

Hoge Naarderweg 78 IIII 1217 AH Hilversum IIII
 Postbus 1426 IIII 1200 BK Hilversum IIII cvdm@cvdm.nl IIII www.cvdm.nl IIII
 T 035 773 77 00 IIII F 035 773 77 99 IIII

De minister van Onderwijs,
 Cultuur en Wetenschap
 de heer dr. Ronald H.A. Plasterk
 Postbus 16375
 2500 BJ DEN HAAG

Datum
 29 september 2009

Onderwerp
 Advies erkenningaanvragen

Uw kenmerk

Ons kenmerk
 18895/2009014195

Ministerie van OCW	
E-doc Nr.	
Datum Reg.	1-10-2009
Directie	
Ter behandeling aan:	
<input checked="" type="checkbox"/> Advies aan/afdoening door bewindspersoon	
<input type="checkbox"/> Advies aan/afdoening door lid MT-OCW	
<input type="checkbox"/> Afdoening op directieniveau	
<input type="checkbox"/> Ter kennisneming	
Contactpersoon	Doorkiesnummer
Jan Vesselman-Bosch	+31 (0)35 773 7709

1) m
 2) DSCM
 3) MLB

Geachte heer Plasterk,

Voor de komende erkenningperiode, die loopt van september 2010 tot en met 31 december 2015, zijn de bestaande omroepverenigingen en nieuwe initiatieven in de gelegenheid gesteld een aanvraag in te dienen voor toekenning van een (voorlopige) erkenning. In de daarvoor aangewezen periode ontving het Commissariaat aanvragen van alle acht omroepverenigingen die nu al een definitieve erkenning hebben, van de twee aspirant omroepverenigingen LLiNK en MAX en van de twee nieuwe initiatieven PowNed en Wakker Nederland, dat momenteel onder de naam WNL opereert. Wij hebben alle aanvragen doorgeleid naar uw ministerie, naar de Raad voor Cultuur en naar de raad van bestuur van de publieke omroep, welke laatste twee daarover net als het Commissariaat advies zullen uitbrengen.

Bij brief van 13 juli 2009 heeft u ons formeel om advies gevraagd. Bij deze adviesaanvraag hoorde een "handreiking bij de beoordeling van aanvragen voor erkenning als omroepvereniging". Wij hebben ons advies zoveel mogelijk ingericht langs de lijnen van deze handreiking.

Wij beginnen ons advies met een algemene beschrijving van de wijze waarop het Commissariaat bij het opstellen van het advies te werk is gegaan. In het bijzonder staan wij stil bij de gekozen benadering van het begrip 'stroming' en het toetsingskader voor de beoordeling van de governance bij de verenigingen. Daarnaast geven wij aan hoe het oordeel tot stand is gekomen over het onderscheidend karakter en de bijdrage aan de verscheidenheid binnen de publieke omroep, die met name een rol spelen bij het advies over de aspirant omroepen en de nieuwe initiatieven.

In deze brief besteden wij allereerst aandacht aan het voldoen aan de formele criteria die de wet stelt aan omroepverenigingen en hun aanvragen.

In de bijlage volgt de motivering van het advies over de aanvragen van alle individuele aanvragers.

De advisering over de omroepverenigingen die al langere tijd een erkenning hebben zullen wij beknopt houden. Bij de advisering over de twee aspirant omroepverenigingen en de twee nieuwe initiatieven ontkomen wij er niet aan om wat meer tekst te gebruiken.

1. Indieningstermijn en volledigheid aanvragen

De periode waarin aanvragen kunnen worden ingediend is vastgelegd in de Mediaregeling 2008. Artikel 25b van deze regeling bepaalt dat de omroepen van 27 juli tot en met 31 juli 2009 hun belangstelling voor een (voorlopige) erkenning kenbaar kunnen maken.

Wij hebben vastgesteld dat nagenoeg alle omroepen in de genoemde periode hun aanvraag hebben ingediend. Twee omroepverenigingen, de AVRO en de EO, waren met het indienen iets te vroeg. Wij verbinden daar geen consequenties aan omdat op het moment van indiening de Erkenningwet al door de Eerste Kamer was aangenomen en er geen enkele aanleiding is te veronderstellen dat de omroepen een beroep zouden willen doen op behandeling volgens het oude wettelijke regime.

De Mediawet 2008 schrijft voor dat aanvragen vergezeld moeten gaan van een beleidsplan en van de statuten van de vereniging. Alle aanvragers hebben aan deze eis voldaan.

2. Ledental

Op grond van artikel 2.25 van de Mediawet 2008 kunnen omroepverenigingen alleen voor een erkenning in aanmerking komen als zij in de voorafgaande periode een erkenning of een voorlopige erkenning hebben gehad en daarnaast over een ledental beschikken van ten minste 150.000 personen. Nieuwe initiatieven die een voorlopige erkenning aanvragen moeten minimaal 50.000 leden aan zich weten te binden.

De leden moeten volgens artikel 2.27 van de Mediawet 2008 zestien jaar of ouder zijn, in Nederland woonachtig zijn en hun contributie aan de vereniging van ten minste € 5,72 betaald hebben.

Het Commissariaat heeft de wettelijke taak de telling van het aantal leden uit te voeren. Om uitvoering van die taak mogelijk te maken hebben alle aanvragers hun ledenbestand ter beschikking gesteld. Uit deze bestanden is vervolgens per omroep een aselechte steekproef getrokken van 500 leden.

Een uitzondering hierop vormden de omroepverenigingen LLiNK en AVRO. Omdat er enige twijfel bestond over de kwaliteit van hun ledenadministratie voor een op de Mediawet gebaseerde ledentelling, is voor deze verenigingen gekozen voor een aselechte steekproef van 1000 leden.

Bij besluiten van 2 juli 2009 heeft het Commissariaat vastgesteld dat de omroepverenigingen die opteren voor een definitieve erkenning op de door u vastgestelde peildatum van 1 april 2009 allemaal het daarvoor vereiste minimum aantal leden van 150.000 hebben behaald. De twee nieuwe omroepinitiatieven hebben de drempel van 50.000 leden gehaald. De precieze ledenaantallen zijn opgenomen in onderstaande tabel.

Tabel 1: Ledental omroepverenigingen op peildatum 1 april 2009

Omroep	Ledental
AVRO	403.522
BNN	303.306
KRO	456.490
EO	439.293
MAX	238.770
NCRV	365.909
TROS	465.455
VARA	360.356
VPRO	362.340
LLiNK	152.796
Powned	52.249
WNL	59.501

3. Rechtsbevoegdheid

Een verdere formele eis die de Mediawet 2008 stelt is dat aanvragers van een erkenning verenigingen met volledige rechtsbevoegdheid moeten zijn. Zoals gezegd hebben alle aanvragers hun verenigingsstatuten overgelegd. Deze zijn alle vastgelegd in een notariële akte waaruit geen beperking van rechtsbevoegdheid blijkt. Alle aanvragers voldoen derhalve aan de formele eis van de Mediawet.

4. Stroming

Voor alle omroepverenigingen en dus ook voor hen die al lange tijd een plaats in het omroepbestel hebben, geldt de eis dat zij een bepaalde in de statuten omschreven stroming moeten vertegenwoordigen. Voor nieuwe initiatieven komt daar nog bij dat hun toegevoegde waarde mede tot uitdrukking moet komen door vertegenwoordiging van een nieuwe stroming, ook wel aangeduid als het werken vanuit een andere maatschappijvisie of overtuiging dan de andere reeds in het bestel aanwezige omroepen.

Tot aan de cyclus waarin wij ons nu bevinden werd over het begrip 'stroming' tamelijk makkelijk heengestapt. Veelal volstond een verwijzing naar de uitspraak van de toenmalige Afdeling voor de geschillen van bestuur van de Raad van State in de Veronica zaak in 1975. Kort gezegd komt deze er op neer dat als enkele tienduizenden personen de keuze maken om door betaling van contributie duidelijk te maken dat zij een omroepvereniging ondersteunen, het ervoor gehouden moet worden dat er dan sprake is van een bepaalde stroming in de zin van de wet.

Uit de geschiedenis van de totstandkoming van de Erkenningwet blijkt dat gekozen is voor terugkeer naar een meer inhoudelijke benadering van het stromingbegrip.

Naast hetgeen daarover in de Memorie van Toelichting bij de Erkenningwet is gezegd expliciteert de Nota naar aanleiding van het verslag wat de wetgever voor ogen staat bij de aanscherping van het stromingbegrip. Er is uitgelegd dat mensen zich tegenwoordig op verschillende manieren organiseren. Enerzijds zijn er de klassieke stromingen die zich kenmerken door een specifieke levensbeschouwing en daarmee samenhangende overtuigingen en activiteiten. Daarnaast bestaan lossere verbanden rond onderwerpen of levensstijlen, zoals milieuorganisaties en subculturen van jongeren. De ontwikkeling van alomvattende naar meer selectieve stromingen heeft volgens de regering al zijn weerslag gehad op de toelating van nieuwe omroepverenigingen.

De openheid van het bestel betekent echter niet dat elke omroep die een niche weet te vinden toegelaten kan worden. Mede omdat publieke zendtijd niet bedoeld is om alleen de eigen achterban te bedienen, maar een bredere weerklank moet hebben, blijft het begrip stroming in de wet breed gedefinieerd.

Ondanks de toelichtingen waarmee de regering gepoogd heeft duidelijkheid te verschaffen over de invulling van het stromingbegrip, blijft het Commissariaat het moeilijk vinden om een eenduidige definitie van het begrip 'stroming' te formuleren. Het blijft voor ons lastig om van een nieuw initiatief vast te stellen of het een stroming vertegenwoordigt en of deze een andere is dan de stromingen die zijn vertegenwoordigd door omroepverenigingen die al een erkenning hebben. Wij hebben nog overwogen om deskundigen op het terrein van de sociologie te raadplegen, maar hebben daarvan afgezien omdat duidelijk werd dat geen sociaal wetenschapper zijn vingers aan de materie wil branden.

In uw adviesaanvraag van 13 juli 2009 maakt u het ons iets makkelijker. Zonder eerst in zijn algemeenheid te definiëren wat nu precies een stroming is, kunnen wij volstaan met de beoordeling of uit de zelfdefinitie van de identiteit van een omroepvereniging blijkt of zij werkt vanuit een samenhangende maatschappijvisie of overtuiging. Wat de nieuwe initiatieven betreft kan de zelf beschreven identiteit en achterban vergeleken worden met die van de bestaande omroepen.

Overeenkomstig de handreiking in de adviesaanvraag hebben wij op basis van de in de statuten beschreven identiteit beoordeeld of er een bepaalde maatschappelijke, culturele of geestelijke stroming wordt vertegenwoordigd. De nieuwe initiatieven hebben wij vergeleken met de omroepverenigingen die qua identiteit waarschijnlijk het dichtst tegen hen aanliggen. Voor PowNed is dat BNN en voor WNL de AVRO en de TROS.

Daarnaast hebben wij toch enig gewicht toegekend aan het getalscriterium uit de Veronica uitspraak van de Raad van State. Dat tienduizenden mensen in een tijd waarin lid worden van een vereniging allerminst een vanzelfsprekendheid is toch bereid zijn om hun affiniteit met een omroepvereniging tot uitdrukking te brengen, is naar onze mening op zijn minst een ondersteunende indicatie voor de aanname dat we met een stroming te maken hebben.

5. Toegevoegde waarde

Nieuwkomers dienen zich niet alleen op het gebied van de stroming waar zij voor staan te onderscheiden van de al bestaande omroepen. Zij moeten ook op programmatisch gebied en in het bereik van bepaalde doelgroepen toegevoegde waarde meebrengen. In voorgaande adviezen en besluiten over toetreding van nieuwe omroepen is programmatische toegevoegde waarde beoordeeld aan de hand van vormgeving, toon en stijl van de voorgenomen programmering. Deze elementen waren veelal doorslaggevend en niet vernieuwing naar inhoud en strekking waarvan in de wet sprake is. Met de invoering van de Erkenningswet wil de regering terug naar de oorspronkelijke bedoelingen.

Omdat pluriformiteit niet alleen relevant is in het aanbod, maar ook in de afname is het bereik van bepaalde doelgroepen het volgende aspect van toegevoegde waarde.

Toegevoegde waarde op het gebied van stroming, programmatische vernieuwing en doelgroepenbereik zijn drie cumulatieve vereisten voor toetreding van nieuwe omroepverenigingen.

Het Commissariaat heeft ter voorbereiding op zijn advies contact gezocht met de NPO over het verkrijgen van relevante gegevens. De NPO heeft ons informatie verstrekt over ondermeer de programmagenres waarin de nieuwe initiatieven zich willen onderscheiden en het gemeten bereik van de publieke omroep bij de diverse doelgroepen. Wij hebben dus net als PowNed en WNL zelf doen aangehaakt bij de leefstijlgroepen die de NPO al geruime tijd hanteert.

Van LLiNK en MAX moet worden vastgesteld of zij hebben waargemaakt wat bij de toetreding tot het bestel in 2005 is toegezegd. Voor het oordeel over de twee aspirant omroepen die nu opteren voor een definitieve erkenning hebben wij ons in belangrijke mate georiënteerd op het rapport van de visitatiecommissie. Daarnaast hebben wij uiteraard gebruik gemaakt van onze eigen ervaringen met deze omroepen in de afgelopen jaren en van openbare bronnen als de cijfers over internetbereik die STIR publiceert.

Tot slot hebben wij LLiNK, MAX, PowNed en WNL in de gelegenheid gesteld om hun voornemens in een hoorzitting toe te lichten.

6. Bijdrage aan publieke taakopdracht

In de advisering is op het punt van de bijdrage aan de publieke taakopdracht gekeken naar het programma-aanbod dat op televisie door de publieke omroep als geheel wordt verzorgd, uitgaande van de programmacategorieën die de NPO zelf hanteert. Er is hierbij gebruik gemaakt van de gegevens halverwege de lopende erkenningperiode, te weten 2007. Het aanbod van de publieke omroep als geheel zag er toen als volgt uit.

Tabel 2: Aanbod op televisie publieke omroep als geheel in programmacategorieën (2007)

	Aandeel per categorie (in %)
Serieuze non fictie	38
Human interest	14
Sport	9
Overige non fictie	4
Fictie (drama)	22
Amusement	7
Muziek	5
Totaal	100

In de adviezen wordt beschreven op welke wijze de omroepverenigingen bijdragen aan deze programmacategorieën.

7. Naleving Mediawet

In de advisering is de mate waarin de omroepverenigingen de Mediawet naleven voor het Commissariaat als toezichthouder op de publieke omroep een specifiek aspect. Per individuele omroep is in kaart gebracht hoe vaak het Commissariaat corrigerend heeft moeten optreden en wat de aard van de overtredingen was. Het gedrag is afgezet tegen dat van de andere omroepverenigingen.

8. Governance

Zoals bekend hecht het Commissariaat bijzonder belang aan de inrichting van de bestuurlijke organisatie van de omroepverenigingen. Het is al weer enkele jaren geleden dat wij het thema van *good governance* nadrukkelijk op de agenda hebben geplaatst. Zonder de aanleiding daarvoor in dit bestek nogmaals uitgebreid te bespreken brengen wij in herinnering dat in de toezichtpraktijk bij verschillende gelegenheden grote vraagtekens geplaatst moesten worden bij de wijze waarop omroepinstellingen hun interne organisatie hadden ingericht.

De richtlijnen van de publieke omroep voor integriteit en goed bestuur hebben wij altijd onvoldoende gevonden, omdat het om aanbevelingen gaat en niet om dwingende voorschriften.

Wij zien het als een welkome aanvulling dat nu in de Erkenningwet artikel 2.142a is opgenomen, waarin is vastgelegd dat alle instellingen binnen het publieke bestel, waaronder de omroepverenigingen, hun bestuurlijke organisatie zodanig inrichten dat er een helder onderscheid is tussen het dagelijks bestuur en het onafhankelijk toezicht daarop. De verenigingen dienen zoveel als mogelijk de aanbevelingen uit de code te volgen. Deze bevat volgens artikel 2.3 van de wet in elk geval aanbevelingen voor de bestuurlijke organisatie, waaronder bestuurlijk toezicht, een beloningskader, gedragsregels voor integer handelen van bestuurders en medewerkers, gedragsregels voor publieke en transparante verantwoording en verslaglegging, procedures voor de melding van vermoedens over mogelijke misstanden en regels voor toezicht op naleving van de gedragscode.

Om misverstanden over de intenties van de wetgever voor te zijn benadrukt de toelichting bij de wet dat zorg voor goed bestuur geen zaak meer is van intenties en vrijblijvendheid, maar een nadrukkelijke opdracht van de wetgever.

Het Commissariaat heeft in een eerder stadium een notitie uitgebracht waarin is beschreven aan welke minimum voorwaarden van *good governance* de omroepverenigingen naar ons oordeel zouden moeten voldoen. Deze notitie is ook onder de aandacht gebracht van uw ministerie.

De uitgangspunten van de notitie hebben wij vertaald in een checklist, met behulp waarvan wij de bestuurlijke organisatie van de omroepen die een aanvraag indienden hebben beoordeeld. Van alle omroepen is nagegaan of er een bestuur is, of er deskundigheidseisen zijn gesteld aan bestuurders en of de taken en werkwijze van het bestuur afdoende zijn vastgelegd. Voorts is beoordeeld of een apart toezichthoudend orgaan (een raad van toezicht of een ledenraad) tegenwicht biedt aan het bestuur. Dit toezicht moet voldoende gescheiden zijn van het bestuur en de taken en bevoegdheden van het toezichthoudende orgaan moeten toereikend zijn voor het slagvaardig uitoefenen van het toezicht. Van belang is ook dat de toezichthouders onafhankelijke deskundigen zijn, die bij voorkeur worden benoemd als zij voldoen aan eisen die in een profielschets zijn vastgelegd.

Verantwoording en transparantie zijn verdere aspecten die zijn beoordeeld. Er moet in ieder geval een verantwoordingsbeleid zijn opgesteld dat inzicht biedt in het beleid dat de omroep hanteert en in de prestaties van bestuurders. In het kader van transparantie is het Commissariaat nagegaan of de omroep er een regeling op nahoudt op basis waarvan belanghebbenden informatie kunnen verkrijgen over beleidsvoorbereiding, uitvoering en procedures die hen aangaan, alsmede over de overwegingen van beslissingen die over hen zijn genomen. Salarisbeleid en een regeling voor de openbaarheid van topinkomens zijn eveneens onderwerpen die bij de beoordeling van de mate van transparantie aan de orde komen.

Integriteit is een belangrijk onderwerp als het gaat om *good governance*. Het Commissariaat heeft beoordeeld of de omroep een integriteitsbeleid heeft vastgesteld en welke onderwerpen daarin behandeld worden. Te denken valt aan de aanwezigheid van een vertrouwenspersoon, een klokkenluidersregeling, maatregelen tegen belangenverstrengeling, de omgang met giften en geschenken en een onafhankelijke inkoopprocedure.

Tot slot hebben wij in de toetsing aandacht geschonken aan de marktactiviteiten van de omroepverenigingen en de omgang met potentiële strijdigheden met (Europese) regelgeving op dit punt.

9. Advies

Op grond van de overwegingen die u in de bijlage bij deze brief aantreft, heeft het Commissariaat besloten u te adviseren de aanvragen om toekenning van een erkenning van de AVRO, BNN, EO, KRO, NCRV, VARA en VPRO te honoreren.

Over de aanvraag van de TROS adviseren wij negatief, met dien verstande dat de erkenning niet zou moeten worden verleend dan nadat de TROS op overtuigender wijze dan zij in het beleidsplan doet, duidelijk maakt dat zij de Mediawet zal naleven.

Over de aanvraag van aspirant omroep LLiNK adviseren wij negatief, omdat beloftes die bij toetreding tot het bestel zijn gedaan niet zijn ingelost. Tevens hebben wij de financiële en organisatorische situatie bij ons oordeel betrokken.

De aanvraag van MAX is positief beoordeeld, onder het voorbehoud dat zij een scheiding aanbrengt tussen bestuur en toezicht.


Ten aanzien van de aanvraag van het nieuwe initiatief PowNed adviseren wij u een voorlopige erkenning te verlenen.

Over de aanvraag van WNL hebben wij zodanige aarzelingen dat wij voorshands nog niet tot een positief advies kunnen komen.

Hoogachtend,
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,



prof. dr. Tineke Bahlmann
voorzitter



prof. dr. Jan van Cuilenburg
commissaris

AVRO

1. Stroming

In artikel 2.2 van de statuten is de stroming van de AVRO als volgt beschreven: *De vereniging beoogt die stromingen in het Nederlandse volk te vertegenwoordigen die een democratische samenleving voorstaan, gebaseerd op vrijheid, verdraagzaamheid en persoonlijke verantwoordelijkheid.*

De missie van de AVRO luidt als volgt: *De onafhankelijke AVRO stimuleert de vrijheid in onze samenleving door 'content' crossmediaal aan te bieden vanuit een ruimdenkende levenshouding.* Deze missie is weer geconcretiseerd in wat de AVRO haar positionering noemt. Deze is: *De AVRO daagt uit, inspireert en geeft concrete 'tools' om mensen ondernemer te laten zijn van hun eigen leven, samen met anderen.* De missie en positionering zijn vervolgens vertaald naar drie thema's die de identiteit van de AVRO bepalen en waarmee de AVRO zich profileert: Kunst & Cultuur, Gezondheid en Duurzaamheid. De AVRO gebruikt in zijn communicatie als pay-off 'Voor een breder beeld'. Uit in opdracht van de AVRO uitgevoerd imago-onderzoek is gebleken dat het publiek de AVRO in de eerste plaats op het gebied van Kunst en Cultuur weet te herkennen en te waarderen.

De AVRO is zich naar aanleiding van opmerkingen in het visitatierapport (pag. 204) intern aan het beraden over het aanscherpen van de missie en positionering en de aansluiting van haar thema's daarop.

2. Doel van de vereniging

In artikel 2.1 van de statuten omschrijft de AVRO haar doel als volgt: *De vereniging stelt zich ten doel, ter uitvoering van de taak van de publieke omroep bedoeld in de Mediawet, op landelijk niveau een programma voor algemene omroep te verzorgen en alle activiteiten met betrekking tot programmaverzorging en uitzending te verrichten die daartoe nodig zijn.*

3. Invloed van leden op het beleid

Een voorwaarde om in aanmerking te komen voor erkenning, is het op democratisch aanvaardbare wijze aan de leden geven van invloed op het beleid van de omroepvereniging. Via de verenigingsraad (VR) hebben de leden een stem in de koers van de AVRO. De VR heeft in 2008 een toezichthoudende rol gekregen. De VR geeft goedkeuring aan de strategische plannen, begrotingen en statuten. De VR is verantwoordelijk voor goedkeuring van het jaarverslag en vaststelling van de jaarrekening, en het verlenen van decharge aan de bestuurders voor het in het betreffende boekjaar gevoerde beleid. Tevens benoemt (of ontslaat) hij de bestuursleden en houdt toezicht op het bestuur. De VR bestaat uit twaalf provinciale commissies, met elk vier of vijf leden. De VR bestaat dus uit minimaal achtenveertig en maximaal zestig leden. De VR kent hiernaast nog enkele vaste commissies die een voorbereidende rol hebben binnen de VR, zoals de commissie bestuurlijke aangelegenheden en de financiële en auditcommissie. De VR-leden zijn gekozen door de leden van de AVRO en vertegenwoordigen hen. Alle AVRO-leden hebben bovendien het recht de jaarvergadering bij te wonen en daar het woord te voeren.

Hiernaast zet de AVRO zich ook op andere manieren in om interactie met leden en kijkers te bevorderen, onder meer door te werken met publiekspanels, het organiseren van evenementen rond programma's en het aanbieden van internetfora rondom programma's en de AVRO thema's.

Vermeldenswaardig is ook het voornemen om het project Ledenbinding verder te intensiveren. Dit is een onderzoek naar alternatieve vormen voor het in kaart brengen en meten van maatschappelijke binding.

4. Het programmabeleid en de identiteit van de AVRO

De AVRO beschrijft in haar beleidsplan 2010 – 2015 hoe het programmabeleid en het te verwachten media-aanbod er in hoofdlijnen uit zal zien de komende periode. De AVRO profileert zich op de drie thema's Kunst & Cultuur, Gezondheid en Duurzaamheid, die gezamenlijk onder de noemer 'Quality of Life' vallen. De eerste twee thema's zijn vertrouwde AVRO thema's waarmee zij al een lange traditie heeft. Het derde thema, duurzaamheid, is relatief nieuw en voortgekomen uit het oude thema 'Dier en Natuur'.

Naast de profilering op thema's zet de AVRO in op vergroten van de interactiviteit met het publiek en uitbreiding van het aantal platforms. Dit wil de AVRO bereiken door internettoepassingen en nieuwe media in toenemende mate crossmediaal in te zetten. De AVRO brengt ook programma's die niet in de benoemde drie thema's vallen. Ze biedt ook programma's voor een breed publiek, in de vorm van actualiteit, drama, evenementen, jeugdproducties en amusement in toegankelijke formules met een hoog bereikpotentieel.

De AVRO is voornemens om haar doelstelling om mensen ondernemer van hun eigen leven te laten zijn, zo veel mogelijk in de nieuwe (en bestaande) programma's te verweven. Zo zal bijvoorbeeld binnen de gezondheidsgerelateerde programma's het accent verschuiven van het berichten over beperkingen en ziektes naar de mogelijkheden om hiermee om te gaan.

De AVRO kent veel samenwerkingsverbanden met culturele instellingen. In dit verband is opgevallen dat de AVRO zich profileert met uitzendingen van talentenjachten rondom musicals, als laagdrempelige en populaire vorm van cultuur. De hiervoor gehanteerde samenwerking met musicalproducenten heeft de aandacht van het Commissariaat getrokken en vormde aanleiding voor nader onderzoek. In september 2009 heeft het Commissariaat zijn beleid ten aanzien van samenwerking tussen publieke omroepen en culturele instellingen kenbaar gemaakt. Specifiek voor auditieprogramma's ten behoeve van theaterproducties zullen binnenkort nog nader uitgewerkte aandachtspunten worden gepresenteerd.

De AVRO signaleert in haar beleidsplan een spanning tussen het realiseren c.q. het bijdragen aan de collectieve doelstellingen van de NPO enerzijds en het realiseren van de eigen missie anderzijds. Zo stelt de AVRO bijvoorbeeld dat de beschikbare middelen voor Kunst en Cultuur beperkt zijn en dat de cultuurprogrammering van de AVRO alleen op peil kan worden gehouden met behulp van derde geldstromen en dotaties vanuit de eigen bijdrage van de AVRO. Met een te verwachten groeiend aantal omroepen de komende periode en de daarmee gepaard gaande verlaging van de budgetten per omroep, verwacht de AVRO dat het lastiger zal worden om de eigen missie op een hoog ambitieniveau aan de doelstellingen van de netten te verbinden. Hiernaast uit de AVRO zorgen over het als aparte merken ontwikkelen van netten en internetportalen van de publieke omroep, en de steeds verder gaande inhoudelijke bemoeienis van de NPO met de programma's van de omroepen. Dit alles zou bedreigend kunnen zijn voor de eigen identiteit van de (AVRO) programma's.

5. Het programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De visitatiecommissie beoordeelt de AVRO onder meer positief op de aandacht voor Kunst & Cultuur, de kwaliteit van het programma aanbod, het hanteren van goed herkenbare thema's, het onderzoek naar nieuwe mogelijkheden voor maatschappelijke binding en het werken met publiekspanels.

De visitatiecommissie concludeert dat de AVRO zich houdt aan de doelstellingen van de publieke omroep voor het bereik en het kijktijdaandeel van de verschillende televisienetten. Ook werkt de AVRO loyaal mee aan de doelstellingen van de radiozenders en werkt ze samen met een groot aantal andere omroepen, in vele (gezichtsbepalende) producties. De visitatiecommissie heeft ook kritische bevindingen gedaan, die onderstaand verder zijn uitgewerkt. Hierbij volgt een beschrijving van de wijze waarop de aandachtspunten door de AVRO zijn geadresseerd.

Over het televisieaanbod van de AVRO stelt de visitatiecommissie in haar rapport: *De AVRO hanteert goed herkenbare thema's voor haar televisieaanbod. De vertaling van de vrij algemene en abstracte missie van de omroep naar de gekozen thema's laat vragen open. De thema's zijn nogal algemeen en zijn niet uniek voor de AVRO, zoals ook de vorige visitatiecommissie al constateerde. De keuze voor deze thema's lijkt eerder voort te komen uit traditie, dan uit inhoudelijke overwegingen. Hierdoor is de AVRO niet altijd even herkenbaar en onderscheidend. De AVRO meldt in haar beleidsplan 2010 – 2015 dat zij deze opmerking ter harte heeft genomen en dat in reactie hierop intern de discussie is gestart over het versterken van de verbinding tussen missie en de gekozen thema's. De AVRO stelt dat de huidige missie zich beter leent voor opinie en debat dan voor de profilering op de gekozen inhoudelijke thema's. Naar verwachting zal de positionering in de toekomst dan ook nog meer leidend worden, waarbij het begrip "empowerment" centraal komt te staan. Deze discussie moet zich echter nog verder uitkristalliseren. De verwachting van de AVRO is dat deze niet zal leiden tot majeure wijzigingen, maar mogelijk wel tot accentverschuivingen.*

Een andere kanttekening van de visitatiecommissie is dat de AVRO onvoldoende onderneemt om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren. Het is in de ogen van de commissie voor de AVRO als omroep zonder ideologische of religieuze achtergrond lastiger om aansluiting te vinden bij het maatschappelijk middenveld. Op dit kritiekpunt is de AVRO niet expliciet ingegaan. Wel geeft de AVRO in het beleidsplan aan hoe zij zich zal inzetten voor verdere verankering in de samenleving, onder meer door evenementen rond programma's te organiseren en de leden van de vereniging op nieuwe manieren met de AVRO te verbinden.

De visitatiecommissie heeft ook opgemerkt dat de AVRO geen schermbepalende gezichten op televisie heeft. De AVRO stelt dat aangezien de presentatoren een uitermate belangrijke rol spelen in de herkenbaarheid en zichtbaarheid van het merk en het imago van de AVRO, het presentatorenbeleid op dit punt nog verder aangescherpt zal worden. In de brochure die de AVRO onlangs heeft gepresenteerd bij de start van het nieuwe TV-seizoen 2009 – 2010 is te zien dat veel aandacht is besteed aan de personen die de komende tijd als de gezichten van de AVRO zullen fungeren.

