



Tweede werkconferentie samenwerking publieke omroep en culturele instellingen

Prof. mr. dr. Madeleine de Cock Buning

Commissariaat voor de Media

27 april 2010



Opmaat

- CvdM als toezichthouder
 - ziet toe op *naleving* Mediawet
 - geeft zich rekenschap van het maatschappelijk en economisch *Umfeld*
- Samenwerking kent 2 mediarechtelijke smaken
 - Niet gelijkwaardige samenwerking:
 - Sponsoring (externe inbreng groter)
 - Nevenactiviteit
 - Gelijkwaardige samenwerking



Samenwerking: uitgangspunten

- Publieke media-instellingen mogen niet dienstbaar zijn aan het maken van meer dan normale winst door een samenwerkingspartij.
- Publieke media-instelling moet zijn redactionele onafhankelijkheid bewaren.



Sponsoring

- Iedere bijdrage van een derde aan de totstandkoming of aankoop van het media-aanbod
- Regels gelden voor alle media-aanbod (programma's, internet)
 - Zie ook www.cvdm.nl > regelgeving > beleidsregels: beleidsregels sponsoring publieke omroep (BSPO)
- Sponsoring PO is verboden, met uitzondering van media-aanbod:
 - van culturele aard;
 - van educatieve aard;
 - bestaande uit verslag sportevenement, of
 - bestaande uit verslag evenement t.b.v. ideële doeleinden.

(Uitzondering geldt weer niet indien: nieuws, actualiteiten, politieke informatie en kinderprogramma's.)



Nevenactiviteiten

Mediawet 2008 kent:

- Publieke media-opdracht (art. 2.1)
- Nevenactiviteiten (art. 2.132)
- Verenigingsactiviteiten



Nevenactiviteiten

- Activiteiten (incl. deelnemingen) die **niet rechtstreeks** verband houden met het verzorgen van media-aanbod
- Alleen na voorafgaande toestemming Commissariaat
- Alleen toestemming als:
 1. verband publieke media-opdracht;
 2. marktconform, én
 3. kostendekkend.



Verruiming samenwerkingsmogelijkheden publieke media-instellingen en culturele instellingen

In 2009 zijn de mogelijkheden voor samenwerking tussen publieke media-instellingen en culturele instellingen verruimd.

Belangrijke vragen hierbij zijn:

- Over wat voor soort samenwerking gaat het?
- Voor wie geldt het?
- Waar bestaan de verruimingen uit?



Soort samenwerking

Het gaat om crossmediale samenwerking.

Crossmediale samenwerking is programmatische samenwerking tussen publieke media-instellingen en culturele instellingen.

Onder **programmatische samenwerking** verstaan wij:

- content uitwisseling;
- redactionele, en
- technische samenwerking.



Voor wie geldt het?

Het gaat om crossmediale samenwerking tussen publieke media-instellingen (landelijk, regionaal en lokaal) en culturele instellingen.

Culturele instellingen: uitvoerders van podiumkunsten (waaronder toneel, cabaret, muziek), musea, bioscoop en filmhuis, culturele centra, culturele festivals, erfgoedinstellingen ondersteunende instellingen.

- NB: het gaat om instellingen en niet over uitingsvormen.



Waar bestaan de verruimingen uit?

Verruimingen:

- gelijkwaardige vorm van crossmediale samenwerking;
- gebruik merknaam in titelprogramma;
- nevenactiviteit zelfde naam als programmatitel.



Gelijkwaardige vorm van crossmediale samenwerking (I)

- Een gelijkwaardige vorm van samenwerking wordt niet aangemerkt als een nevenactiviteit en hoeft dus niet de toets op relatie, kostendekkendheid en marktconformiteit te doorstaan, en evenmin aangemerkt als sponsoring.
 - De publieke media-instelling draagt een vergelijkbaar deel bij aan de samenwerking als de externe partner.
 - Bij de beoordeling van gelijkwaardigheid worden zowel financiële, personele als immateriële zaken betrokken.
 - Bij een gelijkwaardige samenwerking zou het moeten gaan om het gezamenlijk opzetten van een activiteit, waarbij bij aanvang gebruik wordt gemaakt van elkaars expertise.



