou moeten betalen en dat er een risico bestaat dat het on-line beschikbaar stellen van archiefmateriaal ten koste gaat van eventuele herhalingen van hetzelfde materiaal op open kanalen. De Zweedse overheid moet nog dit jaar in haar voorstellen aan het parlement over de verlenging van de licentie voor de publieke omroep met een uitspraak over dit onderwerp komen.

Een derde mogelijkheid is dat de publieke omroep hun content (tegen betaling) beschikbaar stellen aan derden, bijvoorbeeld kabelmaatschappijen, ISPs of telecombedrijven, die zich daarmee als aantrekkelijke provider voor consumenten kunnen profileren. Voor publieke omroepen geldt dat zij hun content in principe aan alle belangstellenden onder gelijke voorwaarden en niet exclusief beschikbaar mogen stellen. Wanneer zij dit wel zouden doen, lopen zij het risico dat zij zich daarmee dienstbaar maken aan winst van derden. Dit is op grond van mediawettelijke bepalingen en Europese mededingingsregels niet toegestaan. In het algemeen geldt dat publieke omroepen voor dergelijke zakelijke overeenkomsten aan beperkingen zijn gebonden. De Europese Commissie lijkt nu als richtlijn te gaan kiezen dat publieke omroepen eigen auteursrechten moeten exploiteren door hiervoor kosten in rekening te brengen aan distributeurs, juist om concurrentievervalsing met commerciële aanbieders te voorkomen.

In Vlaanderen presenteert de VRT de website vrtnieuws.net als een nieuw breedbandkanaal. De VRT stelt de inhoud van deze site, inclusief videomateriaal ter beschikking aan internetproviders, die het bij hun abonnees afleveren. Op dit moment heeft VRT een samenwerkingsovereenkomst met Telenet en Belgacom ADSL via Skynet. Voor de abonnees van deze breedbandinternetproviders zijn de programma's in streaming video beschikbaar, voor anderen alleen in de vorm van slide shows bij de geluidsband.

De Nederlandse publieke omroep heeft een overeenkomst met UPC die de themakanalen van de publieke omroep in zijn digitale pakket heeft opgenomen. De publieke omroep onderhandelt daarnaast met andere kabel- en telecombedrijven.

De ruimte die publieke omroepen op dit terrein krijgen van toezichthouders, mediawet of Europa is nog niet uitgekristalliseerd. Voor een deel gaat het om constructies en public-private partnerships waarvan de precieze inhoud en voorwaarden nog in onderhandeling zijn of die plaatsvinden in het kader van experimenten. De discussie hierover zal de komende jaren ongetwijfeld toenemen.

5 Toegankelijkheid en herkenbaarheid

Digitalisering leidt in technisch opzicht tot minder schaarste aan frequenties en netwerkcapaciteit. De publieke omroep wordt daardoor in theorie minder afhankelijk van doorgifteverplichtingen om het publiek toegang tot zijn kanalen te garanderen. In het overvloedige digitale aanbod dienen zich echter nieuwe vragen aan rond de toegankelijkheid van de publieke omroep. Is het aanbod voldoende zichtbaar en vindbaar, is het zonder extra kosten voor de eindgebruikers beschikbaar, en onder welke voorwaarden stellen netwerkbeheerders de programma's en diensten van publieke omroepen beschikbaar? Hier zijn onder andere doorgiftebepalingen en de positionering van publieke omroepen op EPG's, digitale platforms en webportals van netwerkbeheerders en ISPs in het geding.