De commissie merkt op dat de door de AVRO benoemde doelgroep 'bewust actieve kijker / luisteraar' om verdere verduidelijking vraagt. Hier is in het beleidsplan van de AVRO geen expliciete aandacht aan besteed. Over het diversiteitsbeleid rapporteert de commissie dat de AVRO inspanningen doet om de diversiteit van het personeelsbestand te vergroten, maar dat dit nog te weinig resultaat oplevert. Ook in het programma aanbod constateert de visitatiecommissie onvoldoende aandacht voor diversiteit. De AVRO heeft dit zelf ook opgemerkt en heeft in het beleidsplan toegelicht hoe de diversiteit de komende periode vergroot zal worden, onder meer door dit in haar strategisch HRM-plan uit te werken.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De AVRO onderschrijft de door de NPO geformuleerde missie om zoveel mogelijk mensen te bereiken met programma's die ergens over gaan en ergens voor staan en die de kwaliteit hebben burgers met elkaar te verbinden en hun levens te verrijken. De AVRO stelt dat zij vanuit haar kernwaarden Vrijheid, Verdraagzaamheid en Verantwoordelijkheid een positieve bijdrage aan de taakopdracht en missie van de publieke omroep als geheel levert.

Om haar positie binnen de publieke omroep te versterken heeft de AVRO ervoor gekozen waar mogelijk minder uit te besteden en meer titels zelf te creëren en te produceren, met de verwachting dat dit de kwaliteit en creativiteit in eigen huis vergroot.

De omroepverenigingen zonden op televisie in 2007 in totaal 12.190 uur uit. De AVRO was verantwoordelijk voor 1.772 uur. De AVRO bracht in 2007 veel serieuze non-fictie (54% van haar programma's valt in deze categorie) en scoort in deze categorie het hoogst van alle omroepen. In vergelijking met de andere omroepen heeft de AVRO het minste human interest uitgezonden. De AVRO bracht in verhouding veel muziek en ook meer drama dan gemiddeld.

Bij de ontwikkeling van het programmabeleid voor televisie voor de komende jaren volgt de AVRO het meerjarenbeleid van de NPO. In het beleidsplan van de AVRO is onder meer vermeld dat de voornemens op het gebied van drama, voor de AVRO een speerpunt binnen het thema Kunst & Cultuur, goed aansluiten op de strategie van de NPO. De AVRO heeft de ambitie om Nederlands drama te ontwikkelen voor alle netten, inclusief jeugd drama voor Z@pp. Ook op de radio draagt de AVRO bij aan het aanbod van de publieke omroep. De AVRO wil haar programma's crossmediaal aanbieden, wat betekent dat meerdere platforms (radio, tv, internet, print, etc.) worden ingezet bij het overbrengen van een verhaal. De AVRO wenst haar internettoepassingen de komende periode nog beter aan te laten sluiten op het veranderende mediagedrag van het publiek. Zo zal de aanwezigheid op verschillende platforms (als YouTube, mobiel en sociale netwerksites) worden vergroot.

7. Naleving van de Mediawet

In het beleidsplan 2010 – 2015 schrijft de AVRO dat zij zich met al haar activiteiten houdt aan de Mediawet. Nevenactiviteiten zal de AVRO alleen na goedkeuring door het Commissariaat voor de Media ontplooiën. In de periode van 2005 tot en met 2008 heeft de AVRO in totaal vijf boetes van het Commissariaat gekregen. Dit betrof drie maal het ongeoorloofd maken van reclame, verder eenmaal niet toegestane sponsoring en eenmaal dienstbaarheid aan winst door derden. Als wij de NPO als geheel in onze analyse buiten beschouwing laten en alle boetes in de genoemde periode optellen, dan staat de AVRO op de tweede plaats. De AVRO kreeg met vijf boetes zelfs het hoogste aantal boetes opgelegd. In de vorige erkenningsperiode van 2000 tot 2005 kreeg de AVRO in totaal slechts één boete opgelegd.

Op het vlak van de financiële verantwoording heeft het Commissariaat het toezicht de afgelopen jaren aangescherpt. Het Commissariaat heeft vastgesteld dat de AVRO haar jaarrekening niet volledig in overeenstemming met de eisen van het Handboek Financiële Verantwoording had ingericht. Daarnaast heeft de AVRO haar nevenactiviteiten niet altijd tijdig aangemeld en had de AVRO nevenactiviteiten die niet kostendekkend waren. De AVRO heeft hierop passende maatregelen genomen in lijn met de aanwijzingen van het Commissariaat. Er loopt nog een onderzoek door het Commissariaat naar een in 2007 en 2008 door de AVRO aan een derde verstrekte lening.

Het Commissariaat heeft in 2008 volgens het hiervoor opgestelde protocol een review laten uitvoeren op de werkzaamheden door de accountant van de AVRO in het kader van de controlewerkzaamheden op de jaarrekening 2006. De conclusie van deze review luidde dat de accountant van de AVRO de controle op goede wijze had uitgevoerd.

8. Governance

De AVRO geeft in het beleidsplan 2010 – 2015 aan alle richtlijnen van de Code Goed Bestuur na te leven. Een belangrijke stap die in dit verband in 2008 is genomen, was het inrichten van een nieuw bestuursmodel met een getrappt toezicht, zonder een aparte Raad van Toezicht. In het bestuursmodel zijn nieuwe verantwoordelijkheden gedefinieerd voor de drie reeds bestaande bestuurlijke organen van de AVRO: de verenigingsraad, het bestuur en de directie van het omroepbedrijf. Kort samengevat houdt in dit model de verenigingsraad toezicht op het bestuur. Het bestuur geeft leiding aan de vereniging en houdt toezicht op de directie van de AVRO. De directie van het omroepbedrijf is verantwoordelijk voor de uitvoering van de werkzaamheden van de AVRO.

Blijkens de statuten (artikel 16.9) is de bestuursvoorzitter in principe de rol toegekend van voorzitter van de verenigingsraad. Dit kan echter de onafhankelijkheid van de verenigingsraad als toezichthoudend orgaan inperken en is niet conform richtlijn 1, artikel 31, van de Code Goed Bestuur. Dat de bestuursvoorzitter optreedt als voorzitter van de verenigingsraad is wel door de AVRO genoemd in het beleidsplan, maar dat dit een afwijking is van richtlijn 1 en waarom hiertoe is besloten, is niet verder uitgelegd. Zo'n uitleg zou wel passen gezien het principe van "pas toe of leg uit" dat geldt bij de aanbevelingen van richtlijn 1. Ook het door het voltallige bestuur bijwonen en aan de beraadslagingen deelnemen van de bijeenkomsten van de verenigingsraad, wat statutair zo is geregeld, kan de onafhankelijkheid van de toezichthoudende taak van de verenigingsraad inperken. De aanwezigheid van bestuursleden kan op zijn plaats zijn als het gaat om informatieoverdracht. Hier zijn echter ook andere werkwijzen voor te bedenken. Volgens richtlijn 1, artikel 24, van de Code Goed Bestuur, dient het toezichthoudend orgaan in elk geval tenminste eenmaal per jaar buiten aanwezigheid van het besturend orgaan het functioneren van het bestuur te bespreken.

Hiernaast is opgevallen dat de verenigingsraad voor een toezichthoudend orgaan uit een groot aantal leden bestaat (tussen de 48 en 60 personen). Dit kan een effectieve en efficiënte uitvoering van de toezichthoudende rol in de weg staan. Bovendien zijn er geen specifieke deskundigheidseisen gesteld aan de leden van de verenigingsraad, wat het risico geeft van een ontoereikend kennisniveau. In de statuten is overigens wel de instelling van een financiële en auditcommissie voorzien, als vaste commissie van de verenigingsraad. Als een dergelijke commissie goed functioneert, kan dit de genoemde risico's verkleinen.

De AVRO verschaft transparantie over de salarissen van de topbestuurders. De AVRO stelt dat zij wat betreft het beloningsbeleid van toppresentatoren al sinds twee jaar de Balkenende-norm als maximum hanteert. Er is (nog) niet conform richtlijn 1, artikel 21, van de Code Goed Bestuur, in het jaarverslag een verslag van de toezichthoudende activiteiten van de verenigingsraad en/of de financiële en auditcommissie opgenomen.

9. Programmastatuut

Sinds 2005 zijn de publieke media-instellingen verplicht in overeenstemming met de werknemers die zijn belast met de samenstelling van het media-aanbod een programmastatuut (of in termen van de Mediawet 2008: redactiestatuut) tot stand te brengen waarin de journalistieke rechten en plichten van die werknemers zijn geregeld.

De AVRO hanteert al vanaf 1992 een programmastatuut. De meest recente versie dateert van 8 oktober 2001 en zal volgens opgave van de AVRO dit najaar herijkt worden. Het huidige programmastatuut is verouderd, onder andere vanwege organisatiewijzigingen, het niet meer werken met Tribunes en de komst van een nieuwe Mediawet. In het erkenningsadvies uit 2005 gaf het Commissariaat de AVRO in overweging om het programmastatuut opnieuw vast te stellen. Door een wijziging in de Mediawet was namelijk voortaan voorgeschreven dat het programmastatuut in overeenstemming met het personeel dient te worden vastgesteld, wat bij de AVRO niet het geval was. Navraag bij de AVRO heeft uitgewezen dat er in 2005 is gewerkt aan het herijken van het programmastatuut en dat dit ver gevorderd was. Door bestuurswisselingen in diezelfde periode is het echter niet daadwerkelijk bekrachtigd, waardoor het programmastatuut thans nog steeds niet voldoet aan de wettelijke vereisten.

10. Bereidheid tot samenwerking

De AVRO heeft in haar beleidsplan 2010 – 2015 vijf niveaus van samenwerking beschreven. Om te beginnen de samenwerking met de NPO bestelbreed en inhoudelijke samenwerking met andere publieke omroepen (voornamelijk rondom de thema's) zoals de TROS, VPRO, NPS, NPO en Teleac. Daarnaast werkt de AVRO op programmaniveau samen met regionale omroepen, is er internationale samenwerking rondom onder andere het Junior Songfestival en werkt de AVRO samen met de KRO en de NCRV in de Stichting AKN om kostenbesparing en vergroting van de efficiency te bereiken.

11. Conclusie en advies

Het Commissariaat is van mening dat de AVRO op het gebied van het vertegenwoordigen van een stroming voldoet aan de Mediawet, maar er goed aan doet om de komende jaren daadwerkelijk de door haar aangekondigde aanscherping van missie en positionering en de aansluiting van hun thema's daarop, ter hand te nemen.

Wij zijn verheugd te zien dat er in het besturingsmodel van de AVRO een scheiding is aangebracht tussen bestuur en toezicht. Wij zien in het gekozen besturingsmodel nog wel enkele aandachtspunten ten aanzien van de onafhankelijkheid en het kennisniveau van de verenigingsraad als toezichthoudend orgaan.

De toename van het aantal door het Commissariaat opgelegde boetes naar vijf boetes in vier jaar, lijkt erop te wijzen dat de AVRO zich in de afgelopen vijf jaar minder goed aan de Mediawet is gaan houden. Wij beschouwen dit als een zorgelijke ontwikkeling. Bij de AVRO zien wij bovendien de trend om in toenemende mate met culturele instellingen en andere externe partijen samen te werken, wat het risico op overtreding van de Mediawet vergroot. Hiervan getuigt bijvoorbeeld de boete die wij hebben opgelegd in verband met niet toegestane reclame in het programma Bank Giro Loterij Restauratie. Wij verwachten dat de AVRO, zoals toegezegd in het beleidsplan, ook bij dit soort samenwerkingsverbanden goed zal bewaken dat zij zich aan de mediawettelijke vereisten houdt.

Het Commissariaat stelt vast dat de AVRO aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeen stemt. Overige in de wet genoemde weigeringgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de AVRO de gevraagde erkenning voor de periode 2010 – 2015 te verlenen.

BNN

1. Stroming

De stroming die Bart's Neverending Network (BNN) zich ten doel stelt te vertegenwoordigen is in de statuten omschreven als de jonge generaties die thans en in de toekomst niet in voldoende mate aan hun trekken komen bij de huidige publiek omroep. In haar programma's zal BNN in het bijzonder aandacht besteden aan de plaats en de verantwoordelijkheid van de jongeren in de samenleving. In het Beleidsplan 2010-2015 (hierna: Beleidsplan) is de doelgroep van BNN nader benoemd: jongeren tussen 15 en 35 jaar; een groep die steeds belangrijke keuzes moet maken; keuzes op het gebied van studie, werk, relatie, kinderen, woonplek.

In het statutaire doel is de zinsnede opgenomen dat jongeren nu en in de toekomst in onvoldoende mate aan hun trekken komen bij de huidige publieke omroep. BNN maakt inmiddels ruim 10 jaar deel uit van deze publieke omroep. De desbetreffende zinsnede veronderstelt derhalve dat BNN haar doel nimmer zal bereiken of nimmer over voldoende uren zal beschikken. Niettemin hebben, door lid te worden, meer dan 300.000 mensen laten blijken zich te herkennen in de doelstellingen en uitgangspunten van BNN. De visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep (hierna: de visitatiecommissie) geeft aan in haar rapport *De Publieke Omroep: Het spel, de spelers, het doel (2004-2008)* dat BNN de kritiek van de vorige visitatiecommissie op de lacunes in de omschrijving van de missie, de doelstellingen, het onderscheidend karakter en de doelgroepen ter harte heeft genomen. Een tweetal identiteitsdocumenten, waarin de kernwaarden zijn vastgelegd, vormen nu het uitgangspunt voor het aanbod. Voorts stelt de Visitatiecommissie vast dat BNN voldoende onderneemt om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren.

Wij stellen vast dat BNN mede op grond van haar statuten een bepaalde maatschappelijke stroming vertegenwoordigt en zich in haar media-aanbod richt op in de samenleving levende maatschappelijke behoeften.

2. Doel van de vereniging

In artikel 3, eerste lid, van de statuten omschrijft BNN het doel van haar vereniging.

BNN stelt zich het verzorgen van een omroepprogramma in de zin van de Mediawet ten doel.

BNN stelt zich voorts ten doel met inachtneming van het bij of krachtens de Mediawet bepaalde andere programma's te verzorgen en distributievormen te bevorderen die de Mediawet nu en in de toekomst mogelijk zal maken, die de maatschappelijke, culturele, of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften bevredigen die leven bij de jonge generaties die thans en in de toekomst niet in voldoende mate aan hun trekken komen bij de huidige publieke omroep in Nederland.

Gelet op de maatschappelijke, godsdienstige, geestelijke en culturele pluriformiteit van de huidige samenleving zal zij trachten aan te sluiten bij de telkens nieuwe vormen van de in die pluriformiteit zich voordoende groeps- en/of individuele identiteit- en zijnsbeleving.

BNN richt zich in haar programma's tot alle groepen van de bevolking, waarbij in het bijzonder aan plaats en verantwoordelijkheid van de jongeren in de samenleving aandacht zal worden besteed.

Daarbij zal zij trachten tussen de generaties een brugfunctie te vormen.

In artikel 3, tweede lid, van de statuten omschrijft BNN hoe zij dit doel onder meer tracht te bereiken.

- a. *het verwerven van alle benodigde wettelijke vergunningen of toepassingen of toestemmingen voor de distributie van haar programma's, draadloos of per draad, via aarde of ruimtezenders en alle andere (nieuwe) distributietechnieken voor Nederlands(talig) publiek in binnen- of buitenland;*
- b. *het met inachtneming van het bepaalde in artikel 2.1 Mediawet uitzenden of doen uitzenden van datgene waarin andere omroeporganisaties (nog) niet voorzien;*
- c. *een zo breed mogelijke en onbevooroordeelde oriëntatie in de programma's teneinde de zelfstandige meningsvorming van luisteraar en/of kijker te bevorderen;*
- d. *het scheppen in de programma's van de mogelijkheid om de verscheidenheid van meningen of van opvattingen over de onderwerpen die in de programma's aan de orde worden gesteld zo goed mogelijk tot uiting te laten komen;*
- e. *het in de programma's aan de orde stellen van actuele thema's die maatschappelijke bewustwording en culturele of politieke oriëntatie van de jongeren bevorderen;*
- f. *het maken van programma's die rassendiscriminatie, vreemdelingenhaat en andere vormen van fanatisme en discriminatie die de waarde van het individu niet respecteren, tegengaan;*
- g. *het tot stand brengen van samenwerkingsvormen binnen de publieke omroep waardoor horizontale en gecoördineerde programmering van de door BNN voorgestane programma's wordt bevorderd;*
- h. *het gebruikmaken en ontwikkelen van alle naar de tand van de techniek en de programmering beschikbare (elektronische) distributievormen en programmaformats, in het bijzonder die welke geschikt zijn om haar doelgroepen te bereiken;*
- i. *alle andere wettige middelen die ingezet kunnen worden om het doel te bereiken.*

Voorts kan BNN op grond van artikel 5, eerste lid, van haar statuten een of meer programmabladen als verenigingsorgaan (doen) uitgeven en zal daarnaast alle (elektronische) informatie- en distributievoorzieningen aanwenden om haar leden te informeren.

Rekening houdend met de gewijzigde mediawettelijke terminologie – *omroepprogramma* in *media-aanbod* – is in artikel 3, eerste lid, van de statuten de mediawettelijke doelstelling van een omroepvereniging omschreven. Wij stellen vast dat de statuten op dit punt voldoen aan de eisen die de Mediawet stelt in artikel 2.24, tweede lid, aanhef en onder b. Voor de onder b, c en d van genoemd artikel 4 opgenomen andere middelen waarmee BNN haar doel tracht te bereiken, biedt de Mediawet in beginsel de ruimte in de artikelen 2.1, vierde lid, en 2.132 e.v.

3. Invloed van leden op het beleid

De leden van BNN zijn op grond van de statuten geografisch ingedeeld in drie rayons. De drie rayonbesturen worden gekozen uit en door de leden van de desbetreffende rayons. Een rayonbestuur kan het algemeen bestuur adviseren ter zake van het concipiëren en het vaststellen van het beleid en bespreekt het beleid ten aanzien van de programma's (programmaschema's en uitgezonden programma's) in voorbereiding op de vergaderingen van de programma-adviescommissie. De programma-adviescommissie, waarin twee of drie leden van elk rayonbestuur zitting hebben, adviseert het algemeen bestuur over de vastgestelde programmaschema's en over alle andere aangelegenheden die het media-aanbod betreffen.

Het algemeen bestuur is belast met het besturen van BNN en het concipiëren en vaststellen van het beleid. Het algemeen bestuur bestaat uit ten minste drie leden die op bindende voordracht van het algemeen bestuur worden benoemd door de ledenraad. De ledenraad bestaat uit de leden van de rayonbesturen en de leden van het algemeen bestuur. De ledenraad heeft tot taak het goedkeuren van de jaarrekening en het wijzigen van de statuten.

BNN heeft een Raad van Toezicht die vanuit zijn zakelijk-professionele expertise tot taak heeft op afstand toezicht te houden op het beleid van het algemeen bestuur. In de statuten is deze taakomschrijving nader uitgewerkt.

De invloed van de leden op het beleid van BNN wordt ook bepaald door de wijze waarop het bijeenroepen van de rayonbesturen, de ledenraad en de programma-adviescommissie in de statuten is vastgelegd. De rayonvergaderingen, de vergaderingen van de leden die tot een rayon behoren, worden bijeengeroepen door het desbetreffende rayonbestuur met inachtneming van ten minste een week. De ledenraad wordt opgeroepen, bij brieven of e-mailberichten, door het algemeen bestuur met inachtneming van een termijn van ten minste drie weken. De oproeping van de programma-adviescommissie is niet in de statuten geregeld, maar in de statuten is vastgelegd dat deze commissie ten minste tweemaal per jaar bijeenkomt. Het jaarverslag 2008 vermeldt dat de ledenraad uit 22 personen bestaat en dat deze raad in 2009 (evenals in 2008 volgens het beleidsplan) zes keer zal vergaderen.

De leden van BNN hebben via de ledenraad en de programma-adviescommissie formeel inspraak op het programmabeleid. Op advies van de vorige visitatiecommissie doet BNN nu meer moeite om hetgeen door die beide organen naar voren wordt gebracht om te zetten in beleid. Voorts organiseert BNN jaarlijks vijf ledenavonden en publiceert BNN twee keer per jaar een rapport van wat er goed en fout ging (volgens het beleidsplan een serieus schoolrapport). De visitatiecommissie heeft geen meldingen gekregen over onrechtmatigheden op het gebied van deze formele verantwoordingsverplichtingen. Wij stellen vast dat de leden van BNN door middel van de drie rayonbesturen die onder meer de ledenraad vormen, op een democratisch aanvaardbare wijze invloed kunnen uitoefenen op het beleid van BNN.

4. Het programmabeleid en de identiteit van BNN

De statuten van BNN spreken van het bevredigen van behoeften die leven bij de jonge generaties het zich met haar programma's richten tot alle groepen van de bevolking, waarbij in het bijzonder aan plaats en verantwoordelijkheid van de jongeren in de samenleving aandacht zal worden besteed. In het beleidsplan verwoordt BNN dit aldus dat zij met media jongeren wil bereiken, raken, informeren, amuseren en prikkelen. BNN wil jongeren aan het denken zetten. Zij is de enige omroepvereniging die structureel en exclusief jongeren als unieke doelgroep en opdracht heeft gekozen.

De visitatiecommissie stelt vast dat een tweetal onderzoeken de herkenbaarheid van BNN als een echte jongerenomroep bevestigen en dat BNN haar identiteit en haar missie goed vertaalt in programmatische keuzes en in haar keuzes voor internet en nieuwe media. De visitatiecommissie stelt evenwel tevens vast dat BNN geen doelstellingen geformuleerd heeft voor het aanbod op het gebied van internet en nieuwe media. In het beleidsplan geeft BNN aan hiermee aan de slag te gaan.

5. Het programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

Volgens de visitatiecommissie slaagt BNN erin haar doelgroep, de 15- tot 34-jarigen, structureel te bereiken en te binden aan de publieke omroep.

Serieuze onderwerpen worden op een toegankelijke en geloofwaardige manier verpakt, met als kernwaarden levenslust, gevoel voor humor, eigenzinnig, brutaal en anders. Het televisieprogramma *De Grote Donorshow* (2007) is daarvan een spraakmakend voorbeeld, aldus de visitatiecommissie. De vertaling van haar identiteit in programmatische keuzes komt voorts goed naar voren in onder meer de televisieprogramma's *Onderweg naar Morgen* (geëngageerde soap) en *Sputten en Slikken* (educatieve talkshow). Wat betreft de televisieprogramma's stelt de visitatiecommissie vast dat BNN zich houdt aan de doelstellingen van de publieke omroep voor het bereik en het kijktijdaandeel op de netten. De Visitatiecommissie spreekt haar waardering uit voor de inspanningen van BNN om het bereik van de publieke omroep onder jongeren te verbeteren.

Wat betreft de radioprogramma's stelt de visitatiecommissie vast dat BNN zich houdt aan de doelstellingen van de publieke omroep voor het bereik en het luistertijdaandeel op de zenders, maar op de voor BNN belangrijke zender 3FM lukte dit in 2006 beter dan in 2007. Op Radio 1 en Radio 2 haalt BNN niet de bereikdoelstellingen van de publieke omroep. In het beleidsplan erkent BNN dat de constatering van de visitatiecommissie terecht is dat hier nog werk aan de winkel is.

6. Het programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De omroepverenigingen hebben in 2007 tezamen op televisie 12.190 uren uitgezonden. BNN nam daarvan 450 uren voor haar rekening. De televisieprogramma's van BNN vallen voor het grootste deel in de hoofdcategorieën Fictie/drama (49%) en Amusement (25%). BNN zendt haar programma's voornamelijk uit op Nederland 3. In het Beleidsplan spreekt BNN de nadrukkelijke wens uit te blijven voldoen aan de doelstellingen van dit net. BNN pleit er wel voor dat Nederland 3 voor jongeren herkenbaarder en geloofwaardiger wordt. Daarnaast is BNN bereid mee te werken aan de beoogde verjonging van Nederland 1. BNN geeft aan dat de pijlers van haar programmapakket voor 2010-2015 zijn: reizen/avontuur, drama (soap), informatie/betrokkenheid, humor/improvisatie en muziek.

7. Naleving van de Mediawet

Wij hebben vastgesteld dat BNN in de afgelopen vijf jaar twee maal de voorschriften van de Mediawet heeft overtreden. In 2006 hebben wij BNN een boete opgelegd wegens niet-toegestane sponsoring van een programma en een waarschuwing vanwege het onvoldoende toezien op de plaatsing van een billboard in datzelfde programma. Op het vlak van de financiële verantwoording heeft het Commissariaat zijn toezicht de afgelopen jaren aangescherpt. Het Commissariaat heeft vastgesteld dat BNN haar jaarrekening niet volledig in overeenstemming met de eisen van het Handboek Financiële Verantwoording heeft ingericht. In dit kader stellen wij vast dat de nevenactiviteiten niet afzonderlijk zijn verantwoord. BNN heeft passende maatregelen genomen. BNN volgt de aanwijzingen van het Commissariaat op.

8. Governance

In de statuten van BNN is de basisstructuur voor de governance van de vereniging vastgelegd. De vereniging kent een ledenraad, een raad van toezicht en een algemeen bestuur. De raad van toezicht heeft tot taak vanuit zijn zakelijk-professionele expertise op afstand toezicht te houden op het beleid van het algemeen bestuur. De leden van het algemeen bestuur worden benoemd door de ledenraad op bindende voordracht van het algemeen bestuur. De leden van de raad van toezicht worden benoemd door een daartoe ingestelde benoemingscommissie, die bestaat uit twee leden van het algemeen bestuur en twee leden van de raad van toezicht, met inachtneming van een door het algemeen bestuur opgestelde profielschets.

9. Programmastatuut

Op grond van het bepaalde in artikel 2.88, tweede lid, van de Mediawet 2008 brengen de omroepverenigingen in overeenstemming met hun werknemers die zijn belast met de verzorging en samenstelling van het media-aanbod een redactiestatuut tot stand. Het redactiestatuut van BNN (*Programmastatuut Omroepvereniging BNN van 1 september 2005*) bevat de journalistieke rechten en plichten van de werknemers zoals voorgeschreven in het derde lid van artikel 2.88 van de Mediawet 2008. Onder I. Algemeen van het statuut is opgenomen dat deze is vastgesteld door het algemeen bestuur en tot stand is gekomen na overleg tussen en in overeenstemming met onder meer de werknemers van BNN die zijn belast met de samenstelling van programma's. Wij stellen vast dat het redactiestatuut tot stand is gebracht in overeenstemming met het bepaalde daarover in de Mediawet 2008.

10. Bereidheid tot samenwerking

De visitatiecommissie stelt vast dat BNN samenwerkt met andere omroepverenigingen. De in dat kader verrichte inspanningen om nieuwsprogramma's voor jongeren te maken zijn bijzonder waardevol, aldus de visitatiecommissie. In het Beleidsplan geeft BNN als haar mening dat de omroepverenigingen zich in de eerste plaats moeten toelagen op waar ze goed in zijn. Weliswaar is specialisatie ook samenwerken, maar zonder samenwerking zouden bepaalde programma's er nooit zijn gekomen. Niettemin is er maar één publieke omroepvereniging die zich met haar programma's specifiek op jongeren richt, zodat samenwerken de profilering in gevaar brengt. De in het beleidsplan opgenomen opsomming van de gerealiseerde en voorgenomen vormen van samenwerking laat zien dat met name de NOS en de NPS de partners zijn. De visitatiecommissie bevestigt deze pragmatische keuze.

11. Conclusie en advies

Het Commissariaat stelt vast dat BNN aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeenstemt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan BNN de gevraagde erkenning te verlenen.

EO

1. Stroming

In de verenigingsstatuten legt de EO vast dat de grondslag van de vereniging de Heilige Schrift is. De EO rekent de kerkgaande en actief participerende protestantse gelovigen tot haar achterban. Dit blijkt tevens uit de samenstelling van de ledenraad. Hierin zijn conform artikel C.1 van de statuten de verschillende protestantse denominaties vertegenwoordigd. De vereniging richt zich met haar media-aanbod niet enkel en alleen op haar achterban, maar wil via de massamedia de relevantie van het christelijk geloof bij een breed publiek zichtbaar maken.

2. Doel van de vereniging

Het doel van de vereniging is volgens artikel A.3 van de statuten *het bevorderen in de ruimste zin des woords van de verkondiging van het Koninkrijk Gods door prediking van het Evangelie van Jezus Christus via radio en televisie*. Dat doel wil de vereniging volgens artikel A.4 van de statuten verwezenlijken *door het verzorgen en uitzenden van programma's conform de geldende regelgeving*. Dit laat zien dat het hoofddoel van de vereniging in overeenstemming is met artikel 2.24, eerste lid, en dat de statuten derhalve op dit punt voldoen aan de eisen die de wet stelt.

In artikel A.5 van de statuten is opgenomen dat de EO het doel ook door andere middelen tracht te verwezenlijken. Het verzorgen van nevenactiviteiten en verenigingsactiviteiten zijn in het stelsel van de Mediawet 2008 in beginsel toegestaan en passen daardoor in de doelstelling.

3. Invloed leden op beleid

De leden van de vereniging zijn ingedeeld in provincies. In provinciale ledenvergaderingen kiezen zij, aan de hand van één landelijke kandidatenlijst de ledenraad. De ledenraad telt 67 afgevaardigden uit verschillende denominaties en een voorzitter. De voorzitter wordt benoemd door, maar niet uit het midden van de ledenraad en is, naast voorzitter van de ledenraad, automatisch ook voorzitter van de raad van toezicht. De taken van de ledenraad zijn o.a. :

- het toezien op de verwezenlijking van het doel van de vereniging in overeenstemming met de grondslag; en
- het toezien op het nakomen van de statuten en het adviseren van de directie in de eerste fase van het maken van het meerjarenbeleidsplan.

De ledenraad heeft daarnaast de finale stem als het gaat om het vaststellen van de jaarrekening en verleent decharge aan de directie voor het gevoerde beleid en aan de leden van de RvT voor het gevoerde toezicht. Een en ander is vastgelegd in de statuten.

In het beleidsplan wordt specifiek ingegaan op de wijze waarop de vereniging omgaat met belanghebbenden. Naast de ledenontmoetingsactiviteiten wijst de vereniging o.a. op het Klanten Contact Centrum, het intensieve contact tussen leden en leiding van de vereniging naar aanleiding van programma's, artikelen en andere uitingen van de vereniging. De directie communiceert rechtstreeks met de leden via o.a. regionale ontmoetingsavonden, columns en de website.

4. Het programmabeleid in relatie tot de identiteit van de EO

De EO-medewerkers hebben, zo staat in het beleidsplan, het verlangen *om vanuit een persoonlijke relatie met Jezus Christus het Goede Nieuws van Gods Koninkrijk door te geven. Vanuit dat verlangen wil de EO via massamedia de relevantie van het christelijk geloof zichtbaar maken door aan te sluiten bij de huidige cultuur en bij ontwikkelingen in de samenleving.* Dit komt volgens de EO tot uitdrukking in de grote verscheidenheid aan programma's op radio, televisie, themakanalen en websites. Alle programma's passen dan ook bij de waarden en normen die uit de identiteit voortvloeien. Het programmapakket presenteert geloof als integraal onderdeel van het gehele leven.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De visitatiecommissie is over het algemeen goed te spreken over de EO. Voor wat betreft de verankering bijvoorbeeld concludeert de commissie dat de omroep voldoende onderneemt om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren. Opvallend vindt de commissie de wijze waarop de omroep zich inspant om jongeren en orthodoxe christenen bij de omroep te betrekken. Missie en identiteit zijn volgens de commissie goed in de programmatische keuzes vertaald (ook voor internet en de nieuwe media) en voor televisie zijn heldere doelstellingen en speerpunten geformuleerd.