Gelijkwaardige vorm van crossmediale samenwerking (II)

Verder dient de samenwerking te voldoen aan:

- De omroep dient de samenwerking bij het Commissariaat te melden.
- De omroep dient een samenwerkingsovereenkomst aan te gaan.
- De omroep moet duidelijk maken hoe de keuze van de partij waarmee de desbetreffende omroep wil samenwerken tot stand is gekomen, waarbij aangetoond wordt dat zorgvuldig is omgegaan met de belangen van derden.
- Wanneer er sprake is van een exclusieve samenwerking geldt een maximale samenwerkingsperiode van 3 jaar, met eventueel de mogelijkheid tot verlenging, zodat ook andere partijen een kans kunnen krijgen.
- De onafhankelijkheid van de omroepredactie is gegarandeerd.



Gelijkwaardige vorm van crossmediale samenwerking (III)

Na drie jaar moet de omroep aangeven wat de effecten zijn geweest, op basis hiervan beoordeelt het Commissariaat of er nog steeds sprake is van een gelijkwaardige vorm van samenwerking, dan wel dat deze alsnog als sponsoring dan wel als nevenactiviteit moeten worden aangemerkt.

Niet gelijkwaardige vorm van samenwerking is alleen toegestaan als:

- Aan de sponsorvoorwaarden wordt voldaan in het geval dat de externe partij een grotere inbreng heeft dan de omroep.
- Aan de voorwaarden voor nevenactiviteiten wordt voldaan (dus in het geval dat de relatie-, marktconformiteit- en kostendekkendheidstoets succesvol worden doorlopen).



Gebruik naam in titel programma

Volgens artikel 2.89 van de Mediawet mogen programma's van de publieke omroep geen vermijdbare reclame uitingen bevatten die onmiskenbaar tot gevolg hebben dat de afname van producten of diensten wordt bevorderd. Daaronder valt ook het vertonen van bedrijfsnamen en logo's in de titel.

Toch is het wel mogelijk dat namen van samenwerkingspartijen in de titel verschijnen:

- **De naam van een culturele instelling**

Het noemen van de naam van een culturele instelling wordt niet beschouwd als reclame en is altijd toegestaan in de titel van een programma. Het maakt daarbij niet uit of het programma door de culturele instelling wordt gesponsord.

Voor het noemen van een product/dienst van een culturele instelling was voorheen ontheffing van het reclameverbod nodig. Nu nieuwe beleidsregel in de maak.



Gebruik naam in titel programma

- **De naam van product/dienst van een culturele instelling**
Het is toegestaan om een televisieprogramma dezelfde naam te geven als een product/dienst van een culturele instelling, mits het daarbij gaat om een cultureel programma, danwel een verslag van een productieproces van een film/voorstelling.

Dit gold overigens al voor een titel van een boek, film of voorstelling.

Overige voorwaarden:

- voor culturele programma's geldt dat ze niet worden gesponsord door de rechthebbenden van het boek, de film of de voorstelling;
- 'making of' programma's mogen in het geheel niet worden gesponsord;
- aanhakende reclame moet worden voorkomen.



Samenvattend

- Gelijkwaardige samenwerking is toegestaan mits:
 - aannemelijk wordt gemaakt dat sprake is van gelijkwaardigheid;
 - samenwerking gemeld wordt bij CvdM;
 - samenwerkingsovereenkomst wordt aangegaan, aan CvdM verstrekt;
 - keuze samenwerking wordt toegelicht;
 - redactionele onafhankelijkheid wordt gegarandeerd;
 - evaluatie na 3 jaar.
- Niet gelijkwaardige samenwerking is alleen toegestaan als:
 - aan de sponsor voorwaarden wordt voldaan;
 - aan de voorwaarden voor nevenactiviteiten wordt voldaan.
- Verder is mogelijk:
 - vermelden van naam van een culturele instelling in de titel van een programma;
 - vermelding van producten of diensten van culturele instelling in titel;
 - positief recenseren;
 - vermelden hoeveel kaartjes er over zijn, incl. prijs.
 - Niet mag: oproep tot bezoek aan culturele voorstelling.