

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

Den Haag
30 mei 2005

Ons kenmerk
MLB/M/2005/22991

Uw brief van
10 mei 2005

Uw kenmerk
2040514450

Onderwerp
vragen van het lid Örgü

Bijlage(n)
antwoorden

Hierbij zend ik u, mede namens de staatssecretaris van Financiën en de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, het antwoord op de vragen van het lid van uw Kamer Örgü inzake gesubsidieerde televisie-uitzendingen.

De vragen werden mij toegezonden bij uw bovenaangehaalde brief met kenmerk 2040514450.

De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

mr. Medy C. van der Laan

Antwoorden op de schriftelijke vragen van het lid Örgü (VVD) aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, mevrouw Van der Laan, de staatssecretaris van Financiën en de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over gesubsidieerde televisie-uitzendingen. (Ingezonden 6 mei 2005; nummer 2040514450)

Vraag 1

Gaat SBS6 op 10 mei aanstaande een – door de Kamer geïnitieerd – avondvullend programma (getiteld «Hart voor een ander, de nationale donoractie») uitzenden?

Antwoord 1

Ja. Deze uitzending heeft inmiddels plaatsgevonden.

Vraag 2

Deelt u de mening dat het verzorgen van een dergelijk avondvullend tv-programma, waarin kijkers worden opgeroepen zich aan te melden als orgaandonor, een publieke omroepfunctie is?

Antwoord 2

Nee. Het betreft hier de concrete uitvoering van overheidscommunicatie en niet de uitvoering van de taakopdracht van de publieke omroep.

Vraag 3

Draagt de rijksoverheid financieel bij aan de totstandkoming van deze uitzending op SBS6? Zo ja, welk bedrag is hiermee gemoeid? Welke overwegingen liggen aan deze beslissing het programma op SBS6 financieel te steunen ten grondslag? Welke overwegingen liggen aan deze beslissing het programma niet via de publieke omroep uit te zenden ten grondslag?

Antwoord 3

Aan de totstandkoming van het programma heeft, conform de Aanwijzingen voor coproducties van overheid en omroep (kamerstukken II, 2003/2004, 29 200 III, nr. 21), het ministerie van VWS financieel bijgedragen. Deze bijdrage bedraagt € 289.450,84.

Tijdens de behandeling van het wetsvoorstel Wijziging Wet op de orgaandonatie op 12 april jl. is aangedrongen op een zo spoedig mogelijke landelijke actie met daarbij de ondersteuning met een televisie-uitzending met als doel het bevorderen van het aantal registraties in het Donorregister. Binnen dit korte tijdsbestek is een landelijke voorlichtingsactie tot stand gekomen, te weten een mailing met het donorformulier naar 6.5 miljoen huishoudens, een initiatief van de Nierstichting en de Hartstichting en met medewerking van andere bij orgaandonatie betrokken fondsen, NIGZ-Donorvoorlichting, het Donorregister en het ministerie van VWS.

Het televisieprogramma haakt aan bij deze landelijke mailing. In het programma staat centraal het actief bevorderen (onder meer door de inzet van een telefoonpanel) dat burgers hun donatiewens via het donorformulier kenbaar maken. Daarnaast gaf het programma de gelegenheid tot het geven van informatie over en het wegnemen van misverstanden rondom orgaandonatie.

Voor het realiseren van deze voorlichtingsinspanning bood binnen de genoemde korte termijn de zender SBS6 goede mogelijkheden, waaronder programmering op prime-time. Daarnaast bood het programmaformat in combinatie met het zenderprofiel goede garanties op een publieksbereik waarmee overeenkomstig verricht onderzoek de meeste winst is te behalen voor wat betreft het registreren in het Donorregister.

Vraag 4

Deelt u de mening dat het uitzenden van «de nationale donoractie» op SBS6 het publieksbereik van met gemeenschapsgeld gefinancierde programma's ten goede komt?

Antwoord 4

Bij coproducties is het publieksbereik, en vaak speciaal van bepaalde doelgroepen, een belangrijk onderdeel van de communicatiestrategie. Daarom is in het overheidscommunicatiebeleid de keuze voor de publieke of commerciële omroep als partner bewust vrijgelaten. Gelet op de omstandigheden die in het antwoord op vraag 3 zijn genoemd, was de keuze voor SBS6 een goede.

Vraag 5

Herinnert u zich de antwoorden op mijn schriftelijke vragen inzake een gesubsidieerd televisiedebat op RTL4?

Antwoord 5

Ja.

Vraag 6

Deelt u in het licht van deze nieuwe ontwikkeling de mening dat gesubsidieerde uitzendingen op commerciële zenders het publieksbereik van met gemeenschapsgeld gefinancierde programma's ten goede kunnen komen? Zo ja, kunt u aangeven op welke wijze een optimaal publieksbereik kan worden gerealiseerd en welke budgettaire consequenties dat kan hebben voor de publieke omroep?

Antwoord 6

Er is naar mijn oordeel geen sprake van een nieuwe ontwikkeling maar het voortzetten van bestaand beleid ten aanzien van coproducties. Zie verder het antwoord 5 van de beantwoording van uw vragen waaraan u in de vorige vraag refereert.

Vraag 7

Wordt de publieke omroep gekort op de omroepbijdrage met een bedrag gelijk aan de bijdrage van de overheid aan de totstandkoming van de hierboven genoemde uitzending op SBS6, aangezien de opdracht om programma's met gemeenschapsgeld te maken bij de publieke omroep ligt? Zo neen, waarom niet?

Antwoord 7

Nee. Er bestaat geen verband tussen de financiering van de publieke omroep op grond van de Mediawet en de financiering van coproducties door de rijksoverheid en de door haar bekostigde instellingen. De publieke omroep heeft verder niet de verplichting om geheel met eigen middelen coproducties met de overheid te maken. Overigens heeft ook de publieke omroep ruimschoots aandacht besteed aan het onderwerp organdonatie.

Vraag 8

Overweegt de Belastingdienst een eigen tv-programma te (laten) maken om burgers te informeren over fiscale toeslagen? Zo ja, overweegt de belastingdienst ten faveure van een groot bereik een dergelijk tv-programma op de commerciële omroep uit te zenden?

Antwoord 8

Zoals reeds in de rapportage over het project Toeslagen over maart 2005 (kamerstukken II, 2004-2005, 29 800 IXB, nr. 22, bijlage III) is gemeld, onderzoekt de Belastingdienst wat de mogelijkheden zijn voor een televisieprogramma van vijf minuten. Het gaat om zogenaamde 'infomercials', wat langere, informatieve televisiespots. Op dit moment ligt er nog geen concreet plan, omdat alle mogelijkheden nog worden bekeken. Als de infomercials er komen, dan zijn ze gericht op een doelgroep die sterk op televisie is georiënteerd.