In de rapportage worden twee punten van kritiek benoemd, te weten het – in verhouding tot andere omroepen – geringe aantal bezoekers van de websites en het niet halen van de bereikdoelstellingen op radio 1, Radio 2 en 3FM.

De EO geeft in haar beleidplan aan diverse acties te zullen ondernemen om het aantal bezoekers van de website te verhogen. Ten aanzien van het punt van de bereikdoelstelling geeft de EO aan dat voor Radio 1 in 2008 al een verbetering is ingezet met het aanscherpen van het zenderprofiel. Voor Radio 2 en 3FM meldt de omroep in haar beleidsplan dat er voor de programma's van de Evangelische Omroep vernieuwingen en verbeteringen worden voorgesteld.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De EO geeft in haar beleidsplan aan vanuit haar eigen missie en identiteit actief te willen bijdragen aan de algemene taakopdracht en doelstellingen van de publieke omroep. De omroep voldoet aan (NPO) afspraken over aandeel, bereik en impact van programma's en internetsites.

De EO verzorgt programma's in alle categorieën van het programmavoorschrift. In 2007 zonden de omroepverenigingen in totaal 12.190 uur televisie uit, waarvan de EO 1.361 uur voor haar rekening nam.

Amusement en human interest zijn, ten opzichte van het gemiddelde over alle omroepen, goed vertegenwoordigd in het media-aanbod van de EO. Aan serieuze non-fictie en fictie besteedt de EO minder aandacht dan gemiddeld. Ditzelfde geldt ook voor de programmacategorie sport. Hierbij moet worden aangetekend dat – twee uitzonderingen daargelaten – geen enkele omroepvereniging sport in haar programmering opneemt.

De EO kiest, zoals reeds eerder gememoreerd, er voor actief bij te dragen aan de algemene taakopdracht en doelstellingen van de publieke omroep. Voor internet geldt dat de EO beter wil aansluiten bij de overige omroepverenigingen als het gaat om bereik en impact, het NPO-budget voor internet meer wil inzetten binnen de domeinen voor doelstellingen die bij haar omroepaak horen, en meer gebruik wil maken van binnen de NPO aanwezige kennis en expertise op dit terrein om de relatief hoge kosten die de vereniging ten opzichte van andere omroepen maakt terug te brengen.



Verder geeft de EO in haar beleidsplan aan dat zij zich volledig committeert aan de specifieke NPO speerpunten voor de komende jaren. Voor alle acht speerpunten, variërend van 'een beter bereik van de leefstijlgroep bezorgde burgers' tot en met 'innovatie en nieuwe media', geeft de EO aan op welke wijze zij haar bijdrage op basis van haar missie en identiteit zal gaan leveren.

7. Naleving van de Mediawet

In haar beleidsplan geeft de EO aan dat zij haar doel tracht te verwezenlijken door het verzorgen en uitzenden van programma's conform de geldende wetgeving. De EO houdt zich volgens eigen zeggen aan de regels en richtlijnen van de Mediawet, waarbij men er tegelijkertijd op wijst dat de wetten en regels niet alleen qua hoeveelheid maar ook qua complexiteit toenemen.

De ervaringen van het Commissariaat met de EO liggen grotendeels in lijn met hetgeen de EO zelf aangeeft. In 2008 heeft het Commissariaat de EO gewezen op een aantal mediawettelijke overtredingen in medische programmaonderdelen. Hiervoor is destijds geen sanctie noch een waarschuwing gegeven maar er heeft overleg met de omroep plaatsgevonden teneinde dergelijke overtredingen in de toekomst zo mogelijk te voorkomen. Verder zijn geen noemenswaardige feiten voorgevallen waaruit zou blijken dat de EO de Mediawet en daaruit voortvloeiende verplichtingen niet serieus neemt.

Gezien de ervaringen in de afgelopen vijf jaren verwacht het Commissariaat dat de Evangelische Omroep zich ook tijdens de komende erkenningperiode zal houden aan bij of krachtens de Mediawet gestelde voorschriften.

8. Governance

De EO heeft in 2008 een bestuurlijke herstructurering doorgevoerd om de bestuursstructuur in overeenstemming te brengen met de Richtlijn Goed Bestuur en Toezicht. De vereniging kent nu drie organen: ledenraad, Raad van Toezicht (RvT) en Bestuur (directie). In het beleidsplan wordt nog expliciet melding gemaakt van het feit dat de CIPO positief heeft gereageerd op de nieuwe bestuursstructuur.

Verder geeft de EO in haar beleidsplan aan dat de code Goed Bestuur integraal is ingevoerd en dat er een compliance officier is aangesteld die toeziet op de naleving van de voorschriften. De EO geeft verder in haar beleidsplan expliciet aan dat zij de richtlijnen van het Commissariaat voor de Media en de gedragscodes van de NPO zo veel mogelijk naleeft. Waarschijnlijk is dit een kleine verschrijving aangezien in het beleidsplan in een volgende zin wordt gemeld dat zij de desbetreffende regelgeving in acht neemt.

9. Programmastatuut

In ons vorige advies betreffende de EO d.d. 13 augustus 2004 hebben wij de EO in overweging gegeven het programmastatuut in overeenstemming met het personeel opnieuw vast te stellen. Tot op heden heeft de EO hieraan geen opvolging gegeven. Wel wordt momenteel gewerkt aan een nieuw programmastatuut waarbij deze omissie zal worden gerepareerd.

10. Bereidheid tot samenwerking

De EO wil waar mogelijk samenwerken binnen de NPO, met andere publieke omroepen en maatschappelijke organisaties. Als voorwaarde daarbij stelt de EO wel dat dit niet ten koste mag gaan van de eigen identiteit en de redactionele onafhankelijkheid.

Met andere publieke omroepen maakt de EO deel uit van een aantal gezamenlijke themakanaal/redactieraden, wordt samengewerkt binnen het NPO/internetconcept Gezondheid 24, en met IKON, RKK en ZvK aan de Migrantenportal. Met de NCRV werkt de EO samen aan Netwerk.

Daarnaast kent de EO buiten de omroep een jarenlange samenwerking met kerkelijke en maatschappelijke organisaties en worden contacten onderhouden met diverse publieke en private partners om voeling en binding te houden met verschillende segmenten van de stroming die de EO representeert.

11. Conclusie en Advies

Het Commissariaat stelt vast dat de EO aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeenstemt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de EO de gevraagde erkenning voor de periode 2010 – 2015 te verlenen.

KRO

1. Stroming

In artikel 3, tweede volzin, van de statuten omschrijft de KRO welke stroming zij vertegenwoordigt.

Bij het vervullen van haar taken, erkent en belijdt zij Gods openbaring zoals deze door de Katholieke Kerk wordt bewaard en doorgegeven.

De KRO stelt zich blijkens haar statuten ten doel in haar media-aanbod de in de statuten aangeduide godsdienstige stroming van het Katholicisme te vertegenwoordigen. Het Katholicisme is onmiskenbaar een religieuze stroming die door de kwantiteit van haar aanhang en de historie van haar aanwezigheid in de Nederlandse samenleving mede constituerend is voor de hedendaagse Nederlandse pluriforme religieuze en geestelijke cultuur. Wij stellen vast dat de KRO op grond van haar statuten een bepaalde godsdienstige stroming vertegenwoordigt en zich in haar media-aanbod richt op in de samenleving levende godsdienstige behoeften.

2. Doel van de vereniging

In artikel 3, eerste volzin, van de statuten omschrijft de KRO het doel van haar vereniging.

De vereniging heeft ten doel om, geïnspireerd door de katholieke traditie en verbonden met de katholieke gemeenschap, zonder winstoogmerk, openbare audiovisuele diensten aan te bieden, alsmede alle andere communicatieve diensten die hiermee logisch samenhangen en deze verantwoord verbinden.

In artikel 4 van de statuten omschrijft de KRO hoe zij dit doel tracht te bereiken.

- j. het verzorgen en uitzenden van een programma voor algemene omroep;*
- k. het binnen de wettelijke mogelijkheden op andere wijze verspreiden van audiovisuele media-inhoud;*
- l. het uitgeven van periodieken, waaronder programmabladen, als officiële uitgaven van de vereniging, en*
- m. alle andere wettige middelen die het doel van de vereniging kunnen bevorderen.*

Rekening houdend met de gewijzigde mediawettelijke terminologie – *programma* in *media-aanbod* – is in artikel 4, onder a, van de statuten de mediawettelijke doelstelling van een omroepvereniging omschreven. Wij stellen vast dat de statuten op dit punt voldoen aan de eisen die de Mediawet stelt in artikel 2.24, tweede lid, aanhef en onder b. Voor de onder b, c en d van genoemd artikel 4 opgenomen andere middelen waarmee de KRO haar doel tracht te bereiken, biedt de Mediawet in beginsel de ruimte in de artikelen 2.1, vierde lid, en 2.132 e.v.

3. Invloed van de leden op het beleid

De invloed van de KRO-leden op het beleid van de omroepvereniging is in de statuten aldus geregeld. De leden van de KRO zijn op grond van hun woonadres territoriaal ingedeeld in afdelingen. De begrenzing van deze afdelingen valt in beginsel samen met die van de bisdommen. Elke afdeling heeft een Afdelingsraad. Aan de verkiezing van de leden van deze raad kunnen alle KRO-leden deelnemen die woonachtig zijn binnen de grenzen van het desbetreffende afdelingsgebied.

De verkiezingsprocedure dient goedgekeurd te zijn door een notaris, die beoordeelt of deze conform de eisen is die de statuten en het huishoudelijk reglement daaraan stellen.

De leden van de Afdelingsraden vormen tezamen de Ledenraad. Laatstgenoemde raad is de algemene ledenvergadering in de zin van het Burgerlijk Wetboek en bestaat ten hoogste uit 66 leden. De voorzitter van de Ledenraad, die geen stemrecht heeft, is tevens voorzitter van de Raad van Toezicht en van de vereniging. De taken van de Ledenraad, steeds rekening houdend met het daarover uitgebrachte advies van de Raad van Toezicht, zijn onder meer

- het schorsen en ontslaan van een lid van de Afdelingsraad en Ledenraad;
- het (op voordracht van de Raad van Toezicht) benoemen van de voorzitter van de Ledenraad;
- het (op voordracht van de OR) benoemen van 1 lid van de Raad van Toezicht en het (op voordracht van de Raad van Toezicht) benoemen van de overige leden van de Raad van Toezicht;
- het (op voordracht van de Raad van Toezicht) benoemen van de voorzitter van de Raad van Toezicht;
- het schorsen en ontslaan van de leden van de Raad van Toezicht;
- het adviseren van de Raad van Toezicht omtrent de benoeming en het ontslag van leden van de Statutaire Directie;
- het jaarlijks vaststellen van het strategische beleidsplan, het financieel meerjarenbeleid, de jaarbegroting, het jaarverslag en de jaarrekening.

In het jaarverslag 2008 is aangegeven welke activiteiten de Afdelingsraden hebben georganiseerd. Met betrekking tot de Ledenraad is in het jaarverslag 2008 opgenomen welke onderwerpen in de vergaderingen aan bod zijn gekomen in 2008.

De invloed van de leden op het beleid wordt ook bepaald door de wijze waarop het bijeenroepen van de Afdelingsraden en de Ledenraad in de statuten is vastgelegd. Een Afdelingsraad houdt jaarlijks een bijeenkomst die door of namens hem bijeengeroepen wordt en waarvan de plaats, het tijdstip en de opzet in ieder geval wordt aangekondigd in de periodieken van de vereniging. Over de termijn van bijeenroeping zijn in de statuten evenwel geen voorschriften opgenomen. De Ledenraad wordt schriftelijk, waaronder begrepen e-mailbericht en faxbericht, bijeengeroepen door zijn voorzitter, waarbij een termijn van veertien dagen moet worden aangehouden. De vergaderingen dienen uiterlijk in de maanden juni en december van elk jaar plaats te vinden. Het jaarverslag 2008 vermeldt de personele samenstelling van de zeven Afdelingsraden en de Ledenraad.

Wij stellen vast dat de leden van de KRO door middel van de 61 leden van de zeven Afdelingsraden die de Ledenraad vormen, op een democratisch aanvaardbare wijze invloed kunnen uitoefenen op het beleid van de KRO. In beleids-, sociale en financiële jaarverslagen legt de KRO zoals hiervoor aangegeven naar de leden en de bestuurlijke organen verantwoording af. De directie verantwoordt zich naar de Raad van Toezicht en de Ledenraad. Tijdens regiobijeenkomsten zet men het KRO-beleid uiteen en krijgen medewerkers en leden de kans om hun invloed te doen gelden. De visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep (hierna: de visitatiecommissie) heeft gerapporteerd – *De Publieke Omroep: Het spel, de spelers, het doel (2004-2008)* – dat zij geen meldingen heeft gekregen over onrechtmatigheden op het gebied van deze formele verantwoordingsverplichtingen.

In haar op 28 juli 2009 overgelegde beleidsplan (*Katholon**, *KRO beleidsplan juli 2009*) wordt met betrekking tot de verenigingsstructuur opgemerkt dat verenigingen de toekomst hebben.

Zij dragen bij aan de maatschappelijke samenhang en zorgen voor nieuwe impulsen. Het lidmaatschap van een vereniging draait tegenwoordig meer om persoonlijke belangen en interesses dan om fysieke aanwezigheid en levenslange loyaliteit, aldus de KRO. Het verenigingsleven wordt niet intensiever maar biedt aan meer mensen de gelegenheid om op een laagdrempelige manier actief te zijn. De KRO ziet zichzelf dan ook als kansrijk wat betreft het aanboren en opstarten van nieuwe communities. De goede verankering van de KRO in de Nederlandse samenleving – het lidmaatschap van de VKMO en met behulp van het project *KRO Jong* en de Goed Leven-campagne – en de samenwerkingsverbanden (ook op programmatisch terrein) met diverse maatschappelijke organisaties – onder meer Zonnebloem en Cordaid – spelen daarbij een belangrijke rol. Deze opvatting wordt onderschreven door de visitatiecommissie.

4. Programmabeleid en de identiteit van de KRO

De identiteit – dat wat leden samenbindt – van de KRO is verwoord in de statuten. De KRO geeft aan haar identiteit te ontleen aan de erkenning en het belijden van Gods Openbaring zoals door de Katholieke Kerk wordt bewaard en doorgegeven. De in 2008 gelanceerde imagocampagne “Goed leven door ...”, waarin de momentopname van Goed Leven door gewone mensen centraal staat, moet worden gezien als een uiting van die identiteit en van de typisch katholieke thema's *samen zorgen, maatschappelijk bewustzijn en kwaliteit van leven*. Goed Leven is het uitgangspunt voor alle audiovisuele en andere communicatieve diensten van de KRO. Bij het uitdragen van deze visie streeft de KRO er naar verbindend, aansporend, inspirerend en duidelijk te zijn. De programma's van de KRO moeten passen in deze uitgangspunten. De visitatiecommissie geeft aan dat de KRO haar identiteit en missie goed vertaalt in programmatische keuzes. In tegenstelling tot op de radio slaagt de KRO er evenwel niet goed in zich op televisie voldoende te profileren, aldus de visitatiecommissie. In het beleidsplan reageert de KRO op de bevindingen van de visitatiecommissie door per medium (televisie, radio, internet) de aanbodstrategie uit te werken en per medium en programma nadere doelstellingen te formuleren.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

Volgens de visitatiecommissie geeft de KRO op eigentijdse wijze invulling aan haar missie en doelstellingen. De missie van de KRO behelst de wil om mensen te binden rond de hiervoor genoemde katholieke thema's als *samen zorgen, maatschappelijk bewustzijn en kwaliteit van leven*. Tot 2009 werkte de KRO in dit verband met drie zogeheten ankerdomeinen: *educatie, zorgzame samenleving en spiritualiteit*. Op basis hiervan werden productconcepten bedacht (concepting) die moesten amuseren en informeren maar ook individuele standpunten en gedrag van groepen moesten veranderen. De KRO heeft om verschillende redenen evenwel besloten hiermee niet verder te gaan.

De visitatiecommissie stelt vast dat de KRO sterk is in infotainment-programma's (*Boer zoekt vrouw, Spoorloos en Memories*). De KRO onderscheidt zich voorts met familiefilms in coproductie en buitenlandse detectivereeksen. Voor wat betreft de televisieprogramma's stelt de visitatiecommissie vast dat de KRO zich in ruime mate houdt aan de doelstellingen van de publieke omroep voor het bereik en het kijktijdaandeel op de netten. De KRO is voornemens ook jongere leeftijdsgroepen te bereiken.

Voor wat betreft de radioprogramma's stelt de visitatiecommissie vast dat de KRO zich houdt aan de doelstellingen van de publieke omroep voor het bereik en het luistertijdaandeel op de zenders, maar dat zij deze doelstellingen in wisselende mate realiseert. Voor het aanbod op de radio zijn geen kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen geformuleerd. Veel KRO-programma's op Radio 2 (*Tijd voor Twee*, *Theater van het Sentiment*, *Goudmijn*) worden door een breder publiek beluisterd dan alleen kerkelijke katholieken en KRO-leden. In het beleidsplan reageert de KRO op de bevindingen van de Visitatiecommissie door aan te geven dat er meer missie gedreven radioprogramma's zullen worden gemaakt.

De visitatiecommissie stelt vast dat de KRO haar identiteit en haar missie goed vertaald heeft in de keuzes voor internet en nieuwe media, maar dat zij geen doelstellingen geformuleerd heeft voor het aanbod op het gebied van internet en nieuwe media. Zoals gezegd zal de KRO per medium de aanbodstrategie uitwerken en per medium en programma nadere doelstellingen formuleren.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De omroepverenigingen hebben in 2007 tezamen op televisie 12.190 uren uitgezonden. De KRO nam daarvan 1604 uren voor haar rekening. Het merendeel (53%) van de televisieprogramma's van de KRO valt in de hoofdcategorie Fictie (drama). De KRO brengt in verhouding tot de andere omroepverenigingen veel licht buitenlands drama op de buis. In het beleidsplan geeft de KRO aan dat zij zich in toenemende mate wil richten op Nederlands drama en (internationale) onderzoeksjournalistiek. Daarnaast zal de KRO zich nadrukkelijker dan voorheen richten op jongeren, een prioritaire doelgroep voor de publieke omroep. Haar buitenlandse aankoopbeleid zal zich blijven richten op Engelse detectives. De unieke positie die de KRO zich daarmee heeft verworven en waarmee de publieke omroep zich kan profileren, wil zij continueren, aldus de KRO in het beleidsplan.

De meeste KRO-programma's scoren gemiddeld of bovengemiddeld op de meeste dimensies van de in 2006 ingevoerde kwaliteitskaart. De KRO zal deze lijn doorzetten door de programma's voortdurend te evalueren en waar nodig bij te sturen op de kwaliteit.

7. Naleving van de Mediawet

Wij hebben vastgesteld dat de KRO in de afgelopen vijf jaar slechts één maal voorschriften van de Mediawet heeft overtreden. In 2005 hebben wij de AKN, waarvan de KRO onderdeel uitmaakt, een boete opgelegd wegens een overtreding van het dienstbaarheidverbod. Op het vlak van de financiële verantwoording heeft het Commissariaat zijn toezicht de afgelopen jaren aangescherpt. Het Commissariaat heeft vastgesteld dat de KRO haar jaarrekening niet volledig in overeenstemming met de eisen van het Handboek Financiële Verantwoording heeft ingericht. In dit kader stellen wij vast dat er tussen de KRO en de RKK voor wat betreft de programmaverzorging geen overeenkomst is gesloten, dat de deelnemingen niet afzonderlijk zijn verantwoord, dat de sponsorovereenkomsten niet altijd voldoende zakelijk zijn opgesteld en dat er een lening is verstrekt aan de voormalige lokale media-instelling in Hilversum. De KRO heeft passende maatregelen genomen. De KRO volgt de aanwijzingen van het Commissariaat op.

8. Governance

In de statuten van de KRO is de basisstructuur voor de governance van de vereniging vastgelegd. De vereniging kent een Ledenraad, een Raad van Toezicht en een Statutaire Directie. De Raad van Toezicht heeft tot taak toezicht te houden op het beleid van de Statutaire Directie en op de algemene gang van zaken in de vereniging. De Raad van Toezicht is een belangrijke adviseur van de Ledenraad en benoemt, schorst en ontslaat de Statutaire Directie.

9. Programmastatuut

Op grond van het bepaalde in artikel 2.88, tweede lid, van de Mediawet 2008 brengen de omroepverenigingen in overeenstemming met hun werknemers die zijn belast met de verzorging en samenstelling van het media-aanbod een redactiestatuut tot stand. Het Programmastatuut van de KRO van 4 oktober 2001 heeft een ruimere opzet en werkingssfeer dan waartoe de KRO krachtens de Mediawet verplicht is. Dit is dan wellicht de reden dat in dit statuut niet uitdrukkelijk melding is gemaakt van de totstandkoming in overeenstemming met de werknemers. De in Hoofdstuk VII van het statuut bedoelde Mediacommissie, samengesteld uit 3 werknemers en 2 externe leden, wordt evenwel in de gelegenheid gesteld (artikel 8.3 van het statuut) te adviseren over voorgenomen wijzigingen van het statuut. De KRO heeft ons laten weten dat thans wijzigingen worden voorbereid. Wij stellen vast dat onduidelijk is of het huidige programmastatuut tot stand is gebracht in overeenstemming met het bepaalde daarover in de Mediawet 2008, maar gaan ervan uit dat het mogelijke gebrek wordt hersteld bij gelegenheid van de aangekondigde wijzigingen.

10. Bereidheid tot samenwerking

De visitatiecommissie stelt vast dat de KRO weinig samenwerkt met andere omroepen. Naast de ondersteunende diensten in AKN-verband en het verzorgen van de zendtijd voor de RKK noemt de KRO weinig andere voorbeelden. In het beleidsplan weerlegt de KRO de bevindingen van de visitatiecommissie. De samenwerking tussen de omroepen is de afgelopen jaren sterk verbeterd. De KRO werkt veelvuldig samen met andere omroepen en wil dit de komende jaren blijven doen.

11. Conclusie en advies

Het Commissariaat stelt vast dat de KRO aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeen stemt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de KRO de gevraagde erkenning te verlenen.

LLiNK

1. Inleiding

Behalve de drie in de wet genoemde adviesorganen die zich over LLiNK zullen uitspreken, heeft ook de visitatiecommissie publieke omroep in haar rapport dat dit jaar kort voor de zomer verscheen haar licht over LLiNK laten schijnen. In uw brief van 5 november 2007 aan de raad van toezicht van de publieke omroep verzocht u de visitatiecommissie een oordeel te geven over de toegevoegde waarde van de aspirant omroepen. Dit oordeel zal volgens uw schrijven zwaar wegen bij de beslissing op de aanvraag voor een definitieve erkenning. Bij ons advies dat hieronder volgt zullen wij het oordeel van de visitatiecommissie betrekken. Eerst zullen wij in het advies nagaan of LLiNK voldoet aan de formele eisen van de Mediawet 2008 en de daaraan gerelateerde regelgeving en daarna zal het inlossen van de belofte van toegevoegde waarde aan de orde komen.

2. Hoorzitting

Na ontvangst van de beleidplannen hebben wij de twee nieuwe initiatieven en de twee aspirant omroepen in de gelegenheid gesteld hun voornemens mondeling toe te lichten. Op 24 augustus jl. hebben wij gesproken met een delegatie van LLiNK, bestaande uit de onlangs aangetreden nieuwe directeur, de voorzitter en een lid van de raad van toezicht.

3. Stroming

LLiNK profileert zich als een groene omroep die zich in wil zetten voor rechtvaardige mondiale welvaartsverhoudingen, een betere verhouding tussen economie en ecologie en duurzaam gebruik van de natuurlijke leefomgeving. Zij staat voor de groep mensen in de samenleving die het belangrijk vindt het praktisch idealisme uit te dragen en te stimuleren. De achterban is te karakteriseren als de groep betrokken wereldburgers die bereid is bezorgdheid over en betrokkenheid bij de leefomgeving om te zetten in concrete stappen. LLiNK vertegenwoordigt naar onze mening een stroming als bedoeld in de Erkenningwet.

4. Doel van de vereniging

Uit de statuten blijkt dat LLiNK een omroepvereniging wil zijn die zich inzet voor rechtvaardige mondiale welvaartsverhoudingen, een betere verhouding tussen economie en ecologie, een duurzaam gebruik van de natuurlijke leefomgeving en respect voor de rechten van mens en dier. Tevens wil de vereniging het praktisch idealisme uitdragen en stimuleren. Dit doel tracht LLiNK te bereiken door het verzorgen van omroepprogramma's voor radio en televisie bij de publieke omroep, alsmede door het verrichten van activiteiten op internet in aansluiting op de eigen programma's. Men wil voorts met gebruikmaking van de nieuwste middelen van de informatietechnologie als omroep met een moderne en levendige uitstraling in aansluiting op de eigen omroepprogramma's de dialoog aangaan met het publiek. De doelstelling voldoet naar ons oordeel aan de eis van artikel 2.24, tweede lid, onderdeel b, van de Mediawet 2008.

5. Invloed leden op het beleid

In ons advies van 3 september 2004 hadden wij kritiek op de wijze waarop de invloed van de leden op het beleid was geregeld. De ledenraad, het vertegenwoordigend orgaan van de leden, kwam slechts een keer per jaar bijeen.

Wat de invloed van de ledenraad op het beleid betreft, regelden de statuten dat de raad alleen de bevoegdheid had om het beleid te bespreken. Wij vonden dat in het licht van de wettelijke voorwaarde dat de leden op democratische wijze invloed moeten kunnen uitoefenen op het beleid te mager.

LLiNK heeft zich die kritiek aangetrokken. De gewijzigde statuten regelen nu dat de ledenraad tot taak heeft jaarlijkse en meerjaarlijkse beleidsplannen, begrotingen en financiële verslagen vast te stellen. Daarmee is naar ons oordeel de democratische invloed van de leden op het beleid voldoende geregeld.

6. Bijdrage LLiNK aan de realisering van de publieke mediaopdracht

Nu de formele wettelijke eisen om voor een erkenning in aanmerking te komen zijn behandeld, en vastgesteld is dat LLiNK daaraan voldoet, komen wij toe aan de kern van het advies.

Het systeem van het Nederlandse publieke omroepbestel wordt gekenmerkt door openheid. Eens in de vijf jaar bestaat de mogelijkheid dat nieuwkomers toetreden met de aspirant status en dat verenigingen het bestel moeten verlaten. Aspiranten zoals LLiNK moeten in de jaren dat zij met een voorlopige erkenning deel uitmaken van het bestel laten zien dat zij hun ambities waar hebben gemaakt en dat zij een daadwerkelijke bijdrage leveren aan de verscheidenheid die een hoofdkenmerk is van het bestel. Falen zij daarin dan moet een definitieve erkenning achterwege blijven. De achterdeur van het bestel kan immers niet altijd op slot blijven. Wij kijken in dit advies dus eerst achteruit om te beoordelen of LLiNK heeft waargemaakt wat zij bij haar toetreding heeft beloofd. In die terugblik zullen wij op verschillende punten aanhaken bij de bevindingen van de visitatiecommissie.

Daarnaast hebben wij gebruik gemaakt van gegevens van de NPO. In de Memorie van Toelichting bij de Erkenningwet is aangegeven dat de NPO over data beschikt die zij desgevraagd aan de andere adviesorganen ter beschikking stelt. Wij hebben contact gezocht met de NPO die ons ter wille is geweest.

6.1 Internet

LLiNK heeft vanaf het begin hoog ingezet op interactiviteit en internetactiviteiten. Zij zag het als een uitdaging om crossmediale aspecten, die onmisbaar werden geacht voor een moderne omroep, verder te ontplooiën. LLiNK sprak de ambitie uit om op het gebied van internet en crossmedialiteit een voortrekkersrol te spelen.

De visitatiecommissie signaleert dat de thema's en waarden die de omroep uitdraagt op zich herkenbaar zijn en passen bij LLiNK's missie en identiteit. De commissie oordeelt echter dat, hoewel LLiNK het crossmediaal aanbieden van content zelf ziet als haar onderscheidende kenmerk, in welk onderscheid mede de grond was gelegen voor de toetreding tot het bestel, de prestaties op dit vlak matig zijn. De conclusie van de commissie luidt dat LLiNK de geambieerde koppositie binnen de publieke omroep op het gebied van crossmedialiteit en internet niet heeft gehaald.

In een weerwoord dat LLiNK op haar site plaatste is toegegeven dat de internetambities de eerste jaren niet zijn waargemaakt. Dat zou echter niet liggen aan LLiNK, maar aan intekenprocedures die de NPO hanteert. Maatregelen om voor verbetering te zorgen hebben volgens LLiNK intussen resultaat opgeleverd. In 2008 steeg het bezoekersaantal van de LLiNK site van 44.833 naar 75.649 per maand. Op de subsite Juist Nu steeg het aantal ontvangers van de Tip van de Dag van 4000 in januari 2008 naar 12.000 in mei 2009.

Terzijde merken wij op dat LLiNK bezwaren heeft tegen de omstandigheid dat de visitatiecommissie haar oordeel baseert op de prestaties in slechts enkele jaren van de vijfjarige erkenning. Verbeteringen die in de laatste jaren van de looptijd zijn bereikt krijgen daardoor niet de aandacht die zij verdienen.

LLiNK gaat er naar ons oordeel aan voorbij dat het moment van de visitatie vastligt in het wettelijk systeem. LLiNK wist dus bij binnenkomst in het bestel wanneer haar prestaties beoordeeld zouden worden en had daar rekening mee moeten houden. Het zou bovendien onwenselijk zijn als een aspirant omroep de eerste jaren de ruimte zou mogen nemen om onder de maat te presteren.

Het Commissariaat stelt vast dat de bezoekerscijfers van de websites weliswaar stijgen in procentuele zin, maar dat het feitelijke aantal bezoekers toch nog aan de magere kant blijft. Cijfers uit onafhankelijke bron (STIR) laten zien dat het maandbereik onder Nederlanders (13+) van de site uitgedrukt in procenten in mei 2007 uit kwam op 0,2 procent, met de kanttekening dat de bereikcijfers eigenlijk te gering waren voor een betrouwbare meting. In mei 2008 stijgt het bereik naar 0,9 procent, maar in 2009 zakt het cijfer weer naar 0,6 procent. LLiNK scoort daarmee samen met de RVU het slechtst van alle publieke omroepinstellingen. Zelfs een kleine niet ledengebonden omroep als de IKON doet het met 0,9 procent beter. Collega aspirant omroep MAX, die zich niet bijzonder profileert met internet haalt in mei 2009 een bereik van 1,9 procent, oftewel drie keer zoveel als LLiNK. Op basis van deze gegevens kan niet worden volgehouden dat LLiNK, die streefde naar een voortrekkersrol op internet, haar ambities en toezeggingen heeft waargemaakt.