5.1 Elektronische Programma Gidsen en portals

Digitale televisiehuishoudens hebben via kabel en satelliet toegang tot tientallen, zo niet honderden kanalen. Ondanks het groeiende aanbod besteden veel mensen in de praktijk het grootste deel van hun kijktijd aan een beperkt aantal zenders. De kanalen die bij het gros van de kijkers op de eerste tot vijfde plaats staan, zijn meestal de publieke en commerciële general interest kanalen in de eigen taal. Daarna versnipperen voorkeuren over talloze andere kanalen met ieder relatief kleine marktaandeelen. In een uitdijend aanbod is het voor publieke omroepen moeilijker om zichtbaar en vindbaar te blijven. Zappen door een aanbod van honderden kanalen wordt steeds minder mogelijk en mensen maken minder gebruik van complete programmaoverzichten in gidsen en kranten voor het maken van programmakeuzes. Kijkers zullen meer gebruik gaan maken van elektronische programmagidsen en andere manieren om op de hoogte te worden gesteld van programma-aanbod. Daarom wordt de positie van de publieke omroep op Elektronische programma gidsen (EPGs) en webportals belangrijker.

In het verleden hadden de BBC en BSkyB een conflict over dit onderwerp. Kijkers die bijvoorbeeld via de EPG van BSkyB op het trefwoord sport zochten, kregen alleen de sportkanalen van BSkyB als resultaat en niet de afzonderlijke sportwedstrijden van de BBC op de general interest kanalen. Inmiddels bestaan er in Groot-Brittannië regels over dit onderwerp. De Britse toezichthouder OFCOM heeft een nieuwe gedragscode gepubliceerd, aansluitend op de Europese Telecomrichtlijnen, die onder andere de positie van de publieke omroep op EPGs regelt. Aanbieders van EPGs moeten Public Service Broadcasters een positie van *'appropriate prominence'* op de EPG geven en moeten hun werkwijze met betrekking tot (voorwaarden voor) plaatsing en vormgeving van programma-informatie op de EPG publiceren¹². Deze code geldt voor alle Public Service Broadcasters, dus behalve voor de BBC kanalen ook voor Channel 4, 5 en ITV en SC4. De gedragscode bevat tevens voorschriften over voorzieningen voor doven en slechthorenden en mensen met visuele beperkingen.

Op de tot nu toe relatief simpele EPGs van de Nederlandse kabelexploitanten staat de publieke omroep op de eerste drie plekken, in de EPG van Canal+ hebben Nederland 1, 2 en 3 kanaal 11 tot en met 13 toebedeeld gekregen en gaan zij vooraf door onder andere de kanalen van Canal+ zelf.

¹² Source: Statement on Code on Electronic Programme Guides, Statement by Ofcom, 24 July 2004.

5.2 Doorgifteverplichtingen

In een aantal landen bestaan zogenaamde must-carry verplichtingen voor de doorgifte van publieke kanalen via kabel en/of satellietnetwerken. Daarmee wordt gegarandeerd dat in de schaarse analoge frequentieruimte altijd plaats is voor de publieke omroep en dat deze altijd voor iedereen beschikbaar is. De regelgever legt deze verplichtingen meestal op aan de distributienetwerken die in een bepaalde markt een dominante positie hebben (in Groot-Brittannië de satelliet, in Nederland, Duitsland, België en Zweden de kabel). Vraag is of doorgifteverplichtingen in een digitale omgeving gehandhaafd moeten worden, uitgebreid naar digitale kanalen of juist verminderd of afgezwakt.

In Vlaanderen zijn in mei 2004 de must-carry bepalingen gewijzigd om ze in overeenstemming te brengen met de nieuwe Europese Telecomrichtlijnen. Kabelexploitanten zijn nu verplicht om alle bestaande analoge radiozenders en alle televisieprogramma's van de Vlaamse publieke omroep door te geven. Voor DVB-T geldt alleen een may-carry bepaling. Dat wil zeggen dat de publieke omroep zijn kanalen moet aanbieden als de platformbeheerder ze wil doorgeven.

