

De voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA Den Haag

Den Haag	Ons kenmerk	Uw brief van	Uw kenmerk
25 oktober 2007	MLB/JZ/2007/41.262	3 oktober 2007	2070801110

Onderwerp

Vragen van de kamerleden Jasper van Dijk en
Gerkens (beiden SP)

Hierbij zend ik u het antwoord op de vragen van de kamerleden Jasper van Dijk en Gerkens (beiden SP) van uw Kamer inzake de inzet van publieke middelen voor promotie van een cd.

De vragen werden mij toegezonden bij uw bovenaangehaalde brief met kenmerk 2070801110.

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

dr. Ronald H.A. Plasterk

Antwoorden op de schriftelijke vragen van de kamerleden Jasper van Dijk en Gerkens (beiden SP) van de Tweede Kamer der Staten-Generaal aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de inzet van publieke middelen voor promotie van een cd (ingezonden d.d. 2 oktober 2007, kenmerk 2070801110)

1.

Vraag:

Is het waar dat men vanuit Radio 2 een bedrag van 40.000 euro investeerde in de vervaardiging van een cd van Trijntje Oosterhuis c.s. en daarvoor in ruil een percentage van de opbrengst uit de verkoop van platenmaatschappij EMI ontving?¹

Antwoord:

Volgens informatie van de publieke omroep heeft Radio 2 het genoemde bedrag besteed aan een *live* radioconcert van Trijntje Oosterhuis en het Metropole Orkest in het Beatrix theater in Utrecht en niet aan de productie van de cd. Het verzorgen van *live* radioconcerten valt binnen de publieke programmatische taak van de publieke omroep. De royalty's die Radio 2 heeft gekregen, vloeien voort uit een afspraak met EMI over het gebruik van het Radio 2 logo op de cd-hoes.

2, 4 en 5.

Vragen:

Vindt u het aanvaardbaar dat middelen van de publieke omroep op deze manier besteed worden? Zo neen, wat gaat u hiertegen ondernemen?

Bent u bereid om deze zaak te onderzoeken en tevens te onderzoeken of de publieke omroep vergelijkbare acties heeft ondernomen? Zo neen, waarom niet?

Wat gaat u ondernemen om te zorgen dat de publieke omroep geen publiek geld meer in activiteiten zoals het nieuwe album van Trijntje Oosterhuis c.s. investeert?

Antwoord:

De Mediawet bepaalt de spelregels voor de activiteiten van de publieke omroep en de financiering daarvan. Geld dat bestemd is voor de publieke taak mag niet voor andere zaken gebruikt worden. En publieke omroepen mogen niet dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden. Dat geldt voor alle activiteiten. Daar houdt het Commissariaat voor de Media doorlopend toezicht op. Dat strekt zich ook uit tot eventuele vergelijkbare acties. Ik heb inmiddels met het Commissariaat gesproken. Die onderzoekt de zaak nu grondig.

¹ Algemeen Dagblad, 29 september 2007.

3.

Vraag:

Vindt u het aanvaardbaar dat het product van deze artiesten is bevoordeeld, omdat het nummer veel meer airplay heeft gekregen dan artiesten waarbij Radio 2 geen financieel belang heeft?

Antwoord:

De programmering hoort onafhankelijk van commerciële belangen tot stand te komen. Radio 2 kiest de cd's van de week op basis van redactionele argumenten, waarbij creatieve en artistieke kwaliteit bepalend zijn. Financiële belangen spelen daar volgens de publieke omroep geen enkele rol. En dat hoort ook niet. De cd van Trijntje Oosterhuis heeft volgens de publieke omroep niet meer airplay gekregen dan de andere cd's van de week. Overigens kent radio een lange traditie van paradeplaten, alarmschijven, Radio Tour de France tourartiesten, weekartiesten, cd's van de week en wat niet al om extra aandacht aan een artiest, album of nummer te geven.

6.

Vraag:

Is het u bekend dat platenmaatschappijen en zogenaamde «pluggers» de omroepen geld of andere zaken bieden, bijvoorbeeld een reis naar het buitenland, ter promotie van nieuwe cd's? Zo ja, wat is daarover uw oordeel, aangezien dit ten nadele gaat van artiesten die zich dat niet kunnen veroorloven? Zo niet, kunt u uitsluiten dat platenmaatschappijen of pluggers geld of andere zaken bieden aan de publieke omroep om aandacht en zendtijd voor hun cd's te genereren?

Antwoord:

Het fenomeen "pluggen" is bekend en bestaat al sinds mensenheugenis. Het is ook niet verboden voor platenmaatschappijen of artiesten om omroepen te verleiden hun muziek te draaien. Het gaat erom hoe programmamakers bij de publieke omroep daar mee om gaan. Voorop staat dat de programma's van de publieke omroep onafhankelijk van de commerciële belangen van derden worden gemaakt. Zendtijd hoort niet gebruikt te worden voor het dienen van commerciële belangen, maar voor publieke programma's die vanuit redactionele, creatieve en artistieke kwaliteitsoverwegingen worden gemaakt. Dat is ook wettelijk vastgelegd. Hoe omroepen en hun medewerkers omgaan met verleidingen, in welke vorm dan ook, is een kwestie van integriteit. De Mediawet (artikel 56) en de integriteitscode van de publieke omroep zijn daar heel duidelijk in: omroepmedewerkers nemen geen kado's, diensten of beloften aan om iets te doen of te laten om derden te bevoordeelen. Ook voor bijvoorbeeld reizen op uitnodiging en kosten van derden bevat de integriteitscode regels. Die reizen worden altijd vooraf beoordeeld op belangenverstrengeling en functionaliteit. Het belang van de omroep is daarbij doorslaggevend.