6.2 Programmatistische inbreng

Uit de keuze voor bepaalde programmatistische thema's en de wijze waarop deze worden behandeld komt duidelijk de identiteit van LLiNK naar voren. De programma's van LLiNK zijn echter niet uniek in het totale aanbod van de publieke omroep.

Op Nederland 2 verzorgt LLiNK twee terugkerende titels, te weten LLiNK in Natura en Nieuwsslink. In eerstgenoemd programma is tegenwoordig de focus wat meer verlegd naar human interest. De NPO stelt in een analyse vast dat een kritische toon bij de behandeling van thema's als natuurbescherming en milieubeheer achterwege blijft, daar waar de VARA deze thema's wel op die manier benadert in het programma Vroege Vogels. Ook de NCRV, die een sterke traditie heeft met programma's over natuur in eigen land beweegt zich regelmatig op hetzelfde terrein als LLiNK.

Het programma Nieuwsslink komt, wederom volgens de analyse van de NPO, onvoldoende uit de verf. Het telkens terugkerende thema van journalistieke vrijheid komt beter tot zijn recht in programma's als De Leugen Regeert, in actualiteitenrubrieken en in losse documentaires van VPRO, HUMAN, NPS en IKON.

Duurzaamheid is een ander belangrijk thema waarmee LLiNK zich profileert. Zij is daarin echter zeker niet uniek. In de afgelopen jaren hebben verschillende omroepen ambities getoond om programma's te maken waarin het thema duurzaamheid wordt behandeld. Door de aanwezigheid van LLiNK hebben deze initiatieven geen kans gekregen. Omdat de NPO verplicht is titels van LLiNK in het schema op te nemen genieten deze voorrang boven programma-ideeën die te dicht tegen de LLiNK thematiek aan liggen, zelfs als de initiatieven van andere omroepen aantrekkelijker lijken en de kans op succes groter lijkt.

In een enkel geval is de NPO zelfs met een redelijk succesvol programma gestopt (Weg met BNN), omdat het format teveel overlap vertoonde met de thematiek die LLiNK behandelt.

Gelet op de geschetste gang van zaken kunnen wij ons de bezorgdheid bij de NPO voorstellen. Door het lage bereik en de eenzijdige samenstelling van het programmapakket is het voor de NPO lastig om LLiNK in te passen in de geld op schema systematiek. LLiNK is de enige zendgemachtigde waarbij het voor de NPO moeilijk is om te voldoen aan de zogeheten 75 procent garantie. Uiteindelijk kon men vaak niet anders dan een tijdslot en geld voor LLiNK reserveren zonder dat er een goed programmatistisch voorstel lag. De NPO vraagt zich bezorgd af hoe het moet gaan als LLiNK een definitieve erkenning zou krijgen met aanzienlijk meer zendtijd en geld. Wij kunnen ons deze zorgen goed voorstellen.

Een volgende vraag is of LLiNK voldoende bijdraagt aan een gevarieerder bereik van de publieke omroep. NPO/KLO heeft daarnaar onderzoek gedaan. Uitgangspunt daarbij is dat het grootste deel van de aanhang van LLiNK bestaat uit personen die weinig media consumeren. Van alle leefstijlen die de NPO onderscheidt, bevindt de kijktijd van Tolerante Wereldburgers en Participerende Burgers zich na de Ambitieuze Pleziermakers op het laagste niveau van alle leefstijlen. Het blijkt dat het in het seizoen 2008 – 2009 over het algemeen niet de leden of aanhangers van LLiNK zijn die naar de programma's van deze omroep kijken. Een analyse van het gedrag van "zware LLiNK kijkers" (mensen die afgelopen seizoen minimaal vijf minuten naar vijf LLiNK programma's hebben gekeken) brengt aan het licht dat deze groep heel veel naar de publieke omroep kijkt en ook relatief veel naar LLiNK. Relatief, omdat LLiNK 1,2 procent van de zendtijd voor haar rekening nam en maar 0,6 procent van de kijktijd op het conto van zware LLiNK kijkers kwam. LLiNK scoort daarmee onder het gemiddelde, zelfs onder kijkers die bovengemiddeld op haar programma's afstemmen. De conclusie die uit de analyse te trekken is, luidt dat LLiNK zich vooral lijkt te richten op zeer lichte gebruikers van audiovisuele media en daardoor niet veel toevoegt aan een gevarieerder bereik van de publieke omroep.

Het algemene beeld is dat de programma's van LLiNK vanaf 2005 tot nu toe ver onder het zendergemiddelde hebben gepresteerd. Afgezet tegen de doelstellingen die per zender en per tijdslot zijn geformuleerd, is onder de maat gepresteerd. De afgelopen twee jaar behaalde op Nederland 2 geen enkele titel van LLiNK de doelstellingen en op Nederland 3 gebeurde dat slechts sporadisch. De enige uitzondering vormt het programma LLiNK op reis, dat, toevallig of niet, tot stand kwam in samenwerking met de KRO.

7. Bereidheid tot samenwerking

De instellingen binnen de publieke omroep hebben de opdracht om met elkaar samen te werken. DeNieuwe Omroep verklaarde in haar beleidsplan 2004 dat zij bereid was om aan deze opdracht te voldoen. Samenwerking was volgens het beleidsplan van destijds geen bijzaak maar hoofdzaak.

In weerwil van de woorden die in het beleidsplan zijn uitgesproken heeft LLiNK naar onze mening in deze erkenningperiode slechts beperkt samengewerkt. Wij verwijzen in de eerste plaats naar de bevindingen van de visitatiecommissie die op programmatisch gebied maar enkele samenwerkingsverbanden signaleert, waarvan er bovendien een door LLiNK werd beëindigd.

Vanuit de publieke omroep klinken geluiden die in lijn zijn met de conclusies van de visitatiecommissie. Uit de informatie die wij ontvingen blijkt dat collega aspirant omroep MAX de dialoog met het net zoekt, terwijl LLiNK meer in zichzelf gekeerd altijd anders wilde zijn en alles zelf wilde ontdekken. De fysieke barrière die de keuze voor Rotterdam als feitelijke vestigingsplaats opwierp heeft ook niet bijgedragen aan het realiseren van de kansen op een goede dialoog en programmatische samenwerking waar de omroep als starter in Hilversum haar voordeel mee had kunnen doen. In het beleidsplan 2004 is de vestiging ver buiten Hilversum als een groot voordeel gepresenteerd, omdat LLiNK zo niet te maken had met gevestigde structuren en belangen. In het thans voorliggende beleidsplan is aangegeven dat de zelf gekozen *splendid isolation* ook niet alles is. De mogelijkheid van verhuizing is nadrukkelijk geopend, maar de financiële consequenties lijken een struikelblok. De vele personele wisselingen hebben evenmin bijgedragen om samenwerking van de grond te krijgen, omdat de bereidheid tot samenwerking volgens netpartners van persoon tot persoon verschilde. Uit de informatie die ons ten dienst staat is af te leiden dat LLiNK kansen om samen te werken heeft laten liggen.

8. Governance

LLiNK hanteert al vanaf het begin een organisatiemodel met gescheiden bestuur en raad van toezicht. Wij gaan op deze plaats niet in op de details van de bestuurlijke organisatie op papier. Belangrijker achten wij het hoe het bestuursmodel in de afgelopen jaren heeft gefunctioneerd. Daarop gaan wij hieronder uitgebreider in.

9. Organisatie en financiën

Het Commissariaat kan er niet om heen om in dit advies iets te zeggen over de organisatie en de financiën van LLiNK in deze erkenningperiode.

Aan het slot van ons advies van 3 september 2004 plaatsten wij de opmerking dat de organisatie van DeNieuwe Omroep, onder welke naam LLiNK toen nog door het leven ging, pril was en daardoor een kwetsbare indruk maakte. Die indruk is helaas maar al te waar gebleken.

Na de fusie tussen DeNieuwe Omroep en de activistische organisatie Nutopia ontstonden al snel interne strubbelingen die het vertrek van de raad van toezicht inluiden. In een later stadium moest een directeur die vrijwillig vertrok vervangen worden. Als gevolg van financiële wanorde, waarover hieronder meer, is een financieel manager heengezonden en stelden ook de leden van de raad van toezicht hun zetels beschikbaar. De directeur die LLiNK door de financiële crisis moest heen loodsen heeft haar pogingen daartoe deze zomer gestaakt. Een nieuwe directeur is aangetreden en een nieuwe raad van toezicht is benoemd. Aldus hebben in de eerste vier jaar van de voorlopige erkenning maar liefst drie directeuren en drie raden van toezicht bij LLiNK aan het roer gestaan.

Dit roept allesbehalve het beeld op van een stabiele omroeporganisatie waaraan met een gerust hart de hoeveelheid zendtijd en financiële middelen die bij een omroepvereniging met een volledige erkenning hoort in handen kan worden gegeven.

Op financieel gebied is de situatie nog zorgelijker. In het financiële toezicht liepen wij er tegenaan dat LLiNK in zwaar weer was komen te verkeren met een fors negatief eigen vermogen. Uiteraard zijn wij LLiNK toen nog scherper in de gaten gaan houden dan te doen gebruikelijk is. Daartoe was destemee reden toen wij met uw goedkeuring een garantiestelling gaven van € 500.000,- voor ledenwerfactiviteiten. Nadat wij bij LLiNK hadden aangedrongen op grote zuinigheid, wekte het onze argwaan toen paginagrote krantenadvertenties verschenen in het kader van ledenwerving. De accountant die wij verzochten snel een onderzoek in te stellen bij LLiNK, kwam bij het Commissariaat terug met de mededeling dat het met de financiën van de omroep slecht gesteld was. De accountant stuitte op een overeenkomst met een extern bureau dat zich bereid toonde een groot bedrag te investeren om LLiNK aan het benodigde aantal leden te helpen in ruil voor een nog veel groter bedrag dat LLiNK verschuldigd zou zijn als op de peildatum van 1 april 2009 meer dan 150.000 leden ingeschreven zouden staan. Wij hebben LLiNK dit risicovolle gedrag zo kwalijk genomen dat een substantiële boete is opgelegd voor overtreding van het verbod om dienstbaar te zijn aan het maken van winst door derden.

LLiNK zag zich niet lang daarna genoodzaakt surseance van betaling aan te vragen. Het is voor het eerst in de geschiedenis van het Nederlandse omroepbestel dat een landelijke publieke omroepinstelling deze stap moest zetten. De surseance duurt tot op heden voort. In het gesprek dat wij op 24 augustus jl. met een afvaardiging van LLiNK hadden kwam ook de financiële toekomst van de omroep aan de orde, mede omdat in het beleidsplan de conclusie is getrokken dat LLiNK een gezonde financiële toekomst tegemoet kan treden. In het gesprek kwam naar voren dat LLiNK zelf het gevoel heeft voor een zeker dilemma te staan.

Zo ziet men wel mogelijkheden om financiële middelen aan te trekken, maar vreest men dat dan direct het externe bureau dat de ledenwerving heeft verzorgd zich met een claim zal melden. Voorts is de onzekerheid over het verkrijgen van een definitieve erkenning een drempel om derden te benaderen voor financiële steun.

Wij menen dat het hoogst onzeker is dat LLiNK met alleen de contributie-inkomsten binnen afzienbare tijd financieel gezond kan worden, zeker als ook nog geld beschikbaar moet zijn voor het functioneren van een democratische vereniging.

Deze mening draagt bij aan onze beslissing om u over LLiNK een negatief advies uit te brengen.

10. Conclusie en advies

Aan de formele eisen die de Mediawet stelt aan omroepverenigingen die opteren voor een erkenning voldoet LLiNK naar onze mening. Er zijn voldoende leden, er is sprake van een stroming in de zin van de wet, de leden hebben voldoende democratische invloed op het beleid

Op basis van onze eigen ervaringen met LLiNK en met behulp van informatie uit het rapport van de visitatiecommissie en kwalitatieve en kwantitatieve gegevens die wij van de NPO hebben ontvangen, is het Commissariaat tot het oordeel gekomen dat LLiNK haar ambities die zijn uitgesproken bij toetreding tot het bestel niet heeft waargemaakt.

De omroepprogramma's zijn te weinig succesvol geweest en de aanwezigheid van LLiNK heeft er zelfs voor gezorgd dat ambities van andere omroepen op het gebied van duurzaamheid niet te realiseren waren. LLiNK heeft voorts te weinig initiatief genomen om programmatische samenwerking met andere omroepen tot stand te brengen. Aan een gevarieerder bereik van de publieke omroep heeft LLiNK evenmin voldoende bijgedragen. De ambitieuze voorttrekkersrol die LLiNK voor zichzelf zag weggelegd op het gebied van internet heeft zij niet kunnen spelen.

De organisatie van de omroep is door bestuurlijke crisis en frequente personeelwisselingen kwetsbaar gebleken en de financiële toekomst achten wij uitermate onzeker. Onder deze omstandigheden zijn wij van mening dat aan LLiNK geen definitieve erkenning verleend moet worden.

Dit zo zijnde zien wij af van verdere bespreking van de beleidsvoornemens zoals beschreven in het met de aanvraag meegezonden beleidsplan.

Het Commissariaat voor de Media adviseert u op basis van bovenstaande overwegingen de aanvraag van omroepvereniging LLiNK om toekenning van een erkenning voor de periode 2010 – 2015 af te wijzen.

MAX

1. Stroming

In het beleidsplan omschrijft Omroepvereniging MAX haar missie als volgt: *Omroep MAX is een publieke omroep voor mensen van vijftig jaar en ouder en werkt vanuit de leef- en denkwereld van die leeftijdsgroep. Wij zien en laten zien dat vijftigplussers volwaardige en vaak zeer actieve mensen zijn, volledig geïntegreerd in de samenleving. Enerzijds als signaal naar die samenleving dat vijftigplussers actief meedoen en meetellen. Anderzijds als oproep naar de vijftigplussers om hun positie als actief mens en burger te behouden of in te nemen. Het is vooral de manier waarop MAX programma's maakt en zijn doelgroep bereikt, die onderscheidend is. Vanuit een onafhankelijke positie, zowel van politiek als geloof, willen wij alle vijftigplussers bereiken op een manier die hen aanspreekt. Dé vijftigplusser bestaat niet, maar onderscheidt zich als groep wel van andere leeftijdsgroepen. Juist de vijftigplusser is door positieve en negatieve ervaringen in het leven in staat om het leven ten volle te vieren. Juist de vijftigplusser is in staat door al zijn levenservaring normen en waarden aan anderen om hen heen over te brengen. MAX wil de vijftigplussers niet alleen kwalitatief hoogwaardige content op radio, televisie en internet bieden, maar ook ontmoetingen organiseren tussen vijftigplussers. MAX verliest daarbij niet de oudere uit het oog die hulp nodig heeft of eenzaam is, in Nederland of daarbuiten.*

2. Doel van de vereniging

Uit artikel 2 van de statuten blijkt dat Omroepvereniging MAX zich ten doel stelt om in haar programma te voorzien in de maatschappelijke, culturele of godsdienstige danwel geestelijke behoeften van ouderen en zich in haar programma te richten op de bevrediging van in het volk levende maatschappelijke, culturele of godsdienstige danwel geestelijke behoefte waarbij met name aandacht aan de ouderen in de samenleving zal worden besteed. Tevens stelt zij als doel: *om ter uitvoering van de taak van de publieke omroep als bedoeld in artikel 13c van de Mediawet op landelijk niveau een programma voor algemene omroep te verzorgen en alle activiteiten met betrekking tot programmaverzorging en uitzending te verrichten die daartoe nodig zijn.*

3. Invloed van leden op het beleid

Een voorwaarde om in aanmerking te komen voor erkenning, is het op democratisch aanvaardbare wijze aan de leden geven van invloed op het beleid van de omroepvereniging. MAX heeft een ledenraad, bestaande uit 15 personen en (uit hoofde van hun functie) de drie leden van het algemeen bestuur. De leden van de ledenraad, niet zijnde leden van het algemeen bestuur, worden gekozen door en uit de leden. De ledenraad heeft als taken het benoemen van de leden van het algemeen bestuur, het goedkeuren van de jaarrekening, het nemen van besluiten tot wijziging van de statuten en het vaststellen van het huishoudelijk reglement. Volgens opgave van Omroep MAX komt de ledenraad tenminste tweemaal per jaar bijeen. Hiernaast kent MAX een programma-adviescommissie, bestaande uit zeven leden, die het algemeen bestuur adviseert over de programma's van de vereniging. De voorzitter van het algemeen bestuur is uit hoofde van zijn functie voorzitter van de programma-adviescommissie. In geval van vacatures kunnen de leden kandidaten voorstellen. Het algemeen bestuur benoemt de overige leden van de programma-adviescommissie.

Een ander instrument om de mening van haar doelgroep te achterhalen en deze te betrekken bij beleidskeuzes is het MAX opiniepanel. MAX doet hiermee onderzoeken naar de waardering voor de programma's, de wensen van haar doelgroep voor de toekomst en het effect van programma's. Hiernaast bevordert MAX de interactie met de leden onder meer met behulp van de MAX Publiekservice, waar kijkers en luisteraars terecht kunnen met vragen en opmerkingen over de MAX programma's. Ook organiseert MAX jaarlijks ledendagen en informeert ze haar leden elk kwartaal met het MAX Magazine.

4. Het programmabeleid en de identiteit van MAX

In het beleidsplan is uitgewerkt hoe MAX de wensen van haar doelgroep in de komende erkenningperiode wenst te vertalen naar de programmering. Uiteraard moet het programma-aanbod blijven voldoen aan de eigen criteria die MAX hieraan stelt, zoals: geen muziek onder gesproken woord, minder gehaaste gesprekken, geen gevloek en minder snelle montages.

MAX zal zich concentreren op de ontwikkeling van aanbod op het gebied van thema's en genres die de doelgroep graag ziet, op basis van de meningen van de leden van het MAX Opiniepanel. De huidige programma's zullen grotendeels blijven bestaan, daarnaast zijn voor de gewenste genres nieuwe programma-ideeën ontwikkeld. Een nieuwe aanvulling is bijvoorbeeld een talkshowachtig ochtendprogramma. De ontwikkeling van een eigen dramaserie had MAX zich vijf jaar geleden al voorgenomen, maar dat bleek niet haalbaar te zijn. In de komende periode verwacht MAX echt met eigen drama te komen. Ook heeft MAX de belangrijkste binnen de doelgroep levende thema's geïnventariseerd. Over de top 3 thema's wil MAX thema-avonden produceren. Op de radio wil MAX de huidige programma's continueren. Daarnaast wil MAX ook een rol gaan spelen op Radio 1 en heeft zij nieuwe formats ontwikkeld voor Radio 2 en 4. Op het gebied van internet is MAX van plan om met haar website meer mensen te betrekken bij de vereniging, door meer participatie te stimuleren en het forum te verbeteren. MAX wil nieuwe bezoekers binnenhalen met het onderdeel 'jaartjeouder.nl'. Daarnaast wil zij meer maatschappelijk relevant nieuws bieden, specifiek voor de doelgroep. Vanzelfsprekend vindt MAX het van belang dat haar website goed toegankelijk is. Wat betreft het bereik zegt MAX zich te committeren aan de doelstellingen die vanuit de NPO worden gesteld. Zij zal ook in de toekomst met name de leefstijlgroepen Standvastige Gelovigen, Gemakzoekende Burgers en Participerende Burgers bereiken. Dit zijn tevens de drie leefstijlen met een gemiddelde leeftijd van boven de 50 jaar. MAX zal een extra inspanning doen om de voor de publieke omroep moeilijk bereikbare groep Bezorgde Burgers te bereiken met de programma's Groeten van MAX en Missie MAX.

Een definitieve erkenning per 1 september 2010 zou een forse toename in zendtijd met zich meebrengen. Om hier in organisatorische zin op berekend te zijn, hanteert MAX de strategie om in eerste instantie een deel van de nieuwe programma's door buitenproducenten te laten produceren. Later, als de eigen organisatie verder is gegroeid, zal MAX geleidelijk weer meer programma's in eigen productie nemen.

5. Het programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De visitatiecommissie concludeert dat MAX een positieve toegevoegde waarde aan het publieke bestel heeft geleverd. Zij oordeelt dat de identiteit van MAX voldoende terugkomt in het programma-aanbod op tv, radio en internet. De vorm die MAX hanteert, noemt de commissie voldoende onderscheidend. MAX onderneemt volgens de commissie voldoende om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren. MAX heeft volgens de commissie voor de doelgroep vernieuwende programma's ontwikkeld, in goede samenwerking met de overige omroepen.

De commissie noemt ook enkele aandachtspunten, onder meer ten aanzien van de bevordering van diversiteit, het meer gaan werken met subdoelgroepen en het gaan bepalen van doelstellingen voor de MAX-website. MAX kan zich vinden in deze aanbevelingen en benoemt in het beleidsplan maatregelen, die onderstaand verder worden toegelicht.

Ten aanzien van de diversiteit heeft de commissie vastgesteld dat MAX inspanningen verricht om de culturele diversiteit te bevorderen in zowel het personeelsbestand als de programma's. Dit heeft echter nog te weinig effect. De commissie beveelt MAX aan om planmatig uit te werken hoe zij de diversiteit van haar personeel, programma's en publiek zal vergroten. MAX geeft in het beleidsplan aan dat zij inspanningen zal verrichten om meer diversiteit in culturen binnen het personeelsbestand van de omroep te bereiken. Ook is MAX voornemens om met haar programma-aanbod een meer diverse doelgroep te bereiken. Hiervoor zal zij onder meer een expertgroep over dit onderwerp laten adviseren.

Ten aanzien van het bedienen van subdoelgroepen merkt MAX op dat zij door de te verwachten toename in zendtijd vanaf september 2010 de mogelijkheid heeft om zich inderdaad meer op de subdoelgroepen te richten. Deze subdoelgroepen had MAX reeds in het beleidsplan 2005 – 2010 in kaart gebracht. In de komende jaren wil MAX de 65-plussers (die nu al veel naar MAX kijken) als kijker behouden en zich tevens richten op de jongere subdoelgroep, door voor deze subdoelgroep qua onderwerp en vorm specifieke programma's te brengen.

MAX heeft in het beleidsplan haar internetdoelstellingen voor de komende periode geformuleerd. Dat zijn: meer participatie en debat met en tussen MAX websitebezoekers, vergroten van de toegankelijkheid van de website en hierin 'leading' zijn binnen de publieke omroep en het behalen van een gemiddeld bereik van 600.000 unieke bezoekers per maand.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

U heeft ons verzocht om specifiek bij de huidige aspirant-omroepen MAX en LLiNK te bezien of zij de in 2005 beloofde toegevoegde waarde aan het bestel waar hebben gemaakt. Omdat het al of niet verlenen van een definitieve erkenning een belangrijke beslissing is, heeft u ons hierover expliciet om een zelfstandig advies gevraagd. Wij hanteren hiervoor onder meer hetgeen is beloofd in het beleidsplan voor de periode 2005 – 2010 als criteria. In het geval van MAX gaat het om de elementen die wij onderstaand behandelen. Ze worden onder meer beoordeeld aan de hand van de cijfers van de NPO.

Andere toon en tempo programma's

MAX brengt programma's met een eigen 'tone of voice' en aanpak. De uitzendingen zijn laagdrempelig en brengen een bepaalde huiselijke gezelligheid. MAX hanteert een eigen manier van produceren: geen muziek onder gesproken woord, minder gehaaste gesprekken, geen gevloek en minder snelle montages.

Programma's specifiek voor ouderen

Uit de kijkcijfers blijkt dat MAX de beoogde doelgroepen goed weet te bereiken. De gemiddelde leeftijd van kijkers van MAX programma's ligt boven het gemiddelde van Nederland 1 en Nederland 2, de netten waarop MAX uitzendt. Tussen 16:00 en 24:00 uur was in 2008 de gemiddelde leeftijd van kijkers naar MAX-programma's 62 jaar, terwijl dat voor Nederland 1 gemiddeld 54 en Nederland 2 gemiddeld 58 jaar was. Ook op de radio onderscheidt MAX zich met een heel eigen aanbod.

Integratie en stimulering van ouderen in de samenleving

De vraag in hoeverre MAX heeft bijgedragen aan de integratie en stimulering van ouderen als actieve en betrokken deelnemers aan de samenleving is eigenlijk niet te kwantificeren. Wel is duidelijk geworden dat MAX zich op verschillende manieren inzet om ouderen te activeren en te stimuleren. Zo brengt MAX de programma's 'MAX Geheugentrainer' en 'Nederland in Beweging', die bijdragen aan het actief houden van mensen op hogere leeftijd. In haar ledenblad spoort MAX leden aan om allerlei activiteiten te ondernemen. Een recent initiatief van MAX is 'Iedereen kan Internetten', dat er speciaal op is gericht om ouderen te ondersteunen bij het ontwikkelen van computervaardigheden. Ook heeft MAX het MAX Meeting Point opgezet als community op internet, speciaal gericht op ouderen. Hiermee wisselen de deelnemers online berichten uit rondom gezamenlijke interesses en kunnen zij elkaar online ontmoeten. MAX draagt zo bij aan het tegengaan van vereenzaming, een probleem dat zich juist onder ouderen voordoet. MAX laat ook in haar eigen beleid zien dat vijftigplussers volwaardige deelnemers aan de maatschappij zijn, door plaats te bieden aan presentatoren die vanwege hun leeftijd of vernieuwingsplannen bij andere omroepen niet langer welkom waren.

MAX vindt volgens de NPO moeilijk aansluiting bij de profielen van de netten. De NPO schetst de situatie dat MAX bij wijze van spreken te 'volks' is voor Nederland 2 en te oud voor Nederland 1. Wanneer er meer MAX programma's geplaatst gaan worden, verwacht de NPO dat MAX haar programmering zal aanpassen: meer 'chique' programma's voor Nederland 2 en jongere programma's voor Nederland 1 (vanwege de 20-49 jaar doelstelling op dit net). Met name aanpassing aan Nederland 1 is lastig, omdat programma's met een jonger profiel indruisen tegen de missie/doelstelling van MAX: het bereiken van ouderen. Dit mogelijke knelpunt heeft MAX ook gesignaleerd en onder de aandacht gebracht bij de NPO.

De omroepverenigingen zonden op televisie in 2007 in totaal 12.190 uur uit. MAX was in 2007 verantwoordelijk voor 327 uur. Het aanbod van MAX viel dat jaar overwegend binnen de categorie Human interest, op afstand gevolgd door de categorie serieuze non-fictie. In 2008 leverde MAX op de netten waarop zij uitzond een positieve bijdrage aan de kijkcijfers. Op Nederland 2, het net waarop in 2008 de meeste MAX-programma's zijn uitgezonden, vulde MAX tussen 16:00 en 24:00 uur 5,8% van de zendtijd in. Hiermee leverde zij een bijdrage van 6,7% in het totale kijktijdaandeel van Nederland 2. De MAX-programma's hebben dus meer kijkers getrokken dan gemiddeld op dat net.

7. Naleving van de Mediawet

MAX stelt in het beleidsplan 2010 – 2015 zich aan alle regels in de Mediawet 2008 te zullen houden met betrekking tot bijvoorbeeld sponsoring, reclame en nevenactiviteiten. De ervaringen van het Commissariaat met MAX in de huidige erkenningsperiode zijn ondermeer de volgende. In de periode 2005 – 2008 is MAX niet beboet en zij heeft in 2007 één waarschuwing gekregen wegens niet-toegestane reclame-uitingen en sponsorvermelding. In 2009 heeft MAX een boete gekregen wegens het aan nieuwe leden verstrekken van voordelen die onvoldoende relatie hadden met de identiteit van de omroep.

Op het vlak van de financiële verantwoording heeft het Commissariaat het toezicht de afgelopen jaren aangescherpt. Het Commissariaat heeft vastgesteld dat MAX haar jaarrekening niet volledig in overeenstemming met de eisen van het Handboek Financiële Verantwoording had ingericht; daarnaast heeft MAX haar nevenactiviteiten niet altijd tijdig aangemeld. Bovendien heeft MAX een negatief verenigingsresultaat ten laste van de reserve voor programmadoeleinden gebracht, wat niet is toegestaan. MAX heeft hierop passende maatregelen genomen, in lijn met de aanwijzingen van het Commissariaat.

Het Commissariaat heeft in 2008 volgens het hiervoor opgestelde protocol een review laten uitvoeren op de werkzaamheden door de accountant van MAX in het kader van de controlewerkzaamheden op de jaarrekening 2006. De conclusie van deze review luidde dat de accountant van MAX de controle op goede wijze had uitgevoerd.

Naar aanleiding van de controle van het jaarverslag 2008 heeft het Commissariaat navraag gedaan naar de rechten op de merknaam en het beeldmerk van MAX. Deze rechten waren reeds voor de oprichting geregistreerd op naam van de oprichter. MAX heeft het Commissariaat gemeld dat deze rechten nog in 2009 op naam van de vereniging worden gesteld.

8. Governance

De opzet van de governance is bij MAX nog in ontwikkeling. Blijkens het beleidsplan en de mondelinge toelichting hierop bij het Commissariaat, heeft MAX de aandacht de afgelopen periode met name gericht op het primaire proces, het verzorgen van programma's. MAX heeft ervoor gekozen om niet vooruit te lopen op het verkrijgen van een definitieve erkenning en maatregelen om de governance te versterken pas door te voeren wanneer een definitieve erkenning in zicht is. MAX heeft al wel gewerkt aan de voorbereiding van deze maatregelen, onder meer door te onderzoeken hoe de governance bij andere omroepen is ingericht. Onderstaand zullen wij een aantal criteria ten aanzien van de governance verder behandelen.

Bestuur

De Omroepvereniging MAX wordt bestuurd door een driehoofdig algemeen bestuur. Bestuursvoorzitter is de heer Jan Slagter, tevens oprichter van MAX. De dagelijkse leiding van Omroep MAX (met andere woorden de uitvoering) berust ook bij de heer Slagter, in de functie van directeur. Deze opzet, waarin de besturende en uitvoerende verantwoordelijkheid door dezelfde persoon worden gedragen, is naar eigen zeggen gekozen omdat MAX in omvang nog een kleine omroeporganisatie is (er werken volgens de website thans in totaal ongeveer 65 mensen bij Omroepvereniging MAX). De heer Slagter vervult hiernaast bij MAX de functie van presentator, onder meer van het programma MAX Geheugentrainer. Naar buiten toe is hij ook hét gezicht van de omroep.

Toezicht

Vanaf september 2005 heeft MAX een ledenraad bestaande uit 15¹ gekozen leden en (uit hoofde van hun functie) de drie bestuursleden. De ledenraad wordt voorgezeten door de bestuursvoorzitter, de heer Slagter. Doordat de bestuursleden in de ledenraad zitten en de bestuursvoorzitter ook voorzitter van de ledenraad is, voldoet de huidige opzet van de ledenraad niet aan de criteria die de Code Goed Bestuur aan een onafhankelijk toezichthoudend orgaan stelt. MAX erkent dat de huidige opzet niet voldoet aan de Code Goed Bestuur. De heer Slagter heeft toegezegd dat er bij MAX vóór 1 januari 2010 een onafhankelijke Raad van Toezicht zal worden ingesteld. De ledenraad zal de leden van de Raad van Toezicht benoemen, op voordracht van het bestuur. Naar verwachting zal de voorzitter van de Raad van Toezicht voortaan als onafhankelijk voorzitter van de ledenraad gaan fungeren. De heer Slagter zal deze functie in de nieuwe opzet niet meer gaan vervullen.