In Zweden vindt een discussie plaats 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 wordt binnenkort verwacht. Volgens de huidige bepalingen gelden de must-carry bepalingen voor de publieke kanalen SVT1 en SVT2 en de commerciële omroep TV4, en indien er digitale kanalen zijn, de digitale versies van deze kanalen plus een extra kanaal. Voorstel is om dit uit te breiden naar de digitale versies van de analoge kanalen plus twee extra kanalen, waardoor het volledige huidige digitale aanbod van publieke zenders en TV4 onder de must-carry bepalingen zou vallen, maar niet eventuele toekomstige nieuwe digitale kanalen.

De doorgifteplicht verschaft de publieke omroep een relatief sterke onderhandelingspositie ten opzichte van netwerkbeheerders, maar biedt geen uitsluitel over alle economische en technologische voorwaarden voor doorgifte. Omroepen en netwerkbeheerders moeten nog steeds onderhandelen over onder andere de kosten voor doorgifte, de technische kwaliteit van doorgifte en de vraag wie verantwoordelijk is voor afdracht van auteurs- en naburige rechten (omroep of netwerkbeheerder). Duitse kabelbedrijven willen de programma's van de publieke omroep bijvoorbeeld in een digitaal pakket versleuteld doorgeven, terwijl de publieke omroep onversleuteld en gratis doorgegeven wil worden.

5.3 Herkenbaarheid merk publieke omroep

Op open netten is schaarste in zendtijd. Daarom is het belangrijk om besluitvorming over de productie van programma's te coördineren en de programma's slim te programmeren. Op internet speelt dit niet op dezelfde manier. In het digitale domein worden voorgeprogrammeerde kanalen en zenders minder bepalend voor het mediagebruik van mensen. Gebruikers bepalen zelf de plaats en het moment waarop zij de inhoud van hun keuze consumeren (dit maakt slim programmeren overbodig) en omdat er geen schaarste is, sluit het ene aanbod het andere niet uit. Op internet spelen echter andere problemen. Daar zijn schaarste aan middelen (voor inhoud en promotie) en aandacht (van publiek) een probleem. Mediagebruikers oriënteren zich in de zee van informatie en amusement op vertrouwde en betrouwbare bakens. Dit kunnen vertrouwenwekkende (publieke) instanties zijn of populaire merken. De BBC is voor

velen bijvoorbeeld een keurmerk voor kwaliteit, ook op internet. In veel landen behoren de websites van de publieke omroep (naast die van de grote ISPs) tot de top tien van meest bezochte sites. In het digitale domein is het echter moeilijker om de programma's en diensten van de publieke omroep als een geheel te presenteren. De invloed van schemabouwers en slimme trucs om programma's te programmeren neemt af. Veel organisaties zijn geïnteresseerd in het plaatsen van links op hun sites naar delen van de website van de publieke omroep. Telecomproviders en ISPs willen graag streaming audio en video van publieke omroepen op hun sites zetten om daarmee hun breedbandaansluitingen aantrekkelijk te maken en te promoten. Bepaalde programma's zijn daarbij aantrekkelijker dan andere, gezien vanuit de doelstellingen van providers om een bepaalde doelgroep te bereiken. Vaak willen ze daarom 'deeplinken' naar de voor hun website en doelgroep interessante onderdelen. Dat wil zeggen dat ze bijvoorbeeld naar de biografie van een populaire acteur of een item uit het nieuwsarchief van de omroep willen linken, maar niet per definitie naar de hoofdpagina van de publieke omroep. Gebruikers die hier terecht komen, komen er dan minder snel achter dat deze content van de publieke omroep afkomstig is.