¹ In de statuten, als bijlage opgenomen in het beleidsplan 2010 -2015, staat in artikel 15.2 het aantal van 20 leden genoemd. Navraag bij MAX heeft uitgewezen dat dit een verschrijving van de notaris betrof en dat 15 het correcte aantal gekozen leden is. Deze verschrijving heeft geen juridische consequenties en zal gecorrigeerd worden.

Verantwoording en transparantie

Jaarrekening en -verslag vormen de kern van de verantwoording door MAX. Het eerder genoemde MAX Opiniepanel draagt hiernaast bij aan de afstemming op de doelgroep. Er is niet conform richtlijn 1, artikel 21, van de Code Goed Bestuur een verantwoording opgenomen van de werkzaamheden van de ledenraad voor wat betreft zijn toezichhoudende taak. Jaarverslagen en het organigram zijn niet op de MAX-website terug te vinden, het beleidsplan 2010 – 2015 is dat wel.

Integriteit

In het beleidsplan geeft MAX aan dat er reeds gewerkt wordt met regelingen voor de omgang met relatiegeschenken en het gebruik van standaard sponsorcontracten. Komend jaar gaat MAX aandacht besteden aan openbare registers voor nevenfuncties en financiële belangen en de relaties met leveranciers.

Administratieve organisatie en interne beheersing

Naar aanleiding van een opmerking in het rapport van bevindingen van de accountant, is MAX gevraagd om een toelichting op de opzet van de administratieve organisatie en de interne beheersing (AO/IB). Uit de beantwoording kwam naar voren dat dit onderwerp tot begin 2008 onderbelicht is geweest, maar zich inmiddels verder heeft ontwikkeld. Zo is in 2008 en 2009 de AO/IB beschreven, geactualiseerd en geïmplementeerd en is ten behoeve van verbeterd financieel toezicht een geactualiseerde planning & control cyclus ingevoerd, zodat de leiding op basis van de periodieke informatie tijdig kan bijsturen wanneer dat nodig is.

9. Programmastatuut

Sinds 2005 zijn de publieke media-instellingen verplicht in overeenstemming met de werknemers die zijn belast met de samenstelling van het media-aanbod een programmastatuut (of in termen van de Mediawet 2008: redactiestatuut) tot stand te brengen waarin de journalistieke rechten en plichten van die werknemers zijn geregeld. MAX is momenteel nog bezig met het opstellen van een dergelijk statuut en is zich aan het oriënteren op de programmastatuten die bij collega-omroepen worden gebruikt.

10. Bereidheid tot samenwerking

MAX heeft vanaf het begin samengewerkt met andere omroepen en de NPO. Zo is het idee voor het horizontale middagprogramma meteen door MAX opgepikt. Samen met Teleac heeft MAX twee maal 'de Nationale geheugentest' geproduceerd. 'Nederland in beweging' heeft MAX overgenomen van de AVRO. Met de RVU is het programma 'Operatie van der Most' ontwikkeld. MAX heeft in haar beleidsplan 2010 – 2015 meerdere vormen van samenwerking beschreven, zowel op programma- als op organisatorisch niveau. MAX stelt positief te staan tegenover samenwerking met alle omroepen binnen het bestel. Ook werkt MAX samen met enkele regionale omroepen.

11. Conclusies en advies

Omroepvereniging MAX heeft de afgelopen erkenningperiode veel voor elkaar gekregen. MAX heeft haar missie goed vertaald naar een concreet programma-aanbod en overige verenigingsactiviteiten. MAX heeft goed samengewerkt met de andere landelijke publieke media-instellingen en de NPO. MAX draagt bij aan de doelstellingen van de NPO.

De inrichting van de governance is echter niet op het gewenste niveau gebracht, wat MAX ook erkent. Het Commissariaat gaat er van uit dat MAX haar toezegging na zal komen om vóór 1 januari 2010 een onafhankelijke Raad van Toezicht in te stellen. Het daadwerkelijk instellen van een onafhankelijk toezichthoudend orgaan conform de richtlijnen van de Code Goed Bestuur is naar het oordeel van het Commissariaat een voorwaarde voor het afgeven van een definitieve erkenning. Omdat uw uiteindelijke erkenningsbesluit ook voor 1 januari 2010 genomen zal worden, adviseren wij u om alvorens een definitief besluit te nemen, u te laten informeren over de stand van zaken met betrekking tot het instellen van een Raad van Toezicht. Het Commissariaat zal MAX in elk geval aan de gedane toezegging houden en in het voorjaar van 2010 de alsdan gewijzigde statuten en bezetting van de Raad van Toezicht opvragen.

Het Commissariaat plaatst verder kanttekeningen bij het democratische gehalte van de invloed van de leden middels de ledenraad. Het is de vraag of de 15 gekozen leden voldoende tegenwicht kunnen bieden aan de drie bestuursleden die ook deel uitmaken van de ledenraad. Wij geven de voorkeur aan een opzet waarin de bestuursleden geen lid zijn van de ledenraad. Ook is het instellen van een onafhankelijk voorzitter gewenst. Wij begrijpen dat de aanwezigheid van bestuursleden op zijn plaats kan zijn als het gaat om informatieoverdracht. Hier zijn echter ook andere werkwijzen voor te bedenken.

Het Commissariaat is hiernaast kritisch over de vermenging van besturende en uitvoerende rollen, die optreedt doordat de bestuursvoorzitter dezelfde persoon is als de directeur. Een dergelijke vermenging van rollen kan zorgen voor minder transparante bedrijfsvoering. Bovendien maakt dit MAX voor de continuïteit van de bedrijfsvoering sterk afhankelijk van één persoon. In de pioniersfase waarin MAX aan het begin van de huidige erkenningsperiode verkeerde, was een dergelijke opzet nog goed te begrijpen. Het Commissariaat is echter van mening dat de organisatie in de huidige omvang en groeisituatie toe is aan een volgende stap wat betreft de inrichting van de organisatie. MAX heeft hierop aangegeven het als een logische ontwikkeling te zien dat met de groei van MAX meerdere mensen zullen worden ingezet om de taken te vervullen die de heer Slagter tot nu toe alleen op zich heeft genomen. Het Commissariaat heeft de indruk dat MAX inderdaad actie heeft ondernomen om te komen tot een verdere professionalisering van de organisatie. Dit zien wij ook op het financiële vlak terug in de aandacht voor het opzetten van een degelijke functiescheiding en tijdige tussentijdse interne financiële rapportering. Deze professionalisering zal de organisatie minder kwetsbaar en afhankelijk van één persoon moeten maken. Een volgende stap hierin zal wat ons betreft moeten zijn dat de functies van directeur en bestuurder niet langer door één persoon worden vervuld. Verder verdient het opstellen van deskundigheidseisen voor bestuurders en het publiceren van de nevenfuncties van de bestuurders conform richtlijn 2, artikel 2.2, van de Code Goed Bestuur nog de aandacht. MAX heeft het invoeren van een openbaar register van nevenfuncties en financiële belangen (van alle medewerkers) overigens in het beleidsplan als een actiepoint benoemd voor 2010. We willen MAX nog de suggestie doen om verantwoordingsinformatie zoals jaarverslagen en het organigram voortaan ook op de website op te nemen. Het Commissariaat is bovendien van mening dat er extra vaart achter de totstandkoming van een programmastatuut dient te worden gezet en dat het programmastatuut uiterlijk 1 april 2010 bekrachtigd dient te zijn, zodat het ruim voor 1 september 2010 zal zijn ingevoerd.

Over het algemeen kunnen wij stellen dat MAX zich voldoende bewust is van de mediawettelijke voorschriften. Bovendien is onze ervaring dat MAX in gevallen van twijfel advies inwint bij het Commissariaat.

Gezien de ervaringen in de afgelopen vier jaar, verwacht het Commissariaat dat MAX zich ook tijdens de komende erkenningsperiode zal houden aan alle bij of krachtens de Mediawet gestelde voorschriften. Het Commissariaat had in eerste instantie het feit dat de rechten op merknaam en logo van MAX nog bij de oprichter berusten als mogelijk risico voor de continuïteit van de vereniging bestempeld. Nu door MAX is aangegeven dat in 2009 zowel de merknaam als het logo op naam van de vereniging zullen worden gesteld, zijn onze zorgen op dit punt weggenomen.

Het Commissariaat is van mening dat MAX de opmerkingen van de visitatiecommissie goed heeft opgepakt. Wij kunnen niet beoordelen of de geformuleerde acties ten aanzien van diversiteitsbevordering voldoende effect zullen hebben en raden MAX aan hier een goede monitoring voor op te zetten.

De vraag kan worden opgeworpen of MAX wel aanvullend is geweest op het aanbod van de publieke omroep, gezien het feit dat veel andere omroepen ook een ouder publiek trekken. Wij menen dat MAX niet zozeer vernieuwend is geweest, maar wel op een slimme wijze (her)gebruik heeft gemaakt van reeds bestaande formats, concepten en/of presentatoren. Bovendien heeft MAX hier de juiste tijdslots bij gevonden. Zo was MAX bereid het tv-programma 'Nederland in beweging' over te nemen van de AVRO en heeft MAX het radioprogramma 'Easy Listening' nieuw leven ingeblazen. MAX heeft toegevoegde waarde geboden door op tijden uit te willen zenden die voor andere omroepen minder interessant waren, zoals de middag. MAX heeft goed ingezien dat haar doelgroep een programma op dit tijdstip goed weet te waarderen. Hiermee heeft MAX ook bijgedragen aan het totale marktaandeel van de publieke omroep. Het voor de komende periode voorgenomen nieuw uit te zenden talkshowprogramma in de ochtend past goed in deze strategie.

Het Commissariaat is van mening dat MAX heeft waargemaakt wat zij vijf jaar geleden als toegevoegde waarde heeft beloofd. Wij vertrouwen erop dat MAX actie zal nemen op de bovengenoemde aandachtspunten ten aanzien van het inrichten van de governance, het vaststellen van een programmastatuut en het verder professionaliseren van de organisatie. Wij adviseren u dan ook de gevraagde erkenning te verlenen, onder het voorbehoud dat MAX daadwerkelijk vóór 1 januari 2010 een Raad van Toezicht heeft ingesteld, en daarmee een scheiding tussen bestuur en toezicht heeft aangebracht.

NCRV

1. Stroming

In artikel 3 van de statuten is beschreven welke stroming in de samenleving de NCRV vertegenwoordigt:

De vereniging staat in de protestants-christelijke traditie. Zij laat zich in haar werk leiden door Gods bevrijdende liefde voor mens en wereld, zoals deze in de Bijbel wordt verwoord en kenbaar is in Jezus Christus.

In aanvulling daarop stelt de NCRV in haar beleidsplan dat zij een omroep is die geworteld is en zich laat inspireren door het protestants-christelijke gedachtegoed. De NCRV zegt niet evangeliserend te zijn, maar zoekt haar kracht in de vormgeving van de christelijke overtuiging op elk gebied ten overstaan van de actuele situatie. NCRV wil een vereniging zijn van mensen die hetzelfde uitzicht delen: een samenleving waarin we met respect voor elkaar samen kunnen leven.

De NCRV stelt zich blijkens haar statuten en beleidsplan ten doel in haar programma de in de statuten aangeduide godsdienstige stroming van het Protestantisme te vertegenwoordigen en vanuit deze achtergrond een wezenlijke bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de samenleving.

2. Doel van de vereniging

De NCRV omschrijft in artikel 4 van de statuten het doel van de vereniging als volgt:

De vereniging stelt zich ten doel om een wezenlijke bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de samenleving. Zij richt zich daarbij op de ontwikkeling van godsdienstig leven, geestelijke en culturele ontplooiing, voorlichting, informatie en ontspanning. Met deze inzet draagt de vereniging, overeenkomstig bij aan het pluriforme aanbod van de publieke omroep.

In artikel 5 van haar statuten schrijft de NCRV dat zij haar doel tracht te bereiken door:

1. *het voorbereiden, verzorgen en uitzenden en verspreiden van mediaproducten;*
2. *het organiseren of aanbieden van met haar doel direct of indirect verband houdende activiteiten, diensten en/of producten;*
3. *het aanwenden van andere middelen, die direct of indirect het doel van de vereniging kunnen bevorderen.*

3. Invloed van leden op het beleid

Blijkens de statuten zijn de leden van de NCRV territoriaal ingedeeld in regio's. De benoeming van de leden van de regionale commissies geschiedt door en uit de leden van de regio. De leden van de regionale commissies (minimaal vier en maximaal tien leden) vormen de verenigingsraad die volgens de statuten minimaal twee maal per jaar vergadert. De voorzitter van de raad van toezicht zit de vergaderingen van de verenigingsraad voor. De verenigingsraad heeft de volgende taken en bevoegdheden:

- toetsing van het meerjarenplan;
- goedkeuring van de jaarrekening en het jaarverslag;

- verlening van decharge aan de directie en de raad van toezicht;
- benoeming, schorsing en ontslag van de raad van toezicht;
- advisering directie en raad van toezicht;
- wijziging statuten en ontbinding van de vereniging.

De verenigingsraad kent als vaste commissies de commissie van overleg en de financiële commissie. In het Beleidsplan 2010-2015 geeft de NCRV aan actief contact te onderhouden met de leden, door middel van publicaties (waaronder NCRV-gids en NCRV-ledenmagazine) en speciaal op leden gerichte activiteiten.

Uit de jaarverslagen van de NCRV maken wij op dat in de afgelopen jaren de verenigingsraad conform de statuten minimaal twee maal per jaar heeft vergaderd.

4. Programmabeleid en identiteit van de NCRV

In haar beleidsplan geeft de NCRV aan dat zij mensen wil inspireren tot samen leven. Daarbij stelt de NCRV drie waarden centraal : "eigen verantwoordelijkheid, betrokkenheid en gelijkwaardigheid". De NCRV wil naast haar traditionele doelgroepen ook nieuwe doelgroepen op de verschillende netten bereiken. Het programmeermodel biedt daartoe de mogelijkheid. De NCRV heeft dit vertaald in drie aandachtsgebieden, namelijk opinie & debat, levensbeschouwing en human interest.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De commissie vindt dat het televisiebedrijf van de NCRV haar identiteit en missie goed vertaalt in programmatische keuzes. Bovendien heeft de omroep zich flexibel en loyaal opgesteld tegenover het nieuwe programmeermodel. Het publiek waardeert de programma's van de NCRV en de publieksdoelstellingen en doelstellingen voor kijktijdaandeel worden gehaald. De commissie is van mening dat de NCRV nog te weinig vorderingen boekt om de diversiteit te vergroten. Vanaf 2007 heeft de omroep streefpercentages geformuleerd. In het beleidsplan zegt men bij keuze van onderwerpen, gasten en de samenstelling van de redactie rekening te houden met de toenemende veelkleurigheid van de samenleving.

De NCRV wil meer televisieprogramma's voor de jeugd. De commissie noemt de ingezette groei in kijktijdaandeel voor de jeugdprogrammering op Z@ppelin een goed teken. In haar beleidsplan sluit de NCRV hierop aan door te vermelden dat zij meer jongeren wil bereiken, door betekenisvolle programma's te maken. De toon van de NCRV-uitingen zal jonger, brutaler en eigentijdser zijn. Verder geeft het beleidsplan geen concrete acties hoe de NCRV haar bereik onder jongeren wil vergroten.

De visitatiecommissie is van mening dat de identiteit en missie onvoldoende tot uiting komen in het radioaanbod van de NCRV. Het is minder duidelijk waarom de NCRV sommige programma's uitzendt. De NCRV houdt zich wel aan de publieksdoelstellingen.

In haar beleidsplan geeft de NCRV geen concrete actiepunten om gehoor te geven aan deze opmerking van de commissie. Wel heeft de NCRV het voornemen zich meer te richten op crossmediale programma's. Hierdoor zou de heldere profilering van de NCRV op televisie en internet mogelijk ook meer herkenbaar kunnen worden in de radioprogrammering.

Met betrekking tot internet stelt de visitatiecommissie: *De NCRV heeft haar identiteit en missie op internet op een goede manier zichtbaar gemaakt. De NCRV is binnen het bestel zelfs een voortrekker op het gebied van gebruikersinteractie. Op internet behalen alle doelgroepen de doelstelling van een bovengemiddeld bereik.*

De visitatiecommissie is positief over de NCRV-organisatie. De commissie stelt in haar rapport dat de NCRV veel aandacht besteedt aan doelmatigheid. De NCRV heeft heldere procedures. Bovendien stelt de commissie dat de NCRV een goed (zelf ontwikkeld) instrument heeft om te meten of ze haar doelstellingen realiseert. Ook over de samenwerking met andere omroepen oordeelt de commissie positief.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De omroepverenigingen zonden op televisie in 2007 in totaal 12.190 uur uit. De NCRV was verantwoordelijk voor 1.525 uur. Afgezet tegen het aanbod van de publieke omroep als geheel zendt de NCRV relatief veel uit in de hoofdcategorie Human interest. Kenmerkend voor de NCRV zijn de programma's waarin mensen op een persoonlijke wijze worden geportretteerd. *Het zijn programma's waarin de kijker zijn eigen levensverhaal, keuzes en dilemma's kan spiegelen aan die van anderen, en zich daardoor kan laten inspireren.*

De NCRV zegt in haar beleidsplan *in de komende erkenningsperiode haar aandacht vooral te richten op verder verhoging van de kwaliteit van programma's. Hierbij zal het accent liggen op de ontwikkeling van hoogwaardige content, die crossmediaal uitgespeeld kan worden over alle platforms die de mediadienst te beschikking staan.*

De NCRV wil actief bijdragen en werken aan het realiseren van de doelstellingen en speerpunten die in gezamenlijkheid door de verschillende bescpelers van de NPO worden vastgesteld. Bovendien wil de NCRV als constructieve deelnemer aan het bestel, de komende periode inbreng hebben bij het verder formuleren en uitwerken van overkoepelend beleid.

7. Naleving van de Mediawet

Wij hebben vastgesteld dat de NCRV in de afgelopen vijf jaar slechts één maal voorschriften van de Mediawet heeft overtreden. In 2005 hebben wij een boete opgelegd wegens een overtreding van het dienstbaarheidverbod. Op het vlak van de financiële verantwoording heeft het Commissariaat haar toezicht de afgelopen jaren aangescherpt. Het Commissariaat heeft vastgesteld dat de NCRV haar jaarrekening niet volledig in overeenstemming met de eisen van het Handboek Financiële Verantwoording had ingericht, daarnaast heeft de NCRV haar nevenactiviteiten niet altijd tijdig aangemeld en had de NCRV een nevenactiviteit die niet geheel kostendekkend was. De NCRV heeft passende maatregelen genomen. De NCRV volgt de aanwijzingen van het Commissariaat op.

De NCRV zegt in haar beleidsplan zich te houden aan de regeling Goed Bestuur en Integriteit. Daarnaast wil de NCRV zich houden aan alle overige mediawettelijke bepalingen, zoals bescherming van minderjarigen, nevenactiviteiten, rechtmatige besteding van publieke middelen en dergelijke.

8. Governance

In de statuten van de NCRV is de basisstructuur voor de governance van de vereniging vastgelegd. De vereniging kent een verenigingsraad, de raad van toezicht en de directeur/bestuurder. De raad van toezicht heeft een belangrijke adviesfunctie richting de verenigingsraad en benoemt, schorst en ontslaat de bestuurder.

9. Programmastatuut

De omroepvereniging moet een redactiestatuut tot stand brengen in overeenstemming met de werknemers. Uit het ons door de NCRV toegezonden statuut, getiteld 'mediastatuut', d.d. 26 september 2005, blijkt dat dit statuut na overleg met de werknemers tot stand is gebracht. De NCRV legt momenteel de laatste hand aan de actualisatie van het mediastatuut. Wij hebben een conceptversie hiervan, getiteld 'concept redactiestatuut 2009' ontvangen. Het redactiestatuut 2009 is aangepast voor de nieuwe Mediawet, maar is inhoudelijk gelijk aan het mediastatuut uit 2005.

10. Bereidheid tot samenwerking

In haar beleidsplan merkt de NCRV op dat zij een loyale deelnemer is aan het Nederlandse publieke omroepbestel. Hiertoe werkt zij in diverse gremia nauw samen met de andere publieke omroepen.

De NCRV wil ondanks de politieke wens dat de publieke mediadiensten zich meer gaan profileren en de concurrentie die gestimuleerd wordt door het programmeermodel, openstaan voor programmatische samenwerking met andere publieke mediadiensten wanneer dat win-winsituaties met zich meebrengt.

Verder is de NCRV ook gemotiveerd om buiten de kring van het publieke bestel samenwerkingsverbanden aan te gaan, om haar imago als maatschappelijk betrokken organisatie te versterken.

De visitatiecommissie heeft vastgesteld dat de NCRV met andere publieke mediadiensten samenwerkt om de eigen en de gezamenlijke doelstellingen te verwezenlijken.

11. Conclusie en advies

De NCRV heeft in haar beleidsplan niet direct gehoor gegeven aan de kritiek en bezorgdheid van de visitatiecommissie dat de programmering met betrekking tot jongeren, allochtonen en de radioprogrammering in het algemeen verbetering behoeven. De NCRV heeft in haar beleidsplan geen concrete actiepunten op die gebieden opgenomen.

De governance is op een degelijke wijze ingericht en de Code Goed Bestuur en Integriteit is, voor zover blijkt uit de beschikbare informatie, voldoende geïmplementeerd.

Het Commissariaat stelt vast dat de NCRV aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeenstemt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de NCRV de gevraagde erkenning te verlenen.

PowNed

1. Inleiding

Met betrekking tot de beoordeling van de aanvraag van PowNed als nieuwe omroepvereniging bepaalt de Erkenningwet dat de vereiste toegevoegde waarde moet blijken uit drie gelijkwaardige elementen. De omroepvereniging moet een stroming vertegenwoordigen die nog niet in het publieke omroepbestel aanwezig is, haar programma moet vernieuwend zijn wat betreft onderwerpkeuze en genre en zij moet andere doelgroepen bereiken dan die de publieke omroep nu bereikt. Ook staan wij stil bij de mogelijke gelieerdheid van PowNed met de Telegraaf Mediagroep.

2. Hoorzitting

Na ontvangst van het beleidsplan hebben wij PowNed in de gelegenheid gesteld haar aanvraag op 24 augustus 2009 mondeling toe te lichten.

3. Stroming

In de in de statuten opgenomen preambule omschrijft PowNed degenen die zij vertegenwoordigt als eigenwijze mensen, die geen discussie uit de weg gaan, die vragen stellen, ook als dit niet uitkomt, en die niet alles geloven wat hen wordt verteld. Mensen met een eigen mening die zij ook willen kunnen uitdragen (reaguurders). Deze omvangrijke volksbeweging, de bezoekers van de website GeenStijl en de initiators van PowNed, heeft op het internet bewezen een belangrijke bijdrage te leveren aan de vernieuwing en pluriformiteit van nieuwsgaring en opinievorming in Nederland, aldus de preambule. PowNed gaat community-based werken met de directe en interactieve deelname van de reaguurders en voor de moeilijk te binden doelgroep die bestaat uit zelfbewuste mensen, die actief hun mening vormen (artikel 3, onderdeel 3.1. van de statuten; zie hierboven).

In het beleidsplan noemt PowNed hen de netwerkgeneratie. Het is een groep van jonge mensen (volgens onderzoek van Intomart GfK is 65% tussen de 18 en 40 jaar) die zich onderscheidt in gedrag: in handelen, praten, denken en multitasken. Volgens PowNed bestaat deze groep uit hoogopgeleide mannen en vrouwen (volgens onderzoek van Intomart GfK is 77% man) die de gehele dag computers om zich heen hebben. Zij zijn actief lid van de informatiemaatschappij, zij consumeren niet langer de media, maar zij participeren in de media. Hun netwerken zijn grotendeels virtueel, zij hebben sociale codes en scherpen hun opvattingen aan elkaar. PowNed zegt twee segmenten in de populatie te zullen bedienen die ondervertegenwoordigd zijn bij de publieke omroep: de zorgeloze spanningzoeker en de ambitieuze pleziermaker. Deze twee groepen zijn samen goed voor 30% van de Nederlandse populatie van 13 jaar en ouder. Deze groepen hebben, volgens PowNed, recht op een eigen omroep.

PowNed en BNN zijn de omroepverenigingen die zich met name richten op jongeren. De stroming die BNN zich ten doel stelt te vertegenwoordigen is in de statuten omschreven als de jonge generaties die thans en in de toekomst niet in voldoende mate aan hun trekken komen bij de huidige publieke omroep. In haar programma's zal BNN in het bijzonder aandacht besteden aan de plaats en de verantwoordelijkheid van de jongeren in de samenleving. In het beleidsplan is de doelgroep van BNN nader benoemd: jongeren tussen 15 en 35 jaar; een groep die steeds belangrijke keuzes moet maken; keuzes op het gebied van studie, werk, relatie, kinderen, woonplek.

Wij stellen vast dat eigenwijze mensen, mensen die niet alles geloven wat hen wordt verteld, mensen met een eigen mening en hoogopgeleiden die de gehele dag computers om zich heen hebben, te vinden zijn binnen alle stromingen die de onderscheiden omroepverenigingen vertegenwoordigen. Wat hen bindt is, volgens PowNed, evenwel dat deze mensen hun mening ook uitdragen (reaguurders) en dat zij actief deelnemen aan de informatiemaatschappij door middel van communities/platforms zoals nu nog GeenStijl. PowNed, als de omroependant van GeenStijl, wil deze mensen, volgens PowNed onderdeel uitmakend van de zogeheten netwerkgeneratie, ook binnen het publieke omroepbestel een dergelijk platform bieden. PowNed geeft als haar doelgroep aan de hoogopgeleide jonge mensen tussen 18 en 40 jaar. BNN geeft als haar doelgroep aan alle jongeren tussen 15 en 35 jaar. Met inachtneming van het vorenstaande zal PowNed zich naar ons oordeel richten op die leden van de netwerkgeneratie die een aantal van de bovenbedoelde keuzes reeds gemaakt hebben die de jongeren waarop BNN zich richt, nog moeten maken.

Wij stellen vast dat door lid te worden, meer dan 50.000 mensen hebben laten blijken zich te herkennen in de doelstellingen en uitgangspunten van PowNed. Wij stellen voorts vast dat PowNed mede op grond van haar statuten en gezien het bovenstaande een bepaalde maatschappelijke stroming vertegenwoordigt.

4. Doel van de vereniging

In artikel 3, onderdeel 3.1. van de statuten omschrijft PowNed het doel van haar vereniging.

- a. *een tegenwicht te bieden aan de gevestigde politieke, bestuurlijke, en journalistieke belangen in Nederland, door een eigenzinnige manier van nieuws, infotainment en satire maken, zoals die door de website GeenStijl is ontwikkeld;*
- b. *community-based te werken, inclusief de directe, interactieve deelname van reaguurders, een groep die zich niet beperkt tot het consumeren van informatie, maar die zelf informatie verzamelt, verspreidt en checkt;*
- c. *het ontwikkelen en gebruiken van innovatieve middelen van informatietechnologie;*
- d. *het realiseren van een beter bereik van de publieke omroep in de moeilijk te binden doelgroep, die bestaat uit zelfbewuste mensen, die actief hun mening vormen;*
- e. *het verzorgen en uitzenden van omroepprogramma's voor radio, televisie, internet, digitale televisie en overige instrumenten in de zin van de Mediawet;*
- f. *het verschaffen van informatie aan het publiek en de leden over de omroepprogramma's in het algemeen en de omroepprogramma's van de vereniging in het bijzonder en het verschaffen van informatie aan de leden over de overige verenigingsactiviteiten, alsmede het verrichten van al hetgeen met het vorenstaande verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin van het woord.*

In artikel 3, onderdeel 3.2. van de statuten omschrijft PowNed hoe zij dit doel tracht te bereiken.

- n. *het verzorgen en uitzenden van omroepprogramma's voor radio en televisie binnen het publieke omroepbestel;*
- o. *het verrichten van activiteiten op internet in aansluiting op de eigen omroepprogramma's;*
- p. *gebruik te maken van de meest innovatieve middelen van informatietechnologie;*
- q. *alle middelen in te zetten die het publieke omroepbestel biedt, nu en in de toekomst.*

In artikel 3, onderdeel 3.2., onder a, van de statuten is de mediawettelijke doelstelling van een omroepvereniging omschreven.

Wij stellen vast dat de statuten op dit punt voldoen aan de eisen die de Mediawet stelt in artikel 2.24, tweede lid, aanhef en onder b. Voor de onder b, c en d van genoemd artikel 3, onderdeel 3.2. opgenomen andere middelen waarmee PowNed haar doel tracht te bereiken, biedt de Mediawet in beginsel de ruimte in de artikelen 2.1, vierde lid, en 2.132 e.v.

5. Invloed van de leden op het beleid

De ledenraad van PowNed bestaat uit 20 natuurlijke personen. Rechtspersonen kunnen lid zijn van PowNed, maar rechtspersonen kunnen niet lid zijn van de ledenraad van PowNed. De ledenraad is de algemene vergadering in de zin van het Burgerlijk Wetboek. Zowel de leden van het bestuur als van de raad van toezicht worden op voordracht van het desbetreffende orgaan benoemd door de ledenraad. De bestuursleden worden voor onbepaalde tijd benoemd, de leden van de raad van toezicht worden voor 4 jaar benoemd.

De ledenraad komt ten minste eenmaal per jaar bijeen. De voorzitter van het bestuur zit de vergadering van de ledenraad voor. Bij gelegenheid van deze vergadering wordt onder meer aan de orde gesteld de behandeling van het jaarverslag en de vaststelling van de jaarrekening. De invloed van de leden van de ledenraad op het (programma)beleid is niet afzonderlijk benoemd in de statuten. Die invloed kan zich alleen doen gelden via het bestuur, dat belast is met het besturen van de vereniging, en via de raad van toezicht die belast is met het toezicht op het beleid van het bestuur.

De invloed van de leden op het beleid van PowNed wordt ook bepaald door de wijze waarop het bijeenroepen van de ledenraad in de statuten is vastgelegd. In de eerste week van juli van een verkiezingsjaar (iedere 4 jaar worden de afgevaardigden voor de ledenraad gekozen) doet het bestuur een oproep (schriftelijk dan wel elektronisch) aan alle leden zich voor 1 oktober van dat jaar verkiesbaar te stellen. Op internet wordt dan de lijst van kandidaten bekend gemaakt, waarna de leden kunnen stemmen.

De leden van PowNed zullen actief deelnemen aan PowNed door middel van het geboden platform als omroepvereniging en zullen niet schromen hun mening op elk moment te geven over welk onderwerp dan ook, dus ook over het (programma)beleid van PowNed. De invloed van de leden zal dan ook zeer direct zijn en is naar ons oordeel voldoende geformaliseerd in de statuten.

6. Voorgenomen programmabeleid en identiteit van PowNed

PowNed is voornemens haar identiteit, die zij omschrijft met de kernwoorden rauw, provocerend, intelligent, dwars en ongecensureerd, tot uiting te brengen in programma's die informatief, actueel en verstrooiend zijn. De nadruk zal daarbij liggen op nieuws, opinie, satire en entertainment, aldus PowNed.

Ter illustratie van het voorgenomen programmabeleid zijn in het beleidsplan beschrijvingen van enkele programmaformats opgenomen. Bijvoorbeeld een actuele latenightshow (Het Laatste Nieuws; HLN), waarmee PowNed het gesprek van de volgende dag al op de avond ervoor wil bepalen. Ten behoeve van het programma Groeten uit Holland worden buitenlandse journalisten een week naar Nederland gehaald en met een eigen cameraman op pad gestuurd. In het programma Vuistdiep in ... wordt een bekende Nederlander zonder dat hij/zij daar inspraak in heeft een week gevolgd: politici, artiesten, sporters en acteurs brengt PowNed in beeld zoals ze nog nooit in beeld kwamen. In het programma De luis, de rat en de aal teisteren verslaggevers met dierenmanieren de macht met als enige doel: het blootleggen van machtsmisbruik.

PowNed kiest naar ons oordeel voor een programmering die aansluit bij haar identiteit. PowNed laat met haar programmaformats zien dat zij degenen die zij als haar doelgroep beschouwt wil bedienen.

7. Bereik van de publieksgroepen

PowNed dient als instelling die een voorlopige erkenning aanvraagt de publieksgroepen te bereiken die de publieke omroep nu nog niet voldoende bereikt. In tegenstelling tot de andere omroepverenigingen staat bij PowNed internet centraal, want via internet staat zij in contact met haar achterban. PowNed wil radio- en televisieprogramma's maken om internet te ondersteunen en te verrijken. Zij heeft daarbij haar oog laten vallen op de netwerkgeneratie. Deze generatie moet zich (ook) thuis gaan voelen bij radio en televisie, aldus PowNed. Een vergelijking met de doelgroep van BNN ligt voor de hand, nu zowel PowNed als BNN zich als enigen richten op jongeren.

Onderzoek naar het gemiddeld maandbereik van de websites van GeenStijl en BNN (mei 2008 tot en met april 2009; bron: STIR) laat zien dat de score van BNN in de doelgroepen 13 tot 17 jaar en 18 tot 34 jaar nagenoeg gelijk is. De score van GeenStijl is in de doelgroep 18 tot 34 jaar beduidend hoger dan in de doelgroep 13 tot 17 jaar. Het zwaartepunt van de aandacht voor en van PowNed zal derhalve meer richting de eindleeftijd van de netwerkgeneratie liggen, het zwaartepunt van de aandacht voor en van BNN ligt meer richting de beginleeftijd van de netwerkgeneratie.

Wij stellen vast dat PowNed en BNN in een aantal opzichten verschillen. Binnen de netwerkgeneratie richt BNN zich in het algemeen op de jongeren en PowNed zich in het algemeen op de "ouderen". Voorts geeft PowNed haar doelgroep in tegenstelling tot BNN nadere aanduidingen voor wat betreft opleidingsniveau, sexe en actieve betrokkenheid. In dit verband merken wij op dat uit eerdergenoemd onderzoek naar het gemiddeld maandbereik van de website naar voren komt dat het bereik van BNN onder lager en middelbaar opgeleiden substantiëler is dan bij GeenStijl. GeenStijl scoort voornamelijk onder hoogopgeleiden en in mindere mate onder middelbaar opgeleiden. BNN maakt geen onderscheid tussen mannen en vrouwen, PowNed zal vooral belangstelling verwerven onder mannen. Een ten slotte maakt PowNed veel meer dan BNN een punt van de actieve betrokkenheid van degenen op wie zij zich richt. Ons oordeel over het bereik van PowNed van haar publieksgroep is gezien het geringe verschil met de publieksgroep van BNN gematigd positief.

8. Vernieuwende bijdrage aan uitvoering publieke media-opdracht (toegevoegde waarde)

De aanvragers van een voorlopige erkenning moeten zich naar voorgenomen media-aanbod voor wat betreft genre en strekking zodanig onderscheiden van de andere omroepverenigingen dat de verscheidenheid van het aanbod van de publieke omroep wordt vergroot. PowNed streeft naar een beter bereik van de publieke omroep onder een jonger publiek. Naast BNN is er ruimschoots plaats voor nog een omroepvereniging die zich op een jonge doelgroep richt. De achterban van PowNed is ouder dan die van BNN, maar voor Hilversumse begrippen nog steeds jong. Met name de actualiteiten zullen het domein van PowNed zijn. Daarnaast zal PowNed zich specialiseren in een aantal onderbelichte thema's zoals extreme sporten, nieuwe media, techniek en economie. PowNed laat niet of nauwelijks merken dat zij zich in haar aspiraties laat temperen door de toch geringe hoeveelheid uren die zij ter beschikking krijgt.

Naar ons oordeel is er reden aan te nemen dat de bijdrage van de programma's van PowNed een impuls kan zijn voor jongeren om geïnteresseerd te raken in en betrokken te worden bij het publieke omroepbestel.

9. Governance

In de statuten van PowNed is de basisstructuur voor de governance van de vereniging vastgelegd. De vereniging kent een ledenraad, een raad van toezicht en een bestuur. De raad van toezicht heeft tot taak toezicht te houden op het beleid van het bestuur en op de algemene gang van zaken in de vereniging. De bestuursleden worden benoemd, geschorst en ontslagen door de ledenraad.

10. Programmastatuut

Op grond van het bepaalde in artikel 2.88, tweede lid, van de Mediawet 2008 brengen de omroepverenigingen in overeenstemming met hun werknemers die zijn belast met de verzorging en samenstelling van het media-aanbod een redactiestatuut tot stand. PowNed heeft in afwachting van een definitieve beslissing over haar erkenningsaanvraag nog geen medewerkers in dienst genomen. Een programmastatuut is derhalve nog niet opgesteld.

11. Bereidheid tot samenwerking

PowNed ziet mogelijkheden om samen te werken, hoewel zij Hilversum maar een raar dorp vindt waar rare dingen gebeuren. PowNed heeft nog geen concrete plannen daartoe. Met de NOS en BNN wil zij een inspanning leveren om meer jongeren "aan het nieuws" te krijgen. Met MAX is gesproken over samenwerking op het gebied van facilitaire en P&O-zaken en administratie. PowNed is tevens bereid de zelfgebouwde techniek te delen met de andere omroepen. PowNed heeft inmiddels ook ervaren dat de raakvlakken met de directie Internet en Innovatie van de NPO groot zijn. PowNed hecht aan een goede samenwerking met deze afdeling.

12. Gelieerdheid

Zoals bekend is PowNed een initiatief van de weblog GeenStijl. GS media B.V., een 100% dochtervenootschap van de Telegraaf Media Groep (TMG), is een van de oprichters van PowNed. Uit het Beleidsplan blijkt dat de TMG tijdens de oprichtings- en ledenwervingfase mensen en middelen heeft ingezet voor PowNed. De inzet is betaald door PowNed of ontvangen door PowNed bij wijze van schenking door de TMG. De TMG heeft hierover een verklaring opgesteld die opgenomen is in het beleidplan.

Gelieerdheid tussen een omroepvereniging en een derde is als zodanig niet in strijd met de Mediawet, maar dat neemt niet weg dat het bestaan van verbondenheid van betekenis kan zijn voor de beoordeling van het dienstbaarheidverbod en het beginsel van non-commercialiteit. In het beleidsplan stelt PowNed dat er geen banden meer zijn met GeenStijl en met de TMG. De voor het publiek kenbare uitingen van PowNed zijn daarmee inmiddels in overeenstemming gebracht.

Wij adviseren erop toe te zien dat bij een voorlopige erkenningverlening de website van PowNed in woord en beeld (nog steeds) geen verwijzing bevat naar GeenStijl of de TMG (De Telegraaf).

13. Financiële gezondheid

Een van de nieuwe eisen die gesteld worden aan het verkrijgen van een voorlopige erkenning is dat de aanvragende vereniging financieel gezond moet zijn. Omroepverenigingen komen slechts in aanmerking voor een voorlopige erkenning indien zij op 31 december van het jaar voorafgaand aan het jaar waarin de voorlopige erkenning ingaat een reserve hebben waarvan het saldo nihil of positief is (artikel 2.26, aanhef en onder deel c, Mediawet). Mocht PowNed met een voorlopige erkenning worden toegelaten, dan zullen wij na afloop van het lopende boekjaar haar financiële positie onderzoeken.

14. Conclusie en advies

Het Commissariaat stelt vast dat PowNed aan alle formele eisen van de Mediawet voldoet. PowNed heeft naar ons oordeel voldoende toegevoegde waarde in die zin dat zij een stroming vertegenwoordigt die nog niet in het publieke omroepbestel aanwezig is en dat haar voorgenomen programma voldoende vernieuwend is voor wat betreft onderwerpkeuze en genre. Of zij een andere doelgroep zal bereiken dan die de publieke omroep nu bereikt is de vraag, nu zij min of meer dezelfde jongeren zal bereiken die BNN ook (al) bereikt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan PowNed de gevraagde voorlopige erkenning te verlenen.

TROS

1. Stroming

Anders dan omroepverenigingen die duidelijk in bijvoorbeeld een christelijke of sociaal democratische traditie staan, is bij de TROS iets moeilijker aan te geven welke stroming in de maatschappij zij vertegenwoordigt.

Het Commissariaat is allereerst te rade gegaan bij de statuten van de TROS. Daaruit blijkt dat de TROS zich ten doel stelt in haar programmering de stroming in de Nederlandse samenleving te vertegenwoordigen die van mening is dat er een omroepvereniging moet zijn die zich ondogmatisch en onafhankelijk van ideologieën opstelt en die het als haar opdracht ziet identificaties met bestaande politieke en/of religieuze groeperingen te vermijden. De stroming waar de TROS voor staat laat zich leiden door eerbied voor de rechtsstaat als absoluut noodzakelijke voorwaarde voor geestelijke, materiële en staatkundige vrijheid van de burgers.

Meer over de stroming waar de TROS voor staat is te lezen in de zelfevaluatie en het beleidsplan. Daaruit valt op te maken dat de TROS zich beschouwt als een burgerlijke omroep die op eigentijdse wijze uitdraagt dat zij staat voor elementaire waarden en vrijheden van individuele burgers. De programma's worden gemaakt vanuit het perspectief van de gewone Nederlandse burger die 'alle dagen zijn werk doet en plezierig wil leven in een ordelijk en veilig land. Die houdt van zijn familie en van gezelligheid en zich herkent in het Oranjegevoel zoals dat wel wordt beleefd als Nederlanders in internationaal verband prestaties van formaat leveren'. Samengevat kan uit de beschrijving die van de stroming is gegeven worden afgeleid dat de TROS de grote burgerlijke middenklasse, die hecht aan burgerlijk fatsoen, familielevens, nationaal gevoel, gezelligheid en betrouwbaarheid wil representeren.

2. Doel van de vereniging

De TROS heeft het doel van de vereniging beschreven in artikel 2 van haar statuten. Op die plaats is weergegeven dat de TROS met inachtneming van de bepalingen van de Mediawet tot doel heeft een programma voor algemene omroep te verzorgen dat wordt verspreid via omroepzenders en/of nieuwe media. Daarnaast wil de vereniging periodieken, waaronder omroepbladen, uitgeven en verzorgt zij nevenactiviteiten en verenigingsactiviteiten, alsmede overige activiteiten.

De bewoordingen waarin de doelstelling is geformuleerd stroken niet geheel met de terminologie van de Mediawet 2008, maar los daarvan is vast te stellen dat de TROS, door het verzorgen van een programma voor algemene omroep centraal te stellen, aan de wettelijke eisen voldoet.

Het verzorgen van nevenactiviteiten en verenigingsactiviteiten zijn in het stelsel van de Mediawet 2008 in beginsel toegestaan en passen daardoor in de doelstelling. Ten aanzien van de overige activiteiten is bij gebrek aan kennis over de aard daarvan weinig te zeggen.

3. Invloed van de leden op het beleid

In ons advies van 3 september 2004, kenmerk B&P-004801-jvb, is het functioneren van de interne verenigingsdemocratie bij de TROS vrij gedetailleerd beschreven en positief beoordeeld. Sindsdien is de wijze waarop de leden van de TROS invloed kunnen uitoefenen op het beleid niet wezenlijk veranderd.

De invloed komt ondermeer tot uitdrukking in de bevoegdheid van de ledenraad om de statutaire directie te benoemen en in de taken van de ledenraadcommissies, die de statutaire directie en de ledenraad adviseren over programma-ontwikkeling op radio, televisie, internet en nieuwe media, over verenigingsactiviteiten en financiën alsmede over missie, strategie en identiteit van de vereniging.

4. Programmabeleid en identiteit van de TROS

In het beleidsplan is uitgewerkt hoe de TROS de wensen van de stroming waaraan zij haar identiteit ontleent in de komende erkenningperiode wil vertalen naar de programmering. In de periode 2010 – 2015 wil de TROS zich concentreren op de ontwikkeling van aanbod op drie domeinen: Nederlandse muziek, (service)informatie en familie(-amusement). Rondom programma's binnen deze domeinen wil men communities ontwikkelen teneinde zoveel mogelijk interactie met het publiek op te bouwen. Bij de uitwerking van deze plannen gelden als criteria dat de ontwikkeling moet passen bij de TROS en de programmering geschikt moet zijn voor crossmediaal aanbod, bindingspotentieel moet hebben voor een groot publiek en passend moet zijn in het beeld van de TROS als grootste familie van Nederland.

Voor het televisieaanbod onderscheidt de TROS zes categorieën waarin men nadrukkelijk aanwezig wil zijn.

Op het gebied van actualiteitenprogramma's verzorgt de TROS de rubriek EénVandaag. Dit programma wordt volgens het beleidsplan geproduceerd vanuit een ondogmatisch en onafhankelijk vertrekpunt. Dit betekent dat onderwerpen worden benaderd vanuit de positie van de burger, en niet vanuit de abstractie van maatschappelijke of ideologische structuren. EénVandaag zal veel lokale items belichten, terwijl laagdrempeligheid karakteristiek zal zijn. In de categorie (service)informatie vallen programma's als Radar, Opgelicht?! en Vermist. De programma's zijn laagdrempelig voor alle publiekscategorieën en zij worden gemaakt vanuit de belangen van de burgers.

Een belangrijke categorie is voor de TROS amusement. Ook hier is laagdrempeligheid het vertrekpunt. Het beleidsplan noemt vrolijkheid en gezelligheid als sleutelbegrippen voor haar amusementsaanbod. Voorbeelden van programma's die aan de benadering van de TROS voldoen zijn bijvoorbeeld Bananasplit en De Dik Voormekaar Show.

Muziek is de vierde programmacategorie waar de TROS zich op richt. De keuze valt daarbij op Nederlandstalig muziekaanbod dat dicht bij de kijkers staat. In de programma's moet een sfeer van gezelligheid en gezamenlijkheid heersen. Het beleidsplan noemt dit "gedeelde vreugd is dubbele vreugd". Ter illustratie van wat men wil aanbieden somt het beleidsplan muziekspecials op rond artiesten als Jan Smit, Jan Keizer, André Rieu en Frans Bauer en wordt gerefereerd aan de muziekfeesten op pleinen, in de sneeuw op Curaçao etc.

Ook bij de kinderprogrammering zoekt de TROS het in laagdrempeligheid, die in dit geval tot uitdrukking komt taalgebruik, begrijpelijkheid en visualisatie. Programma's die deze kenmerken bezitten zijn bijvoorbeeld Kabouter Plop en Samson & Gert.

Als laatste categorie noemt het beleidsplan fictie. In deze categorie wordt specifiek gezocht naar aanbod dat past in het profiel van de TROS. Omdat de centrale inkoopafdeling van de NPO voor buitenlands drama weinig programma's kan bieden die passen in dit profiel maakt de TROS weinig gebruik van de centrale voorziening, maar gaat men zelf op zoek naar geschikt aanbod.

Alles bijeen zijn wij van oordeel dat kernbegrippen als burgerlijk fatsoen, familieleven, gezelligheid en betrouwbaarheid die zijn gebruikt om de identiteit van de TROS af te bakenen volop terugkomen in het programmabeleid voor televisie.

Aan de wettelijke eis dat het voorgenomen programmabeleid de identiteit van de aanvrager in voldoende mate moet weerspiegelen voldoet de TROS naar onze mening.

Behalve dat in het voorgenomen programmabeleid de identiteit van de omroep tot uitdrukking moet komen moet het voorgenomen media-aanbod bijdragen aan het vervullen van de publieke taak, te weten het verzorgen van een onafhankelijk, gevarieerd en kwalitatief hoogwaardig aanbod in de categorieën in de categorieën informatie, cultuur en verstrooiing voor alle lagen van de bevolking.

De TROS hanteert het uitgangspunt dat zij in de komende erkenningperiode in grote lijnen het beleid wil voortzetten dat de laatste jaren is gehanteerd. Hoe met dit beleid wordt bijgedragen aan de vervulling van de publieke taak, is beschreven in de zelfevaluatie 2003 – 2007.

Uit deze evaluatie blijkt dat de TROS vooral actief is in de programmacategorieën informatie, cultuur en verstrooiing. Educatie laat men liggen omdat educatieve programma's niet passen in het profiel van het net waaraan de TROS programmatisch bijdraagt. Bovendien tonen andere omroepen zich volgens de TROS ambitieuzer op het gebied van educatie.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

Waar de vorige visitatiecommissie nog uiterst kritisch was over de TROS, is het oordeel dat de visitatiecommissie vlak voor de zomer uitbracht een stuk positiever.

In haar bevindingen merkt de commissie allereerst op dat de TROS voldoende onderneemt om haar verankering in de Nederlandse samenleving te bewerkstelligen. Het actief zoeken naar nieuwe vormen van ledenbinding waardeert de commissie positief.

Over het aspect van diversiteit is de commissie iets minder positief. Zij meent dat de TROS zich te weinig inspant om diversiteit te bevorderen. Door de grondhouding van de TROS kan zij moeilijk sturen op diversiteit.

Op televisie vertaalt de TROS haar missie en waarden volgens de commissie goed. Er is waardering voor de keuze voor een aantal specifieke programmagenres die goed passen bij de missie en de identiteit van de omroep.

Aan de doelstellingen van de verschillende netten waar het gaat om bereik en kijktijdaandelen houdt de TROS zich goed. Zij levert een belangrijke bijdrage aan de bereikdoelstellingen van Nederland 1 en daarvoor van Nederland 2. Zorgzame opvoeders en zorgeloze spanningzoekers kunnen bij de TROS veel van hun gading vinden. Een kritische noot klinkt over de traditionele invulling van de Nederlandse identiteit, waardoor de TROS minder herkenbaar en aantrekkelijk is voor burgers die meer transnationaal of multicultureel georiënteerd zijn.

Ook in het aanbod op de radio wordt de missie van de TROS volgens de commissie goed vertaald. Die vertaling komt tot uitdrukking in het uitzenden van programma's met een meer volkse, Nederlandstalige muziekstijl. Door de verzorging van niet al te zware nieuwsprogramma's poogt de TROS een breed publiek aan te spreken. Die keuze leidt er logischerwijs ook toe dat gekozen is om niet uit te zenden op Radio 5 en Radio 6.

Tot slot concludeert de visitatiecommissie dat de missie goed verwerkt is in het aanbod op internet. De focus die gelegd is bij de televisie- en radioprogrammering is ook op internet terug te vinden. Wel is de kanttekening geplaatst dat de TROS een duidelijkere visie op internet en nieuwe media zou kunnen ontwikkelen.

In het beleidsplan geeft de TROS een reactie op de bevindingen van de visitatiecommissie. Zij schrijft dat zij zich in grote lijnen kan vinden in de conclusies die de commissie trekt ten aanzien van de TROS. De kritische opmerking over de visie op internet en nieuwe media trekt de TROS zich aan.

Zij doet de toezegging op dit punt een extra inspanning te leveren, al was het maar omdat op het gebied van nieuwe media in de komende jaren veel ontwikkelingen zijn te verwachten.

Met enkele aanbevelingen in het algemene deel van het rapport van de visitatiecommissie is de TROS het niet eens. In het bestek van de advisering over de erkenningaanvraag laten wij deze kritiek onbesproken.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

In de advisering is op het punt van de bijdrage aan de publieke taakopdracht gekeken naar het programma-aanbod op televisie verzorgd door de publieke omroep als geheel en de bijdrage van de TROS aan dit geheel.

Op televisie heeft de TROS in de periode die de zelfevaluatie beschrijft in de categorie informatie bijgedragen met een dagelijkse actualiteitenrubriek en met wekelijkse informatieve programma's als Radar, Vermist en Opgelicht.

Op Radio 1 was de TROS aanwezig met het magazineprogramma TROS Nieuwsshow, de parlementaire rubriek TROS Kamerbreed en het programma over nieuwe media TROS Radio Online.

De bijdrage aan de invulling van de publieke taak op het gebied van cultuur bestaat uit het aanbieden van verschillende dramaseries (Spangen, Het Glazen Huis, Grijpstra en de Gier) en de uitzending van Nederlandse speelfilms en veel muziekprogramma's.

Op radio bestaat de bijdrage uit het programma Gouden Uren, dat uitgroeide tot het best beluisterde programma op de publieke radio. Het toegankelijker profiel dat Radio 4 heeft gekregen bood de TROS kansen, omdat uitzenden voor een breed publiek tot haar doelstellingen hoort.

De TROS ziet het als een belangrijke bijdrage dat zij hoge bereikcijfers en een hoog kijktijdaandeel weet te realiseren bij kijkers die de publieke omroep moeilijk weet te bereiken, te weten gemakzoekende burgers en bezorgde burgers.

Verstrooiing is in ruime mate aanwezig geweest in de programmering van de TROS. Er was sprake van een gevarieerd aanbod van spelprogramma's, reality soaps, satirische programma's en gemengde amusementsprogramma's. De TROS concentreert zich hierbij op de populaire cultuur en hoopt zo bij te dragen aan het versterken van sociale cohesie in ons land.

De TROS stelt dat zij een grote bijdrage levert aan de internetdoelstellingen van de publieke omroep. Deze zijn gericht op vergroting van de maatschappelijke waarde en het verbeteren van toegankelijkheid. Ook bij de bouw van websites wordt uitgegaan van de laagdrempeligheid die een identiteitskenmerk van de TROS is. Verder heeft de TROS deelgenomen aan het realiseren van gezamenlijke afspraken en eisen ter verbetering van de toegankelijkheid van sites en de inzet van specifieke tools.

7. Naleving van de Mediawet

In het advies over de erkenningaanvraag voor de periode 2005 – 2010 maakte het Commissariaat melding van het feit dat de TROS in de jaren daarvoor zes keer een boete ontving en eveneens zes keer een waarschuwing.

De overtredingen betroffen het niet in acht nemen van de reclame- en sponsorregels en het niet naleven van het verbod om dienstbaar te zijn aan het maken van winst door derden. Het aantal overtredingen maakte de TROS de dubieuze koploper van alle omroepverenigingen. Ook de toenmalige visitatiecommissie liet zich kritisch uit over de TROS. Zij had de indruk dat de TROS onderzocht hoever kon worden opgeschoven in de richting van de commerciële omroepen.

In de lopende erkenningperiode heeft het Commissariaat geen in het oog springende verbeteringen waar kunnen nemen. Opnieuw moest met sancties worden opgetreden tegen overtreding van het regime voor reclame en sponsoring en opnieuw kreeg de TROS een boete omdat zij had bijgedragen aan het maken van winst door derden. Momenteel zijn wij met de TROS verwickeld in een sanctieprocedure over het kinderprogramma Bibaboerderij waar naar ons voorlopig oordeel zowel de sponsorregels als het dienstbaarheidsverbod in het geding zijn.

In uw brief van 29 juli 2009 aan de beide Kamers der Staten-Generaal schrijft u de indruk te hebben dat de TROS het niet zo nauw neemt met haar plichten binnen het publieke bestel en daarin een bestendige lijn lijkt te ontwikkelen. Aan de directie en de raad van toezicht van de TROS heeft u laten weten dat in de aanvraag voor de komende erkenningperiode overtuigend moet worden aangegeven dat de regels van de Mediawet nauwkeurig zullen worden nageleefd en als dat wordt nagelaten een volgende erkenning zal uitblijven.

In het beleidsplan (pagina 24) gaat de TROS in twee alinea's op de kwestie in. De omroepvereniging verklaart daarin zich "onomwonden en zonder voorbehoud te houden en te zullen houden aan de Mediawet en de daaraan verbonden regelgeving". De TROS vindt dit "vanzelfsprekend".

Aan deze woorden is in de tweede alinea direct toegevoegd dat sprake is van een veranderende omgeving waar in de dagelijkse praktijk blijkt dat de Mediawet soms onduidelijk is. In voorkomende gevallen zou de TROS in een zo vroeg mogelijk stadium met het Commissariaat in overleg treden, welk overleg echter tot beperkte resultaten leidt omdat het Commissariaat pas achteraf toetst. De TROS zou daarom het instrumentarium van het Commissariaat uitgebreid willen zien met de bevoegdheid tot het verstrekken van prejudiciële voorzieningen teneinde rechtszekerheid voor omroepverenigingen te vergroten.

Het Commissariaat vindt de reactie op uw indringende oproep ronduit teleurstellend. Allereerst is de vaststelling dat de TROS zich houdt aan de Mediawet bewezen buiten de waarheid. Wij vragen ons af hoe de omroepvereniging die de laatste jaren het meest is beboet dit kan beweren.

De toezegging dat men zich in de toekomst zal houden aan de wet staat geheel op zichzelf: papier lijkt hier zoals gewoonlijk geduldig. Op zijn minst had de TROS een poging kunnen doen te beschrijven hoe men denkt een breuk met het verleden te bewerkstelligen. Om in plaats daarvan eigen gedrag af te schuiven op onduidelijkheid van de Mediawet en de wijze waarop het Commissariaat opereert vinden wij niet gepast.

Wij hebben bovendien niet de ervaring dat de TROS regelmatig contact met ons zoekt om overleg te hebben over onduidelijkheden waar men mee worstelt. De laatste jaren heeft eigenlijk alleen intensief overleg plaats gevonden over het Diomedea initiatief, dat samenwerking met producent D&D over een gezamenlijk op te richten productiehuis inhield. Ondanks onze voorlopige negatieve beoordeling van deze plannen werden ze wel doorgezet, wat uiteindelijk resulteerde in een boete voor het betalen van een niet verschuldigde afkoopsom.

Als het gaat om reclame- en sponsorregels en de interpretatie van het dienstbaarheidsverbod, kan de TROS zich naar ons oordeel ook niet met recht beroepen op onduidelijkheid van de Mediawet. Bedoelde regels zijn de TROS al vanaf 1988 bekend en zij zijn in de tussentijd voor de publieke omroep niet of nauwelijks gewijzigd. In meer dan twintig jaar heeft het Commissariaat een uitgebreide beschikkingenpraktijk opgebouwd, er zijn beleidsregels opgesteld en er is uitvoerige jurisprudentie ontstaan door uitspraken van rechtbanken en de Raad van State. Onder deze omstandigheden kan een omroepvereniging als excuus voor herhaaldelijke overtredingen bezwaarlijk staande houden dat de regelgeving onduidelijk is.

8. Governance

Toen wij enkele jaren geleden het thema van *good governance* op de agenda hebben gezet, was de TROS een van de omroepinstellingen waar het Commissariaat op dat gebied minder goede ervaringen had. De omroepvereniging had in die tijd een algemeen bestuur met veel invloed en ervaring. Tegenwicht in de toezichthoudende sfeer was er naar ons idee veel te weinig.

In de zelfevaluatie geeft de TROS aan dat een achteraf gezien voorbarige actie van de TROS leiding die inspeelde op de mogelijkheden die toenmalig staatssecretaris Van der Laan de publieke omroepverenigingen wilde bieden, tot een interne crisis leidde. De TROS loste deze crisis volgens eigen zeggen zelf op en wijzigde als uitvloeisel van de crisis de bestuurlijke structuur. Er is overgegaan van een traditioneel bestuursmodel naar een raad van toezicht model.

De TROS heeft haar organisatie in de nieuwe constellatie gevormd rond drie belangrijke organen: de ledenraad, de statutaire directie en de raad van toezicht.

De TROS kent een aantal regionale besturen die tezamen de ledenraad vormen. Deze heeft ondermeer tot taak de leden van de statutaire directie en de raad van toezicht te benoemen, schorsen en ontslaan. Voorts is de ledenraad belast met de benoeming van de externe accountant en het vaststellen van jaarplan, begroting en jaarrekening. Leden van de statutaire directie, personen die een arbeidsrechtelijke verhouding hebben met de TROS en degenen die als afnemer of leverancier van diensten een relatie hebben met de TROS, kunnen geen deel uitmaken van een regionaal bestuur en dus ook niet van de ledenraad.

De statutaire directie is het bestuur van de TROS in de zin der wet. De directie heeft de dagelijkse leiding van de omroep en heeft daarnaast ondermeer tot taak het jaarlijks opstellen van een beleidplan en een begroting en het opstellen van de jaarrekening. De leden van de directie worden benoemd door de ledenraad op bindende voordracht van de raad van toezicht. Bij het opstellen van die bindende voordracht streeft de raad van toezicht ernaar personen voor te dragen met elkaar complementerende professionele kennis en beroepservaring op directieniveau.

De raad van toezicht van de TROS bestaat uit vijf leden die uit hun midden een voorzitter kiezen. De ondernemingsraad en de ledenraad hebben ieder het recht om een lid van de raad van toezicht voor te dragen. De overige leden worden voorgedragen door de raad van toezicht zelf. Bij de voordrachten wordt gestreefd naar voor de TROS relevante, complementerende kennis en beroepservaring op minimaal directieniveau, op basis van een profielschets. Uitesloten van het lidmaatschap van de raad van toezicht zijn behalve de leden van de statutaire directie, personen die een arbeidsrechtelijke relatie met de TROS hebben of hebben gehad.

Bloed- en aanverwanten in de eerste graad en/of de partner van een persoon die een arbeidsrechtelijke verhouding met de TROS heeft of heeft gehad, kunnen evenmin tot lid van de raad van toezicht worden benoemd.

Op grond van artikel 19 van de verenigingsstatuten heeft de raad van toezicht de taak om op onafhankelijke, professionele wijze het door de statutaire directie opgestelde jaarplan en de begroting en jaarrekening goed te keuren en daarbij toezicht te houden op de uitvoering van het beleid en de algemene gang van zaken bij de TROS. Voorts stelt de raad van toezicht het salaris en de arbeidsvoorwaarden van de statutaire directie vast.

Naast genoemde taken heeft de raad van toezicht de bevoegdheid om gevraagd of ongevraagd advies uit te brengen. Deze adviezen kunnen ondermeer betrekking hebben op belangrijke zaken die de continuïteit van de TROS raken of op honoreringsvraagstukken, waarbij volgens de statuten de gebruikelijke normen binnen de publieke omroep als kader worden gehanteerd.