Vraag is dus hoe *cherry-picking* wordt voorkomen en het 'merk' publieke omroep herkenbaar blijft. Een van de manieren om dit te doen is bijvoorbeeld via het logo van de publieke omroep. De BBC en de Nederlandse publieke omroep hebben hiertoe bijvoorbeeld eigen mediaplayers ontwikkeld die gebruikers moeten/kunnen installeren om de programma's af te kunnen spelen. De 'schil' van de player bevat het logo van de publieke omroep en verwijzingen naar andere kanalen/programma's/content van de publieke omroep. Een ander belangrijk punt is dat de publieke omroep de eindredactionele verantwoordelijkheid behoudt en invloed houdt op de context waarin wordt verwezen naar zijn programma's. Voorkomen moet worden dat de content van de publieke omroep gebruikt wordt voor doelstellingen die strijdig zijn met die van de publieke omroep. Denk bijvoorbeeld aan het aanbieden van (weblinks naar) de kinderprogramma's van de publieke omroep op websites met een overdaad aan reclame. Zodra de publieke omroep overeenkomsten afsluit met derden over het gebruik van zijn content, heeft de publieke omroep zelf minder direct controle over de context waarbinnen deze content verschijnt, en is het belangrijk om hier goede afspraken over te maken.

5.4 Standaardisering

Publieke omroepen kunnen 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. De overheid stelt bij de implementatie van nieuwe technieken door de publieke omroep vaak als voorwaarde dat publieke omroepen zoveel mogelijk gebruik maken van open, non-proprietary technologische standaarden. Dit garandeert dat producenten toegang hebben tot de benodigde soft- en hardware en dat ze hun programma's en diensten op dezelfde manier kunnen aanbieden aan omroepen en beheerders van distributienetwerken. Voor kijkers en gebruikers is standaardisatie gunstig omdat ze dan, ongeacht het netwerk waarop ze zijn aangesloten en de apparatuur die ze gebruiken, toegang hebben tot dezelfde diensten. In de omroepwereld spelen op dit moment onder andere discussies rond de standaarden voor interactieve televisie en HDTV.

Duitse publieke en commerciële omroepen hebben bijvoorbeeld de afspraak gemaakt dat zij al hun digitale en interactieve programma's baseren op DVB-MHP, de enige open en non-proprietary standaard voor interactieve televisie. In Zweden heeft de SVT

enkele diensten gelanceerd die gebaseerd zijn op MHP, waaronder een geavanceerde interactieve Teletext dienst. De SVT heeft evenals een aantal omroepen en telecombedrijven in andere Scandinavische landen de NorDig 2002 overeenkomst getekend, waarin de deze spelers aangeven te willen migreren naar een algemene, open standaard in deze regio voor de middleware (API) die interactieve diensten mogelijk maakt. In andere landen zijn dergelijke overeenkomsten (nog) niet gesloten.

6 Beleid Europese Commissie

Binnen de Europese Unie is een discussie gaande over de toegestane reikwijdte van nieuwe diensten aangeboden door publieke omroepen. De centrale 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. Het gaat hierbij om de toepassing van het Europese mededingingsrecht (waaronder staatssteunregelgeving) in relatie tot de nationale bevoegdheid en vrijheid van een lidstaat om taak en opdracht van publieke omroepen vast te stellen. Het beleid met betrekking tot de publieke omroep is in principe voorbehouden aan nationale overheden. In het protocol over de publieke omroep, gehecht aan het Verdrag van Amsterdam (1997), is bepaald dat de lidstaten bevoegd zijn om de taak en organisatie van de publieke omroep te bepalen en te voorzien in financiering daarvan. Met andere woorden: 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 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 een taak heeft op het terrein van internet, digitale omroep en andere nieuwe diensten dan is dit legitiem.

De Europese Commissie heeft in 2001 een Mededeling over de toepassing van staatssteunregels op de publieke omroep gepubliceerd, waarin rekening wordt gehouden met het Protocol bij het Verdrag van Amsterdam. In deze Mededeling (paragraaf 34) is aangegeven dat de publieke taak ook diensten kan omvatten die geen programma's zijn in de traditionele zin van het woord (bijvoorbeeld online diensten), voorzover daarmee wordt voldaan aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de maatschappij. De Commissie staat de publieke omroep dus een ruime omschrijving van de taakstelling toe. De taak moet echter zodanig precies zijn dat geen twijfel bestaat over de vraag of de activiteit onderdeel is van de publieke taak.