9. Programmastatuut

Artikel 2.88, tweede lid, van de Mediawet 2008 verplicht de omroepverenigingen om in overeenstemming met de medewerkers die zijn belast met de verzorging en samenstelling van media-aanbod een programmastatuut tot stand te brengen. Daarin dienen de journalistieke rechten en plichten van deze medewerkers en hun redactionele onafhankelijkheid vastgelegd te worden.

De TROS hanteert een programmastatuut uit 1992, waarvan wij eerder vaststelden dat dit een gebrek vertoont, omdat zonder instemming van de redactionele medewerkers wijzigingen kunnen worden doorgevoerd door het bestuur, gehoord een uit vier medewerkers bestaande programmaraad. Wij gaven de TROS destijds in overweging een geactualiseerd statuut tot stand te brengen.

Aan deze aanbeveling is geen gehoor gegeven. In de zelfevaluatie (pagina 51) legt de TROS uit dat het programmastatuut een slapend bestaan leidt. Sinds de totstandkoming is er volgens de TROS nooit aanleiding geweest het statuut te raadplegen. Wat hier ook van zij, het Commissariaat dringt er bij de TROS nogmaals op aan het programmastatuut volledig in overeenstemming te brengen met de Mediawet.

10. Bereidheid tot samenwerking

Artikel 2.30, tweede lid, onderdeel b, van de Mediawet 2008 bepaalt dat het beleidsplan voornemens en afspraken bevat over samenwerking ten behoeve van de landelijke publieke mediadienst met andere aanvragers van een erkenning of een voorlopige erkenning, de NOS of de NPS.

Het beleidsplan van de TROS gaat op pagina 27 in enkele regels in op de samenwerking met andere instellingen in het publieke bestel. In de bewuste passages deelt de TROS mee dat zij positief staat ten opzichte van de doelstellingen om de samenwerking binnen de publieke omroep te verbeteren. Daarbij stelt zij wel de eis dat samenwerking moet leiden tot een verbetering in doelmatigheid, doeltreffendheid of programmakwaliteit.

In het kader van samenwerking heeft de TROS volgens het beleidsplan regelmatig overleg met netpartners over het programmaschema, de uitvoering van de meerjarenbegroting en de ontwikkelingen van specialismen per netbespeler, zodat die elkaar complementeren. Programmatisch werkt de TROS samen met de AVRO in de actualiteitenrubriek EénVandaag en met NOS RTV in het kader van het Nationaal Songfestival.

Op de radio komt de samenwerking tot uitdrukking in de zaterdagmatinee op Radio 4 die samen met de AVRO en de NPS wordt verzorgd en in programma's met populaire klassieke muziek die op zondagochtend samen met de AVRO worden verzorgd. Deze samenwerkingsvormen wil de TROS in de komende erkenningperiode continueren. In het rapport van de visitatiecommissie is als bevinding van de commissie aangegeven dat de TROS samenwerkt met andere omroepen, ook in gezichtsbepalende programma's als EénVandaag.

11. Conclusie en advies

Allereerst zijn wij tot de conclusie gekomen dat de TROS voldoet aan de formele eisen die de Mediawet stelt aan omroepverenigingen die opteren voor een erkenning.

Tevens stellen wij vast dat de TROS door de combinatie van de beschrijvingen in de statuten, de zelfevaluatie en het beleidsplan voldoende duidelijk heeft gemaakt dat zij een stroming als bedoeld in de Mediawet vertegenwoordigt en dat door de vertegenwoordiging van deze stroming de pluriformiteit binnen de publieke omroep wordt vergroot.

Wat de inrichting van de organisatie betreft is het Commissariaat van oordeel dat de TROS een adequate scheiding van taken en bevoegdheden heeft gecreëerd. De gemaakte switch naar het raad van toezicht model heeft ervoor gezorgd dat de organisatiestructuur thans voldoet aan daaraan te stellen eisen van *good governance*.

Wij herhalen ons eerdere in 2004 uitgesproken positieve oordeel over het democratisch functioneren van de TROS.

Het Commissariaat concludeert dat de TROS met het beleid dat zij hanteert een wezenlijke bijdrage levert aan het realiseren van de publieke taak. Bij continuering van dit beleid zal zij daaraan ook in de komende erkenningperiode voldoende bijdragen.

Voorts zijn wij van oordeel dat de TROS genoegzaam aan haar bereidheid tot samenwerking uitdrukking heeft gegeven en dat zij in de praktijk ook feitelijke invulling geeft aan die bereidheid.

Ten aanzien van de naleving van de Mediawet is vast te stellen dat de TROS in onvoldoende mate tegemoet is gekomen aan uw uitdrukkelijke oproep om in het beleidsplan duidelijk te maken dat zij zich in de volgende erkenningperiode aan de wet zal houden.

Op grond van het bovenstaande en met inachtneming van hetgeen is gezegd over het naleven van de Mediawet, adviseert het Commissariaat u aan de TROS de gevraagde erkenning voor de periode 2010 – 2015 niet te verlenen dan nadat overtuigend is aangetoond dat er maatregelen getroffen zullen worden om wetsovertreding te voorkomen.

VARA

1. Stroming

Zoals de visitatiecommissie ook aangeeft is de VARA een van de oudste omroepen van Nederland. Oorspronkelijk was de VARA als omroep binnen de sociaaldemocratische zuil actief, maar nu is zij een onafhankelijke en progressieve omroep die wil bijdragen aan een samenleving waarin zoveel mogelijk mensen goed geïnformeerd zijn, aan het publieke debat deelnemen en participeren in cultuur en maatschappij. Uit de missie en de identiteit van de VARA blijkt dat ze wordt geïnspireerd door beginselen en waarden met betrekking tot de menselijke waardigheid en de sociale verhoudingen afkomstig uit het humanisme, en door de uitgangspunten en algemene doelstellingen van socialisme, sociaal-democratie en liberaal-democratie. Vanuit deze achtergrond richt de VARA zich in haar programmabeleid op maatschappelijke/politieke/culturele informatie en debat, consumenteninformatie, natuur en milieu, cabaret/satire en daarmee samenhangend amusement, kennisquizen, drama en cultuur.

2. Doel van de vereniging

De VARA stelt zich ingevolge artikel 2, onder a, van de statuten, ten doel om, vanuit een progressieve achtergrond die voortkomt uit de sociaaldemocratische beweging in Nederland, door middel van omroep de geestelijke ontplooiing, ontwikkeling en ontspanning van kijkers en luisteraars te bevorderen.

Dit doel tracht ze te bereiken langs wettige weg, als een onafhankelijke organisatie, die in nauwe samenwerking met andere omroeporganisaties radio- en televisieprogramma's uitzendt op het gebied van informatie, cultuur en ontspanning gericht op actieve en passieve deelneming aan de cultuur door alle bevolkingsgroepen (art. 2, onder b, van de statuten).

3. Invloed leden op het beleid

De verankering van de VARA in de samenleving is voor een belangrijk deel gelegen in de leden van de vereniging. De interactie met de leden is een speerpunt voor de VARA.

Uit de statuten, het jaarverslag 2008 en de internetsite van de VARA, blijkt dat de vereniging zodanig is ingericht dat haar leden op democratisch aanvaardbare wijze invloed kunnen uitoefenen op het (programma)beleid van de VARA. De VARA-leden kunnen om de vier jaar een Verenigingsraad kiezen. De Verenigingsraad is het hoogste orgaan binnen de VARA. Deze beslist over de begroting, benoemt bestuurders en beoordeelt het (programma)beleid voor de lange termijn. De Verenigingsraad komt tweemaal per jaar bijeen. De Verenigingsraad bestaat uit 35 afgevaardigden, die gekozen worden uit een landelijke kandidatenlijst. Elk VARA-lid heeft de mogelijkheid om daar actief of passief bij betrokken te zijn. Leden van de Verenigingsraad worden gekozen voor een termijn van 4 jaar en zijn ten hoogste tweemaal herbenoembaar. De Verenigingsraad kent drie vaste commissies: de commissie Algemene Omroepbeleid en Verenigingszaken, de commissie Media en de commissie Financieel Economische Aangelegenheden. Deze commissies hebben tot doel, ieder op haar eigen terrein, de oordeel- en besluitvorming in de vergaderingen van de Verenigingsraad voor te bereiden. De leden van de commissies bestaan uit afgevaardigden van de Verenigingsraad.

De Verenigingsraad kiest uit de verenigingsleden de Raad van Toezicht. Deze groep van zeven leden controleert het bestuur van de VARA en adviseert de Verenigingsraad

De Verenigingsraad heeft ook een eigen forum op de internetsite van de VARA, waarop stellingen geplaatst kunnen worden die verband hebben met het VARA-beleid en waarvan de uiteindelijke uitkomst door de Verenigingsraad meegenomen kan worden bij zijn discussies en oordeelsbepaling.

Via VARA-ledengroepen wordt leden regelmatig gevraagd om mee te denken over en mee te doen met het ontwikkelen van plannen of het organiseren van activiteiten. Via het elektronische ledenpanel worden de VARA-leden eveneens betrokken bij het programmabeleid. De deelnemers aan het elektronische ledenpanel krijgen vragenlijsten toegestuurd over VARA-programma's, de internetsites, VARA TV Magazine en VARA-beleid. Via het ledenblad "Uitgesproken" worden de leden geïnformeerd over het omroepbedrijf of de vereniging.

Uit het rapport van de visitatiecommissie blijkt eveneens dat de Verenigingsraad een belangrijke rol speelt en democratisch wordt gekozen. Door het bestuur van de VARA en de bedrijfsdirectie wordt aan de vereniging verantwoording afgelegd in de vorm van een openbaar toegankelijk jaarverslag.

4. Programmabeleid en identiteit van de VARA

Zoals uit de statuten blijkt is de VARA een progressieve omroep, die voortkomt uit de sociaal-democratische beweging in Nederland. Volgens haar beleidsplan is de identiteit van de VARA na het verzuilingstijdperk die van een onafhankelijke progressieve omroep wier engagement nu onder meer tot uitdrukking komt in het hebben van een open oog voor nieuwe ontwikkelingen in de samenleving, in het stimuleren van het debat en in de provocatie van kijkers en luisteraars tot het verkennen en verleggen van grenzen.

Uit haar beleidsplan blijkt ook dat de VARA zich in haar programmabeleid laat inspireren door beginselen en waarden afkomstig uit het socialisme, de sociaal-democratie en het humanisme.

De VARA heeft als algemene doelstellingen van haar programmabeleid een omvangrijk en breed samengesteld publiek te informeren over wat er in Nederland en in de wereld gaande is en dit publiek wil ze laten kennismaken van en informeren over zaken op het terrein van kunst en cultuur. Voorts stelt ze zich tot taak verstrooiing te bieden aan grote groepen kijkers.

Op basis van haar missie, haar identiteit en haar specifieke expertise zal de VARA zich bij haar programma- en contentbeleid richten op de speerpunten maatschappelijke/politieke/culturele informatie en debat, consumenteninformatie, natuur en milieu, cabaret/satire en daarmee samenhangend amusement, kennisquizzes, drama en cultuur.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De visitatiecommissie is van oordeel dat de VARA voldoende onderneemt om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren.

De VARA heeft veel samenwerkingsverbanden met externe organisaties en de VARA is nadrukkelijk op zoek naar nieuwe manieren om de binding met de leden te verbeteren. De visitatiecommissie vindt wel dat de VARA actiever kan inspelen op recente thema's in de samenleving. Zoals de veranderde houding van burgers tegenover de politiek en andere maatschappelijke instellingen.

Ten aanzien van de diversiteit merkt de visitatiecommissie op dat de inspanningen van de VARA waardevol zijn, maar niet leiden tot het beoogde resultaat. De commissie vindt dat er een plan nodig is met concrete doelen voor de gewenste diversiteit in het personeel en de programmering, en de stappen die de VARA daartoe moet zetten.

De vorige visitatiecommissie vond dat de VARA haar aanboddoelstellingen op het gebied van televisie scherper kon uitwerken, waardoor die meer richting zouden kunnen geven voor de invulling van het programmabeleid. De huidige visitatiecommissie merkt op dat de VARA dit commentaar ter harte heeft genomen. De commissie is van oordeel dat de VARA haar missie goed vertaald heeft in programmatische keuzes. De VARA doet waardevolle inspanningen op het gebied van cabaret en satire en brengt een relatief groot aantal toonaangevende programma's. Zij heeft ook waardering voor het meer dan proportionele aandeel van de VARA in Nederlandstalig drama en het feit dat de VARA maatschappelijke thema's behandelt in programma's voor een breed publiek. De commissie stelt dan ook dat de VARA bij de uitwerking van haar aanboddoelstelling een verbinding heeft gelegd met de algemene doelstellingen van de NPO. De commissie vindt de VARA, ondanks haar inspanningen op het terrein van talentontwikkeling, wel kwetsbaar in haar afhankelijkheid van een klein aantal populaire presentatoren.

De commissie vindt ook dat de VARA zich houdt aan de doelstellingen van de NPO voor het kijktijdaandeel en het bereik op de verschillende televisienetten. De mate waarin de VARA deze doelstellingen haalt stemt de commissie positief. De commissie constateert dat het onderzoek in opdracht van de VARA naar de waardering van haar programma's waardevol is, maar dat meetbare doelstellingen die de ambities van de VARA op dit gebied weergeven, ontbreken.

Ten aanzien van het radioaanbod is de commissie van oordeel dat de VARA duidelijke aanboddoelstellingen heeft geformuleerd. Ze heeft haar missie en doelstellingen goed vertaald in dit aanbod. De VARA houdt zich ook goed aan de doelstellingen van de NPO voor het bereik en het luistertijdaandeel op de zenders.

De commissie is wat betreft internet en de nieuwe media van mening dat de VARA haar missie en identiteit goed vorm geeft. De commissie heeft bijzondere waardering voor de specialisatie van de VARA op thema's en de vorming van online communities hieromheen, maar geeft aan dat nog niet alle speerpunten zijn uitgewerkt. Ook levert de VARA goede inspanningen op het gebied van digitale themakanalen.

Volgens de commissie weet het publiek de VARA op het internet en de andere nieuwe media ook te vinden en te waarderen. De commissie merkt wel op dat het moeilijk is om deze gegevens te duiden omdat de VARA geen eigen doelstellingen voor het bereik en de waardering van haar producties op het internet en de nieuwe media heeft geformuleerd.

Uit het beleidsplan blijkt dat de VARA zich de aandachtspunten van de commissie eigen heeft gemaakt. Wij stellen aan de hand van het beleidsplan vast dat de VARA voornemens is om het in 2007 ingevoerde kwaliteitssysteem in alle lagen van haar productieorganisatie in te voeren en te perfectioneren. Ze zal zich nog meer inspannen om nieuwe Nederlanders in het personeelsbestand te integreren en het crossmediale (speerpunten)beleid uitbouwen naar alle speerpunten van de VARA.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

De omroepverenigingen zonden op televisie in 2007 in totaal 12.190 uur uit. De VARA was verantwoordelijk voor 2.088 uur. Afgezet tegen het aanbod van de publieke omroep als geheel, zendt de VARA veel uit in de categorie "Human Interest" (60%). Daarnaast besteedt de VARA vooral aandacht aan amusement (12%), drama en serieuze non-fictie (beide 9%).

De VARA heeft in haar beleidsplan aangegeven dat de voorbereidende discussie voor een nieuw concessiebeleidsplan in het najaar van 2009 zal plaatsvinden. Aangezien de aanvraag voor een erkenning in juli 2009 moest zijn ingediend, konden de uitkomsten van de discussie over het concessiebeleidsplan niet meegenomen worden in de erkenningsaanvraag. De VARA heeft in haar beleidsplan de missie die de landelijke omroep zich stelt, alsmede de door NPO geformuleerde uitgangspunten voor de opstelling van het concessiebeleidsplan 2010-2015 weergegeven.

7. Naleving van de Mediawet

Wij constateren dat de VARA in de afgelopen vijf jaren een tweetal overtredingen op radio en televisie heeft begaan. In 2006 hebben wij de VARA een boete opgelegd voor niet toegestane reclame-uitingen in het radioprogramma *Giel* op radio 3FM. Tevens hebben wij de VARA in 2006 een waarschuwing gegeven voor overtreding van het dienstbaarheidsverbod in het televisieprogramma *Kassa*.

Op het vlak van financiële verantwoording heeft het Commissariaat de VARA aangeschreven omdat in haar jaarrekening 2004 een juridisch geschil niet was vermeld. De VARA volgt de aanwijzing van het Commissariaat op.

8. Governance

De VARA heeft van oudsher een scheiding tussen directie, toezicht en bestuur waardoor dubbelfuncties statutair zijn uitgesloten. Bij de VARA wordt gewerkt volgens de VARA-integriteitscode en de vanaf 1 januari 2006 geldende algemene gedragscode van de Nederlandse Publieke Omroep. De integriteitsregeling bevat normen, gedragsaanwijzingen en opgavenverplichtingen waaraan medewerkers, bestuurders en toezichthouders zich moeten houden bij integere uitoefening van hun functie en ter voorkoming van (de schijn) van vermenging van privébelangen of die van derden met zakelijke belangen van de omroep. Elke VARA-medewerker ontvangt jaarlijks de integriteitsregeling en wordt daarbij schriftelijk geattendeerd op het belang van naleving en vereiste opgaven. Iedere medewerker moet jaarlijks een verklaring omtrent nevenfuncties/-werkzaamheden indienen, ook als men ze niet heeft. De VARA rapporteert en legt op grond van deze regelingen verantwoording af in de jaarverslagen en op haar website.

9. Programmastatuut

Sinds 1 januari 2004 zijn de omroepverenigingen verplicht om in overeenstemming met de werknemers die zijn belast met de samenstelling van programma's een programmastatuut tot stand te brengen waarin journalistieke rechten en plichten van die werknemers zijn geregeld.

De VARA heeft haar programmastatuut aan het Commissariaat doen toekomen. Overeenkomstig de tekst en achterliggende bedoeling van de Mediawet staat in deze statuten beschreven waartoe programmamedewerkers gehouden zijn en welke bescherming ze genieten tegen inmenging van buitenaf, alsmede tegen ingrepen vanuit de eigen organisatie in hun journalistiek product.

In de preambule van het programmastatuut staat aangegeven dat het programmastatuut is vastgesteld na horen van de Ondernemingsraad en na overleg met de programmamedewerkers. De Mediawet 2008 geeft echter aan dat het programmastatuut niet "in overleg" maar "in overeenstemming" met de werknemers moet zijn vastgesteld. Wij zullen de VARA erop wijzen de statuten in die zin te wijzigen.

10. De bereidheid tot samenwerking

De samenwerking van de voormalige Nederland 3 partners VARA, NPS en VPRO is, ook na het programmeermodel van de NPO, voortgezet. De VARA wil de samenwerking op het gebied van huisvesting, huishoudelijke zaken en facilitaire zaken bestendigen. De huidige niet-programmatische samenwerking wil zij ook uitbouwen, waarbij kwaliteitsverbetering en efficiencyverbetering worden nagestreefd. De VARA is ook van plan om meer partijen bij de samenwerking te betrekken. Tevens is de VARA van plan om ondersteunende taken die de Net3-omroepen nu nog elk zelfstandig uitvoeren, onder gemeenschappelijke noemer te gaan uitvoeren als daarmee schaalvoordelen zijn te behalen en een verbetering van de kwaliteit van die onderdelen van de bedrijfsvoering.

Ook op programmatisch gebied bestendigt de VARA de samenwerking met de voormalige netpartners. Programmatisch werkt de VARA samen met de andere omroepen, zoals in *NOVA*, *Zembla* en *Pauw & Witteman* (met de NPS), *Buitenhof*, *Pinkpop*, (met de NPS en de VPRO) en het radioprogramma *Argos* (VPRO). Tevens zijn er plannen om samen met de VPRO en de NPS een tweetal dramaserie te ontwikkelen en uit te zenden.

11. Conclusie en advies

Het Commissariaat stelt vast dat de VARA aan alle formele eisen van de Mediawet 2008 voldoet en dat het beleidsplan een programmering beschrijft die met de Mediawet 2008 overeenstemt. Overige in de Mediawet 2008 genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de VARA de gevraagde erkenning te verlenen.

VPRO

1. Stroming

De stroming die de VPRO wenst te vertegenwoordigen kan worden afgeleid uit de in de statuten vastgelegde missie van de vereniging:

De VPRO is een publieke omroep waarbinnen creativiteit, wereldburgerschap, innovatie en eigenzinnigheid leidraad zijn, met het publiek als uitgangspunt. Voor dat publiek, de creatieve klasse wil de VPRO een knooppunt zijn van vakmanschap en expertise, betrokkenheid en passie.

De VPRO wil een innoverende en initiatiefrijke partij zijn in het maatschappelijk debat en toonaangevende, verdiepende, crossmediale inhoud bieden en doet dat in samenwerking met nationale en internationale partners. Daarbij is de VPRO initiator, producent, platform en gespreksleider en inhoudelijk verbonden met al diegenen die waarde hechten aan wereldburgerschap, creativiteit en kwaliteit.

In het beleidsplan wordt de koppeling gelegd tussen missie en stroming waar de VPRO meldt dat zij de stroming 'creatieve klasse' vertegenwoordigt: die groep mensen die met behulp van hun kennis, intelligentie en creativiteit iets toevoegt aan de wereld. De VPRO schat in dat in Nederland ongeveer 2,7 miljoen mensen tot die creatieve klasse behoren.

2. Doel van de vereniging

Uit de statuten blijkt dat de VPRO tot doel heeft *het maken en verspreiden van radio-, televisie- en andere programma's voor (massa)communicatie vanuit een door de algemene ledenvergadering aan te geven identiteitsbeschrijving.*

Dit doel tracht de VPRO *onder meer te bereiken door het uitoefenen van een bedrijf gericht op:*

- *het maken van radio-, televisie- en andere programma's voor massacommunicatie;*
- *het uitgeven van een programmablad, tevens verenigingsperiodiek voor de leden-abonnees;*
- *het houden van bijeenkomsten en het verzorgen van andere vormen van communicatie met de leden en met het publiek en verder met alle andere wettige middelen.*

3. Invloed leden op beleid

De invloed van de leden van de vereniging loopt via de algemene ledenvergadering. De algemene ledenvergaderingen zijn openbaar, en ieder lid van de vereniging heeft één stem. De algemene ledenvergadering wordt voorgezeten door de voorzitter van de Raad van Toezicht. In de statuten zijn de bevoegdheden van de algemene ledenvergadering benoemd. Dit zijn o.a.:

- het vaststellen van de identiteit van de vereniging;
- het benoemen, schorsen en ontslaan van leden van de Raad van Toezicht; en
- het goedkeuren van meerjarenbeleidsplannen, meerjarenbegrotingsplannen en jaarverslagen.

Daarnaast zoekt de VPRO contact met haar publiek door op meerdere mediumoverstijgende platforms zoals discussieavonden, theaterprogramma's, reizen en dergelijke actief te zijn. De VPRO wil daarmee *de rol van spil in deze smaakgemeenschap en daarmee in het geheel van de samenleving blijven spelen en waar mogelijk uitbreiden.*

4. Programmabeleid en identiteit van de VPRO

De VPRO ziet zichzelf, zoals eerder aangegeven, als vertegenwoordiger van de creatieve klasse. De vereniging presenteert zichzelf als een omgeving waarin inhoud en vorm, makers en achterban samenkomen. Kenmerkend voor de identiteit zijn volgens de VPRO kwaliteit, diepgang, stijl en allure. De programma's die de VPRO wil (blijven) maken dienen – zo staat in het beleidsplan – van een hoge inhoudelijke kwaliteit te zijn, waarbij zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van verdiepende journalistiek. De VPRO streeft hiermee naar maatschappelijke impact. Speerpunten zijn volgens het beleidsplan geschiedenis, jeugd, wetenschap, kunst en cultuur (met bijzondere aandacht voor documentaire, popmuziek, film en boeken), binnenland, buitenland en toekomst.

5. Programmabeleid en het rapport van de visitatiecommissie

De visitatiecommissie oordeelt dat de VPRO voldoende onderneemt om zich in de Nederlandse samenleving te verankeren. De commissie is daarnaast van oordeel dat de VPRO zich inspant voor diversiteit, waarbij men positief is over de aandacht voor minderheden in programma's. Kritisch is de commissie over het feit dat de resultaten van het bevorderen van de diversiteit onder het eigen personeel niet worden vermeld. De VPRO merkt hierover in haar beleidsplan op dat zij zich inspant om het personeelsbestand een afspiegeling te laten zijn van de multiculturele samenleving, en benoemt een aantal acties die daarvoor moeten zorgen.

De identiteit en missie van de VPRO worden volgens de commissie goed vertaald in programmatische keuzes. Dit geldt zowel voor radio als voor televisie. Waardering heeft de commissie voor de keuze voor onderbelichte en onbekende onderwerpen en genres en het mijden van de 'main stream'.

De commissie merkt op dat de VPRO de doelstellingen van de publieke omroep wat betreft bereik en kijktijdaandeel met moeite, en wat betreft luistertijdaandeel niet haalt. Een verklaring zoekt de commissie er in dat het moeilijk is het grote publiek te binden met de specialistische VPRO genres, waarbij vervolgens wordt gemeld dat dit in sommige gevallen opweegt tegen de bijdrage van de VPRO aan de pluriformiteit. Hoge verwachtingen heeft de commissie van de inspanningen die de VPRO verricht om de kwaliteit van haar aanbod te verbeteren.

Ook wat betreft internet en nieuwe media, zo stelt de commissie, spant de VPRO zich in om haar eigenzinnige en innovatieve karakter te combineren met een strategie om een breder publiek te bereiken. Net als bij radio en televisie richt de VPRO zich ook hier op genres en thema's die gezichtsbepalend zijn voor de publieke omroep, maar die niet automatisch een groot publiek bereiken. De commissie spreekt ook hier haar waardering voor uit, en onderschrijft daarnaast de mening van de VPRO dat nieuwe media geschikter zijn dan radio en televisie om aanbod voor een beperkt publiek te brengen. De commissie is kritisch dat de VPRO geen doelstellingen heeft geformuleerd voor haar aanbod op internet en nieuwe media. Ten aanzien van dat laatste punt merkt de VPRO in haar beleidsplan op dat zij het publiek crossmediaal wil bereiken en dat daar geen publieksdoelstellingen per medium bij passen.

6. Programmabeleid en de realisering van de publieke mediaopdracht

Alle omroepverenigingen gezamenlijk zonden in 2007 in totaal 12.190 uur televisie uit, waarvan de VPRO 1287 uur voor haar rekening nam. De VPRO verzorgde programma's in alle categorieën van het programmavoorschrift. Vergeleken met het gemiddelde van alle omroepen samen zijn in het media-aanbod van de VPRO de programmacategorieën serieuze non-fictie, fictie en muziek goed vertegenwoordigd. Aan human interest, sport en amusement heeft de VPRO minder aandacht besteed dan alle publieke omroepen gemiddeld.

De VPRO geeft in haar beleidsplan aan zich blijvend in te zullen spannen een belangwekkende bijdrage te leveren aan beleid en doelstellingen van de NPO, om zo haar eigen missie binnen het publieke bestel optimaal te kunnen realiseren. De VPRO legt bij programmaontwikkeling de nadruk op crossmedialiteit. Mediamakers van de vier door de VPRO onderscheiden redacties (TV, Radio, Digitaal en Print) produceren samen ideeën die vervolgens in samenhang via de verschillende platforms worden uitgewerkt en verspreid.

7. Naleving van de Mediawet

Het Commissariaat heeft de afgelopen 5 jaar geen overtredingen van de Mediawet door de VPRO geconstateerd. Ten aanzien van de financiële verantwoording van de vereniging hebben zich geen noemenswaardige voorvallen voorgedaan waaruit zou blijken dat de VPRO zich aan haar verplichtingen dienaangaande zou onttrekken.

8. Governance

De VPRO heeft haar statuten aangepast aan de eisen van Good Governance. De bestuurlijke organisatie is zodanig dat er een duidelijke scheiding bestaat tussen het dagelijkse bestuur en het toezicht daarop. De VPRO kent sinds 2008 een Raad van Toezicht-model. De VPRO kent een algemene ledenvergadering, een raad van toezicht, de directie en een verkiezingscommissie. Taken en verantwoordelijkheden van de verschillende organen zijn beschreven en vastgelegd in de statuten. Verder geeft de VPRO in haar beleidsplan aan dat zij de afspraken uit de Code Goed Bestuur en Integriteit heeft geïmplementeerd en dat daarover in jaarrekening en jaarverslag wordt gerapporteerd.

9. Programmastatuut

De omroepvereniging moet een programmastatuut tot stand brengen in overeenstemming met de werknemers. In het vorige advies (d.d. 17 augustus 2004) hebben wij de VPRO in overweging gegeven artikel 1 van het programmastatuut aan te passen en het statuut door een vertegenwoordiging van het personeel opnieuw te laten beoordelen. De VPRO heeft ons laten weten dat zij tot op heden geen nieuw programmastatuut heeft opgesteld, maar daar wel mee bezig is.

10. Bereidheid tot samenwerking

In haar beleidsplan geeft de VPRO aan dat zij samenwerking en afstemming zoekt met andere omroepen om het eigen aanbod en dat van andere omroepen zo optimaal mogelijk te kunnen positioneren en daarmee een zo succesvol mogelijke gezamenlijke prestatie te realiseren van de *Publieke Omroep in Nederland*. Die samenwerking zoekt de VPRO met name op de platforms Wetenschap en Geschiedenis en op terreinen waar, zoals de VPRO zegt, kwaliteit in het geding is. Als voorbeeld noemt de VPRO daarbij hoogwaardig drama dat voor de VPRO als individuele omroep lastig valt te financieren.

Buiten het publieke bestel kent de VPRO tal van samenwerkingsverbanden met wetenschappelijke en culturele instellingen en initiatiefnemers van evenementen en onderzoeken.

11. Conclusie en Advies

Het Commissariaat stelt vast dat de VPRO aan alle formele vereisten van de Mediawet voldoet en het beleidsplan een programmering beschrijft die met de wet overeenstemt. Overige in de wet genoemde weigeringsgronden doen zich naar ons oordeel niet voor, zodat wij u adviseren aan de VPRO de gevraagde erkenning te verlenen.

WNL (WAKKER NEDERLAND)

1. Inleiding

De beoordeling van de aanvraag van omroepvereniging WNL, die als aspirant omroepvereniging wil toetreden tot het bestel, is iets uitgebreider dan de beoordeling van de plannen van de overige omroepverenigingen. Dat komt omdat de Erkenningwet bepaalt dat voldaan moet worden aan drie cumulatieve voorwaarden die alleen gelden voor nieuwe toetreders.

De omroep dient een stroming te vertegenwoordigen die nog niet in het landelijke publieke bestel aanwezig is, er moet sprake zijn van programmatische vernieuwing door het verzorgen van een ander type programma in een combinatie van genre en inhoud en er moeten doelgroepen bereikt worden die de publieke omroep nog niet of onvoldoende bereikt. Op deze onderwerpen zal in het advies het zwaarste accent liggen.

Een ander punt waar wij bij stil moeten staan is de mogelijke gelieerdheid van WNL met private partijen, in dit geval de Telegraaf Mediagroep.