In 2002 keurde de Europese Commissie negen digitale kanalen van de BBC goed. Zij onderbouwde dit besluit onder andere met de volgende uitspraak: "public service broadcasters can develop and diversify their activities in the digital age, as long as they are addressing the same democratic, social and cultural needs".

In een aantal recente zaken volgt de Europese Commissie echter een andere lijn.

Met betrekking tot het BBC Digital Curriculum, een internetdienst met een educatieve doelstelling, vond de Europese Commissie dat deze dienst niet gerechtvaardigd kan worden op basis van de taak van de publieke omroep (2003). Wel kan volgens de Europese Commissie staatssteun aan een dergelijke dienst worden geoorloofd, als dit met het oog op educatieve doelstellingen wenselijk is. Dat de BBC deze dienst levert, is geaccepteerd omdat de Britse regering het aanbod aan nauw omschreven voorwaarden had verbonden. De Britse regering heeft als voorwaarden gesteld dat het educatieve internetaanbod van de BBC onderscheidend moet zijn van commercieel aanbod, aanvullend op wat de markt biedt en marktpartijen moeten tijdig op de hoogte zijn zodat zij hun marktstrategie kunnen aanpassen.

Over de chatrooms en spelletjes van de Deense omroep TV2 heeft de EC zich negatief uitgesproken. De EC beschouwt het exploiteren van websites met interactieve spelletjes en chatrooms als een commerciële activiteit die geen deel uit kan maken van de publieke taak.

Op 3 maart 2005 heeft de Europese Commissie naar aanleiding van klachten over staatssteun de Ierse, Duitse en Nederlandse publieke omroep verzocht om taakopdracht en financiering van de publieke omroep te verduidelijken¹³. Voor de Duitse en Nederlandse publieke omroep betrof de uitspraak onder andere de financiering van online diensten. De Europese Commissie stelt dat duidelijk in de wet moeten worden vastgelegd of en onder welke voorwaarden de publieke omroep nieuwe diensten mag leveren. Het vaststellen van de reikwijdte en de hoogte van de financiering aan nieuwe diensten mogen niet aan de publieke omroep zelf worden overgelaten. De EC betwijfelt met name of tegen betaling aangeboden SMS en i-mode diensten van de Nederlandse publieke omroep als publieke taak kunnen worden beschouwd.

In de toelichting op de eerdere besluiten in de Britse en Deense zaak verwijst de Europese Commissie niet langer naar het protocol bij het Verdrag van Amsterdam, maar naar algemene bepalingen inzake mededinging en staatssteun. Dit betekent dat in plaats van de maatschappelijke en culturele functie van de publieke omroep, marktcriteria bepalend worden in de besluitvorming over nieuwe diensten. Met andere woorden: het moet om een onderscheidend en aanvullend aanbod gaan, nauw verbonden aan de omroepactiviteiten en dat niet door commerciële marktpartijen geleverd kan worden. In een eerder besluit over het BBC nieuwskanaal (BBC News 24) stelde de Europese Commissie nog dat een zekere marktverstoring acceptabel was, zolang er een algemeen economisch en publiek belang mee gediend was. In het geval van BBC News 24 oordeelde de commissie dat de komst van het BBC de keuzemogelijkheden voor Britse kijkers en de pluriformiteit van het aanbod had vergroot. De grens aan staatssteun treedt dan pas op bij excessieve marktverstoring (het onmogelijk maken van concurrentie en nieuwe markttoetreders).

Volgens sommigen (Wiedeman, 2004) maakt de Europese Commissie in deze uitspraken de fout dat zij in haar beoordeling van de taak van de publieke omroep het effect op concurrentie betreft, terwijl het protocol van Amsterdam de bepaling en afbakening van de taak van de publieke omroep nadrukkelijk voorbehoudt aan de lidstaten.

De Europese Commissie lijkt in deze discussie ieder platform (distributiekanaal) echter als een aparte relevante markt te beschouwen, waarvan de technische en gebruiksmogelijkheden verschillen en die op die grond anders beoordeeld moeten worden. Zij kan dan tot de conclusie komen dat de publieke omroep op internet minder te zoeken heeft dan in het omroepdomein. Twee ambtenaren van de Europese Commissie erkennen in een artikel over deze kwestie dat de commissie in eerdere uitspraken een technologieneutrale benadering heeft gekozen. Tegelijkertijd vinden zij internetdiensten wezenlijk anders dan omroep. Onder andere omdat internetgebruikers gericht informatie kunnen zoeken, terwijl televisiekijkers zich meer laten leiden door de programmering van een zender als geheel. Ze kijken daardoor wellicht niet alleen naar het sportprogramma, maar ook naar de aansluitende documentaire. Dit vormde voor publieke omroepen een legitimatie om naast nieuws, informatie en cultuur ook sport en amusement te bieden. Deze redenatie gaat volgens hen voor internet niet op. Anderen bestrijden dit argument. Ook op internet kunnen aanbieders de gebruikers beïnvloeden in hun keuzes, door bijvoorbeeld het plaatsen van links of het toevoegen van achtergrondinformatie aan webpagina's rond sport of quizprogramma's. Meer fundamenteel is dat internet geen medium is dat naast radio en televisie komt; eerder

¹³ Zie persbericht van de Europese Commissie d.d. 03-03-05, IP 05/250.

gaan de drie media in elkaar op en wordt een crossmediale uitwerking van één programmaconcept steeds meer de norm. Tot slot klinkt hier het argument dat een publieke omroep die niet actief mag zijn op internet de aansluiting verlies met groeiende delen van het publiek, te beginnen met de jongste generaties.

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 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. Echter, bij een ruime wettelijke omschrijving, moet de introductie van nieuwe activiteiten wel aan een apart goedkeuringsproces worden onderworpen. Dat is zowel in Duitsland (Kinderkanal, Phoenix) als in Groot-Brittannië gebeurd. Ook in de reactie op de Nederlandse klacht accepteert de EC de ruime omschrijving, maar merkt vervolgens op dat onvoldoende is gewaarborgd dat nieuwe diensten aan de democratische, sociale en culturele behoeften worden getoetst. Met andere woorden: er moet per nieuwe dienst een afweging worden gemaakt, en het moet duidelijk zijn met welk budget dit gepaard gaat. Volgens de Europese Commissie kunnen sommige nieuwe diensten niet onder de publieke taak vallen (SMS, MMS, i-mode) omdat die diensten op individueel verzoek en tegen betaling (door een derde) ter beschikking worden gesteld. De Europese Commissie gaat er dus van uit dat over toestemming voor nieuwe diensten apart wordt besloten. Alleen in dat geval volstaat een algemene wettelijke omschrijving van de taakopdracht. In de Ierse zaak hebben de Ieren enige tijd terug aan de taakomschrijving toegevoegd 'any service for the benefit of the public'. Ook dit vindt de EC blijkens haar recente uitspraken onvoldoende, omdat er geen enkele relatie meer wordt gelegd met het verzorgen van programma's.

7 Samenvatting en Conclusies

Publieke omroepen zijn actief op het terrein van nieuwe diensten. Ze ontwikkelen websites, digitale themakanalen en bieden hun programma's op internet aan in streaming video en audio. Nationale overheden kennen de publieke omroep veelal een voortrekkersrol toe in de introductie van nieuwe diensten en stellen dat de publieke omroep ook op digitale platforms zijn publieke taak moet kunnen vervullen. Dit is vastgelegd in de taakopdracht aan de publieke omroep. Tegelijkertijd gelden beperkingen. Hoewel deze in ieder land anders zijn, komen ze in grote lijnen op het volgende neer. Digitale en online activiteiten moeten nauw verbonden zijn met de kerntaak van de publieke omroep en voor nieuwe digitale themakanalen en soms ook voor substantiële investeringen in andere nieuwe diensten moet de publieke omroep van tevoren toestemming vragen aan de regelgever. Daarnaast stellen financiële beperkingen grenzen aan activiteiten in het digitale domein. Tot nu toe is het beschikbare budget voor nieuwe diensten meestal slechts een gering percentage van het budget voor radio en televisie. De exacte omvang van de uitgaven is moeilijk vast te stellen, deels omdat publieke omroepen deze niet apart registreren, deels omdat redactionele werkzaamheden voor de diverse platforms overlappen. Op verschillende plaatsen is bijvoorbeeld sprake van nauwe samenwerking en soms zelfs integratie van de nieuwsredacties van televisie, radio en internet. Steeds vaker worden crossmediale concepten ontwikkeld voor televisie, internet, radio en andere media.

Digitale distributie van content kan leiden tot een groter bereik voor publieke omroepen en tot besparingen op kosten voor productie en distributie. Tegelijkertijd brengt digitalisering ook nieuwe kosten met zich mee, onder andere voor digitale opslag van content, voor bandbreedte en gebruik van servers en websites door bezoekers, voor digitalisering van audiovisuele archieven en voor auteursrechten. Om de investeringen in nieuwe diensten te kunnen financieren zijn publieke omroepen op zoek naar alternatieve inkomstenbronnen. Hiervoor worden onder andere de wettelijke mogelijkheden en economische rentabiliteit onderzocht van reclame, vergoedingen door gebruikers en overeenkomsten met netwerkbeheerders en ISPs voor het aanbieden van de programma's en diensten van de publieke omroep aan hun klanten. Publieke omroepen moeten hierdoor vaker dan voorheen onderhandelen met andere marktpartijen en opereren in toenemende mate in een commerciële omgeving.

Over de aard, omvang, financiering en regulering van nieuwe diensten van publieke omroepen in Europa is het laatste woord niet gesproken. Door de convergentie van media (radio en televisie gaan op in internet; of andersom) en de opkomst van crossmediale productie en programmering wordt het steeds lastiger vast te stellen wat 'oud' is en wat 'nieuw'. Daarmee wordt het ook lastiger om de publieke taak af te bakenen. De hoofdvraag is of voortaan publieke functies en *content* leidend zijn of dat er toch per distributieplatform moet worden geoordeeld. Discussie hierover speelt zich af op alle niveaus: binnen de publieke omroep, binnen de lidstaten en binnen de Europese Unie.

A Bijlage Digitale TV kanalen publieke omroepen

Countries	PSB analogue terrestrial channels	Extra channels on cable/DTH	PSB channels on DTT					
			No.	Name of TV channels	FTA (**)/pay	Simul-casting	Simul-casting DTH/cable	DTT only
Belgium, Flanders	2							
France								
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
Netherland	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

B Bronnen

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.

European Audiovisual Observatory

European Commission

EU Conference. The key role of public service broadcasting in European society in the 21st century, Amsterdam 1-3 September 2004

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.

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

Leurdijk, A. (2004). *Quick Scan Beleid publieke omroep in Europa, Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten*. TNO-STB, rapportnr. STB 04-39.

NM2, TNO (2005). New Media for a New Millenium, The Market Perspective, TNO and NM2 partners. www.ist-nm2.org.

Wiedeman, V. (2004). Public Service Broadcasting, State aid and the Internet. *Emerging EU Law. Diffusion Online*, 2004, nr. 47.

http://www.ebu.ch/CMSImages/en/__online_47_e_verana_bis_tcm6-18562.pdf

Interviews met:

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

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

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

Elke van Soom (beleidsmedewerker VRT), België/Vlaanderen.

Caroline Uyttendaele, (raadgever Media, Kabinet van de Vlaamse minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme), België/Vlaanderen.

Pascal Akbrechtkirchinger (ZDF, Europaburo), Duitsland.

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