2. Hoorzitting

Na ontvangst van de beleidsplannen hebben wij de twee nieuwe initiatieven en de twee aspirant omroepen in de gelegenheid gesteld hun voornemens mondeling toe te lichten. Op 18 augustus jl. hebben wij gesproken met een delegatie van WNL, bestaande uit haar voorzitter en twee beleidsmedewerkers.

3. Stroming

Een belangrijke vraag waar antwoord op moet komen is welke stroming WNL nu precies vertegenwoordigt.

Volgens de wet moet de vereniging zich ten doel stellen een bepaalde in de statuten aangeduide maatschappelijke, culturele of godsdienstige stroming te vertegenwoordigen. Wij richten ons daarom eerst op de statuten.

In de preambule van de statuten staat dat WNL een vereniging is die traditionele normen en waarden verdedigt. Als voorbeelden van deze normen en waarden noemt men vrijheid en veiligheid voor de burger, vrijheid van meningsuiting en onderwijs, gelijkheid van man en vrouw, tolerantie en bestrijding van discriminatie, waardering voor ondernemingslust en steun voor de parlementaire democratie. De vereniging is niet gebonden aan een politieke partij, een belangengroepering of een levensbeschouwelijke instelling. Vanuit het door haar geformuleerde waardeperspectief wil WNL een herkenbare maatschappelijke stroming vertegenwoordigen die bestaat uit een grote groep mensen die als dat mogelijk is werk verrichten en die geen extremisme in politieke of godsdienstige zin bedrijven. De statuten betitelen deze stroming als "de ruggengraat van de Nederlandse samenleving".

De formulering in de statuten biedt ons onvoldoende houvast om de stroming die WNL zegt te vertegenwoordigen afdoende te kunnen afbakenen. Zo is de opsomming van normen en waarden veel te algemeen. Vrijheid, veiligheid, afkeer van discriminatie en steun voor de parlementaire democratie zijn waarden die zo breed worden gedeeld dat sommige ervan zelfs grondwettelijk zijn verankerd. Zij zijn te weinig onderscheidend om de WNL stroming te definiëren. Datzelfde geldt voor eigenschappen als een groot arbeidsethos en afstand nemen van politiek of godsdienstig extremisme.

In het beleidsplan zegt WNL meer over de stroming waar zij voor staat. De achterban is in het plan beschreven als conservatief-liberaal ingestelde Nederlanders. WNL onderschrijft de definitie die is gegeven van de conservatief-liberale filosofie (zie bladzijde 9 van het beleidsplan) en ziet zich als de representant van hen die deze filosofie aanhangen.

Het in het beleidsplan weergegeven citaat van de politieke filosofie beschrijft het gedachtegoed van het conservatisme. Een insteek naar liberale opvattingen ontbreekt, wat strookt met de uitspraak van de voorzitter van WNL tijdens de hoorzitting dat het accent van de stroming op conservatisme ligt. In het plan wordt echter wel steeds consequent het liberale aspect van het gedachtegoed meegenomen.

Uit de zelfdefinitie van de verenigingsidentiteit zoals die is verwoord in de statuten en de toelichtingen daarop in het beleidsplan, kunnen wij niet onomstotelijk vaststellen dat WNL opereert vanuit een samenhangende maatschappijvisie en overtuiging, zodat ook volgens de criteria die u ons in de adviesaanvraag vraagt te hanteren niet zonder meer aan te nemen is dat WNL een bepaalde stroming vertegenwoordigt. Omdat een stroming per definitie bestaat uit personen die zich in het gedachtegoed kunnen vinden, kan een nadere analyse van de achterban meer duidelijkheid verschaffen.

In het beleidsplan, dat bestaat uit een beschrijvend deel en uit een drietal onderzoeken die zijn uitgevoerd door Intomart Gfk en Bureau Consumentenonderzoek, probeert WNL inzicht te verschaffen in de samenstelling van de stroming die zij met haar programma's bij de publieke omroep wil bedienen.

Op bladzijde 8 van het beleidsplan legt WNL uit dat haar leden voornamelijk goed opgeleide 40-plussers zijn met een bovengemiddeld inkomen. Tweederde verdient een inkomen tussen een en twee keer modaal. Van de leden bezocht 43 procent een middelbare school of een hogere beroepsopleiding en negen procent heeft een academische opleiding.

Een analyse door Intomart Gfk van de WNL doelgroep bevestigt het opleidingsniveau, maar wijst uit dat de doelgroep voor 80 procent bestaat uit mannen en uit personen uit de leeftijdsgroep van 50 jaar en ouder. Een stuk ouder dus dan eerder in het beleidsplan.

Elders in het Intomart Gfk onderzoek is het uitgangspunt gekozen dat de kijker naar WNL grofweg hetzelfde profiel heeft als de dagelijkse lezer van dagblad De Telegraaf. Vanuit die aanname is een spindigram geconstrueerd dat laat zien dat WNL de gemakzoekende burger en de bezorgde burger zal bedienen. De karakteristiek van de gemakzoekende burger bestaat eruit dat hij behoort tot de oudere groep mediagebruikers met een gemiddelde leeftijd van 65 jaar. Het opleidingsniveau en het inkomen van deze groep zijn laag. De bezorgde burger is gemiddeld 40 jaar oud, laag opgeleid en behoort tot een lage sociale klasse.

Ook is op enkele plaatsen in het beleidsplan aangegeven dat WNL zich richt op en ondersteund voelt door ondernemers. Deze bevolkingsgroep kan naar ons oordeel bezwaarlijk als stroming in de zin van de Mediawet worden aangemerkt en al evenmin kan ondernemend Nederland zonder meer vereenzelvigd worden met het conservatief liberalisme.

Het beleidsplan bevat derhalve de nodige inconsistenties. WNL lijkt nog te worstelen met de vraag hoe haar achterban er exact uitziet.

Als wij desondanks aannemen dat WNL een bepaalde stroming vertegenwoordigt komt als volgende vraag aan de orde of toelating van deze stroming een vernieuwende toevoeging is aan het palet van de publieke omroep. Om dat te bepalen hebben wij WNL niet vergeleken met alle tien de omroepverenigingen die momenteel het bestel bevolken, maar met de twee omroepen die naar onze mening qua stroming het dichtst tegen WNL aanliggen, te weten de AVRO en de TROS.

De AVRO profileert zich in haar statuten als omroepvereniging die beoogt stromingen in de Nederlandse samenleving te vertegenwoordigen die een democratische samenleving voorstaan, gebaseerd op vrijheid, verdraagzaamheid en persoonlijke verantwoordelijkheid.

In de beschrijving van de missie is daaraan toegevoegd dat de onafhankelijke AVRO vrijheid in de samenleving stimuleert door content crossmediaal aan te bieden vanuit een ruimdenkende levenshouding. Hier komen dus waarden terug als vrijheid, verdraagzaamheid en persoonlijke verantwoordelijkheid, waar ook WNL mee schermt. De AVRO benadrukt echter ook haar ruimdenkende levenshouding, wat nu niet direct het voornaamste kenmerk is van het conservatisme als politieke filosofie. De speerpunten die de AVRO gebruikt om haar identiteit te vertalen in programmabeleid (kunst en cultuur, gezondheid en duurzaamheid), wijzen ook niet in de richting dat een conservatief-liberale inslag karakteristiek is voor de huidige AVRO.

De AVRO deelt wel een aantal algemene kernwaarden met WNL maar neemt in haar beleid toch een andere houding aan dan die welke WNL in haar beleidsplan beschrijft.

De TROS wil de stroming in de Nederlandse samenleving vertegenwoordigen die van mening is dat er een omroepvereniging moet zijn die zich ondogmatisch en onafhankelijk van ideologieën opstelt en die het als haar opdracht ziet identificaties met politieke en/of religieuze groeperingen te vermijden. De stroming waar de TROS voor staat laat zich leiden door eerbied voor de rechtsstaat als voorwaarde voor geestelijke, materiële en staatkundige vrijheid van de burgers. Opnieuw komen we dus kernwaarden tegen als vrijheid en eerbied voor de democratische rechtsstaat. Deze kernwaarden zijn zoals gezegd te weinig onderscheidend omdat ze breed gedeeld worden.

Duidelijker wordt het als de TROS zich in haar zelfevaluatie profileert als omroep voor de gewone burger die houdt van zijn familie en gezelligheid zoekt. De TROS is er voor de grote burgerlijke middenklasse die hecht aan burgerlijk fatsoen, familielevens en gezelligheid. De grote burgerlijke middenklasse waar de TROS het over heeft, valt naar onze mening niet samen met het conservatief liberalisme waar WNL voor zegt te staan.

Op grond van de vergelijking met de AVRO en de TROS is het Commissariaat van oordeel dat WNL zich van beide omroepverenigingen wel onderscheidt.

4. Doel van de vereniging

WNL stelt zich volgens artikel 3 van haar verenigingsstatuten ten doel in de media de stem te zijn van de stroming die zij vertegenwoordigt. Zij wil evenwichtige meningsvorming bewerkstelligen binnen de publieke omroep, door vanuit haar doelstelling inhoudelijk tegenwicht te bieden aan de gevestigde stromingen in het bestel. Op alle mogelijke mediatypen is WNL voornemens nieuws, informatie, entertainment en nieuwsduiding te bieden. Vanuit haar missie zegt WNL daarbij altijd gezaghebbend, Nederlands, toegankelijk en eigennuttig te willen zijn.

Deze doelstellingen tracht de vereniging te realiseren door het verzorgen van omroepprogramma's op radio en televisie binnen het publieke omroepbestel. Voorts wil men gebruik maken van de meest innovatieve middelen van informatietechnologie. WNL is ook van plan om alle middelen in te zetten die het publieke bestel biedt, waarbij samenwerkingsvormen met andere publieke en commerciële mediaorganisaties niet wordt uitgesloten, voor zover de regelgeving zich daartegen niet verzet.

5. Identiteit en voorgenomen programmabeleid

WNL is voornemens haar conservatief-liberale, zich rechts van het midden bevindende identiteit vooral te laten zien in informatieve programma's met nieuws en actualiteiten. De aandachtsgebieden die men kiest zijn onder andere het aan de kaak stellen van onrecht, laten zien hoe mooi Nederland is, aandacht besteden aan de noden van ondernemend Nederland en financieel-economische ontwikkelingen. De programma's zullen volgens het beleidsplan het controversiële, kritische en opiniërende, onafhankelijke gevoel vanuit een conservatief-liberaal standpunt uitdragen.

Ter illustratie van het voorgenomen programmabeleid zijn in het beleidsplan enkele programmaformats uitgeschreven.

Men denkt aan een programma langs de lijnen van Meet The Press, waarin drie journalisten van conservatief-liberale huize een interview afnemen. Verder wil men tijd inruimen voor een programma met de werktitel "In Dienst van het Volk" dat de cultuur van intimidatie van gezagsdragers aan de kaak wil stellen. Een derde voorbeeld is het programma-idee "Ondernemers in Nood" met aandacht voor onrecht, zoals oplichting van bedrijven, uitkeringsfraude en winkeldiefstal.

6. Bereik publieksgroepen

Een opdracht voor omroepen die een voorlopige erkenning aanvragen is dat zij publieksgroepen bereiken die de publieke omroep nog niet voldoende bereikt.

Ter adstructie van de stelling dat zij aan deze opdracht zal voldoen creëert WNL voor zichzelf een unieke positie te midden van de andere omroepen waarvan het volgens het beleidsplan duidelijk is dat zij vrijwel zonder uitzondering een linkse signatuur hebben. Ook wordt de inmiddels zeer vaak aangehaalde uitspraak van de voorzitter van de raad van bestuur van de NPO dat de bestaande actualiteitenrubrieken drie keer De Volkskrant zijn in herinnering gebracht. WNL wil het publiek rechts van het midden meer naar de publieke omroep toetrekken. Men heeft daarbij in het bijzonder de bezorgde burger op het oog die naar de mening van WNL niet voldoende bereikt wordt door de publieke omroep en zich in grote mate verwant voelt met WNL.

Uit gegevens van NPO/KLO blijkt echter dat de publieke omroep de bezorgde burger redelijk goed bereikt. Deze publieksgroep kijkt heel veel televisie, namelijk gemiddeld 235 minuten per dag, vergeleken met gemiddeld 184 minuten per dag voor alle Nederlanders van 6 jaar en ouder. De publieke omroep bereikt de bezorgde burger gemiddeld 70 minuten per dag. Er zijn drie leefstijlgroepen die meer kijken naar de publieke omroep, maar ook vier groepen die minder kijken. Van grote urgentie om de bezorgde burger meer bij de publieke omroep te betrekken is naar de mening van het Commissariaat op basis van kijkcijfers voorshands niet gebleken.

7. Programmatische vernieuwing

Naast het vertegenwoordigen van een nieuwe stroming en het bereik van nieuwe doelgroepen, vraagt de Mediawet van nieuwkomers dat zij zich naar voorgenomen media-aanbod qua genre en strekking zodanig onderscheiden van de andere omroepverenigingen dat de verscheidenheid van het aanbod van de publieke omroep wordt vergroot.

In een toelichting op de vertaling van het beleid naar programma's toont WNL enige bescheidenheid in haar ambities. Zij wil, in haar woorden, niet meedoen aan veel beloven en weinig waarmaken. WNL ziet de beperkingen van een aspirant omroep die met weinig zendtijd en een relatief klein budget in een paar jaar tijd moet laten zien dat zij een aanwinst voor de publieke omroep is. Om deze redenen maakt WNL keuzes. Zij laat entertainment, drama en dergelijke genres voorlopig liggen en concentreert zich op journalistieke producties met een rechtse invalshoek. Rekening houdend met een kleine twee uur televisiezendtijd per week opteert de omroep voor vijf dagelijkse tijdslots voor een informatief actualiteitenprogramma en een slot voor een opinieprogramma op de zondagochtend.

Opinieprogramma's en actualiteitenrubrieken vormen een genre dat al aanwezig is in de programmering van de publieke omroep. Wat programmagenre betreft zal WNL dus geen vernieuwende bijdrage leveren. Anders ligt dat naar onze mening met de inhoud van de programma's waarvan te verwachten is dat zij een rechtser geluid zullen laten horen dan het gros van het aanbod van de publieke omroep.

8. Invloed leden op het beleid

In artikel 2.24, tweede lid, onderdeel d, van de Mediawet 2008 is vastgelegd dat omroepverenigingen hun leden op democratisch aanvaardbare wijze invloed moeten geven op het beleid.

Uit de statuten van WNL is op te maken dat de ledenraad een van de drie organen is binnen de verenigingsstructuur. Deze ledenraad bestaat uit twintig personen die worden gekozen door en vanuit de leden. Over de bevoegdheden van de ledenraad ten aanzien van het beleid is in de statuten weinig terug te vinden. Er is geen apart artikel opgenomen waarin de taken en bevoegdheden van de ledenraad zijn beschreven. Verspreid over de statuten is te lezen dat de ledenraad de hoogte vaststelt van de contributies en van de abonnementsgelden voor de programmagidsen zodra de vereniging die gaat uitgeven. Verder kan het bestuur alleen overeenkomsten aangaan waarbij de vereniging zich als borg of hoofdelijk schuldenaar verbindt als de ledenraad vooraf goedkeuring verleent. De ledenraad komt één keer per jaar bijeen. In de vergadering wordt dan het jaarverslag behandeld en wordt de vaststelling van de jaarrekening aan de orde gesteld, evenals het verlenen van decharge aan de bestuursleden en de leden van de raad van toezicht voor het door hen uitgevoerde bestuur respectievelijk toezicht.

In de slotbepaling van de statuten is geregeld dat aan de ledenraad alle bevoegdheden toekomen die niet door de wet of de statuten aan andere organen toekomen.

9. Governance

De statuten van WNL geven inzicht in de bestuurlijke organisatie van de vereniging. WNL hanteert een raad van toezicht model, waarin het bestuur belast is met het besturen van de vereniging en de raad van toezicht tot taak heeft toezicht te houden op het beleid van het bestuur en op de algemene gang van zaken binnen de vereniging. De leden van het bestuur worden benoemd door de ledenraad evenals de leden van de raad van toezicht. Het bestuur, respectievelijk de raad van toezicht stellen voor de benoeming een bindende voordracht op. Het bindende karakter van de voordracht beperkt de invloed van de ledenraad.

Op deze wijze heeft WNL scheiding van bestuur en toezicht vorm gegeven. Wat ons wel opvalt is dat de taken en bevoegdheden van de drie verenigingsorganen in heel algemene termen zijn beschreven. Het is voor ons niet altijd duidelijk hoever de bevoegdheden van ledenraad, bestuur en raad van toezicht strekken.

Ten aanzien van de leden van de raad van toezicht stellen wij vast dat er geen deskundigheidseisen zijn geformuleerd, dat selectie niet plaats vindt aan de hand van een profielschets en dat in de statuten enkel een paar incompatibiliteiten zijn opgesomd: leden van de raad van toezicht kunnen niet tegelijkertijd lid zijn van het bestuur of werknemer van de vereniging dan wel werknemer of bestuurder van een andere omroep.

Bij de benoeming van de leden van de raad van toezicht moet er ons inziens voor gewaakt worden dat niet de mogelijkheid van belangenverstremgeling ontstaat. Wij maken deze opmerking omdat in de opsomming van nevenfuncties in het beleidsplan blijkt dat de voorzitter en een ander lid van de raad van toezicht tevens voorzitter en bestuurslid zijn van het Nederlands Uitgeversverbond. Het NUV heeft in 2008 een klacht ingediend bij Eurocommissaris Kroes, die mededinging in haar portefeuille heeft, over vermeende concurrentievervalsing door de publieke omroep. Men kan zich afvragen waar op een gegeven moment de loyaliteit van betrokkenen komt te liggen.

Over het beloningsbeleid van WNL zegt het beleidsplan dat het voltallige bestuur en de raad van toezicht hun functie onbezoldigd zullen uitvoeren. Voor medewerkers geldt niet de Balkenende-norm maar het principe dat niemand meer gaat verdienen dan de algemeen directeur, wiens honorering in de lijn zal liggen van wat de leden als redelijk beschouwen.

Wat nu als deze leden – ondernemers immers – twee of drie keer de Balkenende-norm redelijk vinden?

10. Bereidheid tot samenwerking

In het beleidsplan gaat WNL in op haar bereidheid om binnen de publieke omroep samen te werken met andere omroepen en met de NPO. WNL zegt altijd bereid te zijn om met andere omroepen samen te werken. Zij wil daarbij wel duidelijk de eigen signatuur beschermen en zoekt daarom bij voorkeur samenwerking met anderen die ruimte willen geven aan die signatuur. Samenwerking mag in de woorden van WNL niet ten koste gaan van haar profiel dat rechts van het midden ligt. Op het gebied van organisatorische en operationele samenwerking is geen enkele omroep uitgezonderd. Met bestaande omroepen zal WNL afspraken maken over het gezamenlijk inrichten van dagdelen op radio en televisie. Vooruitlopend op het verkrijgen van een voorlopige erkenning heeft WNL al contact gezocht met een aantal omroepen. Met de AVRO is onderzocht hoe samenwerking op het gebied van cultuur gestalte zou kunnen krijgen. Met de NCRV is gesproken over samenwerking in het kader van de ledenadministratie en met de EO heeft een gesprek plaats gevonden dat volgens WNL de bodem heeft gelegd voor eventuele toekomstige samenwerking. Met de NPO wil WNL nadrukkelijk meepraten, meedenken en meebeslissen over strategie en uitvoering van de publieke omroep. Op bestuursniveau zijn al contacten gelegd met de NPO.

11. Gelieerdheid

WNL is zoals bekend een omroepinitiatief dat onder de naam Wakker Nederland geïnitieerd is door de Telegraaf Mediagroep N.V. De hoofdredacteur van dagblad De Telegraaf bracht als gezicht van de vereniging het initiatief in de publiciteit en de krant verleende steun in de vorm van financiële bijdragen, advertentieruimte en korting op de abonnementsprijs voor degenen die lid werden van Wakker Nederland. De nauwe banden tussen de omroepvereniging en de Telegraaf Mediagroep N.V. kunnen niet blijven bestaan als WNL met een voorlopige erkenning deel gaat uitmaken van de publieke omroep. Gelieerdheid tussen een publieke omroepvereniging en een derde is weliswaar als zodanig niet ongeoorloofd volgens de Mediawet, maar dat neemt niet weg dat het bestaan van verbondenheid van betekenis kan zijn voor de beoordeling van het uit de Mediawet voortvloeiende dienstbaarheidsverbod en het beginsel van non-commercialiteit.

WNL voelt zelf ook aan dat de banden met de Telegraaf Mediagroep een belemmering kunnen zijn voor het verkrijgen van een voorlopige erkenning. In de aanvraag stelt WNL dat zij voortaan onder die naam door het leven wil gaan en dat zij afstand neemt van de naam Wakker Nederland. Deze naam verwijst inderdaad naar dagblad De Telegraaf, want in het merkenregister van het Benelux Merkenbureau is "de krant van wakker Nederland" ingeschreven als woordmerk van Uitgeversmaatschappij De Telegraaf B.V.

WNL heeft overigens ondanks haar toezeggingen nog geen eind gemaakt aan het gebruik van (een deel van) het woordmerk. Verder zijn de statuten nog niet gewijzigd en maakt WNL nog steeds gebruik van de website www.wakkernederland.nl. Onderaan iedere pagina van deze site staat de vermelding "ondersteund door De Telegraaf". De op de website en het briefpapier gebruikte kleuren – donkerblauw en geel – zijn de kleuren uit het beeldmerk van De Telegraaf. De voorzitter van WNL schrijft ook iedere zaterdag een column in De Telegraaf. Boven deze column staat de tekst 'wakker Nederland'.

In de hoorzitting op 18 augustus jl. hebben wij de voorzitter van WNL met deze feiten geconfronteerd. Wij kregen daarop de toezegging dat de site direct zou worden aangepast, wat dus tot op heden niet is gebeurd.

Gevraagd naar de banden met De Telegraaf verklaarde de voorzitter van de vereniging dat deze volledig zouden worden doorgeknipt.

Niet voor niets heeft WNL naar haar zeggen een zware raad van toezicht die nooit zou toestaan dat De Telegraaf invloed uitoefent op de omroepvereniging. Anderzijds zou De Telegraaf zichzelf ongeloofwaardig maken als de krant in haar jarenlange kritische benadering van de publieke omroep WNL ongemoeid laat of zelfs ondersteuning biedt.

Wij hebben ook geïnformeerd naar de rol van De Telegraaf als WNL besluit een omroepgids op de markt te brengen. WNL heeft op die vraag verklaard dat zij inziet dat eventuele bemoeienis van De Telegraaf binnen de grenzen van het dienstbaarheidsverbod moet blijven. Daarbij komt volgens WNL dat de Telegraaf Mediagroep al eigenaar is van het Veronica blad en daarom zichzelf geen concurrentie wil aandoen met een WNL omroepblad.

In de aanloop naar de peildatum voor de ledentelling heeft De Telegraaf de vereniging financieel ondersteund. Bij de aanvraag is als bijlage een brief gevoegd waaruit blijkt dat alle bijdragen van de Telegraaf Mediagroep als schenking hebben te gelden, welke geen aanspraak op een tegenprestatie, nu of in de toekomst, geeft.

In een volgende bijlage bij de aanvraag komt een tweede vorm van vervlechting aan de orde. De voorzitter van WNL, de heer Van Westerloo, verklaart in deze bijlage dat hij zijn zetel in de raad van toezicht van RTL Nederland zal opgeven, zodra WNL een voorlopige erkenning ontvangt.

12. Financiële gezondheid

Een van de toelatingseisen die in de Erkenningwet is toegevoegd voor verenigingen die een voorlopige erkenning aanvragen is dat zij financieel gezond moeten zijn. Artikel 2.26, aanhef en onderdeel c van de Mediawet bepaalt dat omroepen die voor een voorlopige erkenning wensen te ontvangen daarvoor slechts in aanmerking komen als zij op 31 december van het jaar voorafgaand aan dat waarin de erkenning ingaat een reserve hebben waarvan het saldo nihil of positief is. Mocht WNL met een voorlopige erkenning worden toegelaten, dan zal het Commissariaat na afloop van het lopende boekjaar de financiële positie onderzoeken.

13. Conclusie en advies

Stroming

De achterban van WNL is in het beleidsplan beschreven als conservatief-liberaal ingestelde Nederlanders. WNL onderschrijft als representant van deze Nederlanders de definitie die is gegeven van de conservatief-liberale filosofie (zie bladzijde 9 van het beleidsplan). Het daar weergegeven citaat van de politieke filosofie beschrijft het gedachtegoed van het conservatisme. Uit de toelichting in het beleidsplan maken wij op dat WNL beoogt te werken vanuit conservatief-liberale principes.

In haar pogingen om duidelijk te maken hoe de stroming is samengesteld komt WNL telkens uit bij andere publieksgroepen. Zij slaagt er naar onze mening onvoldoende in om uit te leggen welke achtergrond de personen hebben die van de stroming deel uitmaken. Voor de aannahme dat WNL een bepaalde stroming vertegenwoordigt, zien wij als voornaamste aanknopingspunt dat zij er in geslaagd is om meer dan 50.000 personen te bewegen om door betaling van verenigingscontributie steun te verlenen aan het initiatief.

Naar onze mening is er momenteel geen andere omroep in het bestel die uitdraagt dat zij een stroming vertegenwoordigt met een conservatieve inslag. Wij trekken daaruit de conclusie dat WNL als zij een voorlopige erkenning krijgt een gedachtegoed bij de publieke omroep binnen brengt dat daar nog niet aanwezig is.

Identiteit en programmabeleid

WNL kiest naar de mening van het Commissariaat voor een programmering die aansluit bij een conservatieve identiteit. Door de keuze van de uitgangspunten en de praktische uitwerking daarvan in programmaformats laat de omroep zien dat zij daadwerkelijk stappen onderneemt om het bevolkingsdeel dat zij als haar achterban ziet (conservatief-liberalen, ondernemers, de hardwerkende ruggengraat van de samenleving, bezorgde burgers) te bedienen.

Bereik publieksgroepen

WNL wil de band tussen de publieke omroep en het publiek dat zich rechts van het midden bevindt verstevigen. De omroep denkt in het bijzonder de bezorgde burger meer bij de publieke omroep te kunnen betrekken. Dat dit nodig is onderbouwd WNL met onderzoek, dat aantoonde dat het bereiken van de bezorgde burger enigszins achterblijft. Daar tegenover staan gegevens van NPO/KLO waaruit blijkt dat de bezorgde burger al redelijk goed bedient wordt door de publieke omroep.

De toegevoegde waarde op het gebied van publieksbereik zal naar onze mening bescheiden van aard zijn.

Programmatische vernieuwing

WNL richt zich in haar voornemens op journalistieke programma's op het gebied van actualiteiten en opinie. Andere genres laat zij liggen, met een verwijzing naar de beperkte hoeveelheid zendtijd waarover een omroepvereniging met een voorlopige erkenning de beschikking krijgt.

Actualiteiten en opinie zijn bij de publieke omroep naar onze mening niet ondervertegenwoordigd. Met een vaste frequentie zijn programma's als Een Vandaag, Netwerk, NOVA Den Haag Vandaag, Buitenhof en Knevel en van den Brink in het schema opgenomen. Toegevoegde waarde naar genre programma's zien wij niet.

Qua inhoud zal de bijdrage van WNL naar ons oordeel wel vernieuwend kunnen zijn. De geformuleerde uitgangspunten en de concretisering daarvan in programmavoorstellen laten zien dat systematisch een conservatief-liberale benadering van maatschappelijk relevante thema's aan de orde zal zijn. Een rechts geluid kan bijdragen aan de verscheidenheid van opvattingen binnen de publieke omroep.

Wij vragen wij ons wel af of een dergelijke bijdrage voldoende is in het licht van de aangescherpte eisen die de Mediawet stelt.

Invloed leden op het beleid

Wat de vereiste invloed van de leden op het beleid betreft zijn wij van mening dat deze onvoldoende geregeld is in de verenigingsstatuten. Deze zeggen weinig over taken en bevoegdheden van de ledenraad en al helemaal niet over de invloed die de leden hebben op het gebied van de programmatische koers die de vereniging gaat varen. Dat de ledenraad niet meer dan één keer per jaar bijeenkomt, achten wij eveneens onvoldoende.

Voordat u eventueel een voorlopige erkenning aan WNL verleent dient de invloed van de leden in de statuten beter geregeld worden. Statutenwijziging is overigens toch al nodig omdat de vereniging statutair nog de naam Wakker Nederland draagt.

Governance

WNL heeft haar governance zodanig ingericht dat er een duidelijke scheiding is tussen bestuur en het toezicht op dat bestuur. De samenstelling van het pakket bevoegdheden van ledenraad, bestuur en raad van toezicht moet naar onze mening nader geëxpliciteerd worden. WNL zou zich nader moeten beraden op de nevenfuncties die leden van de raad van toezicht er op na (kunnen) houden, omdat hier een kern voor loyaliteitsconflicten zou kunnen komen te liggen. Wij zien hier een reëel governanceprobleem.

In het beloningsbeleid stelt WNL zich eigenzinnig op. Men committeert zich niet aan de Balkenende-norm maar wil betalen wat de verenigingsleden redelijk vinden. Over de beloningscode van de NPO laat het beleidsplan zich niet uit. Het Commissariaat vindt het vreemd dat WNL juist in een periode waarin beloningen binnen de publieke omroep zo in de schijnwerper staan, niet onomwonden uitspreekt dat zij geen beloningen boven de afgesproken norm zal betalen.

Samenwerking

WNL laat zich positief uit over toekomstige samenwerking met andere omroepen en met de NPO. Zij heeft haar woorden kracht bij gezet door nu al oriënterende gesprekken te voeren en contacten te leggen met partners die voor samenwerking in aanmerking lijken te komen. WNL realiseert zich naar ons oordeel voldoende dat samenwerking binnen de publieke omroep een noodzakelijk gegeven is.

Gelieerdheid

Op het moment van het uitbrengen van dit advies heeft de nodige ontvlechting tussen WNL en De Telegraaf nog niet plaatsgevonden, hoewel dat wel is toegezegd. Niet voor niets luidt de openingszin van het beleidsplan dat "met de benoeming van een ledenraad, een raad van toezicht en advies en een bestuur de rol van de Telegraaf Mediagroep, de uitgever van de krant en vele andere publicaties, als initiatiefnemer van WNL ten einde is gekomen". Op bladzijde 3 van het beleidsplan volgt de zin "Vereniging Wakker Nederland zal vanaf heden door het leven gaan als WNL om te voorkomen dat dagblad De Telegraaf commercieel voordeel zou kunnen halen uit de door het dagblad gebruikte slagzin ...".

WNL heeft in woord en geschrift toegezegd dat zij "vanaf heden" afstand neemt van de Telegraaf Mediagroep als initiatiefnemer van de vereniging, maar zij heeft dit op geen enkele wijze in daden omgezet. Wij betreuren dat en vragen ons af wat deze houding betekent voor de wijze waarop WNL zich als deelnemer aan het bestel zal gedragen.

Advies

In het bovenstaande klinkt door dat het Commissariaat de nodige aarzelingen heeft ten aanzien van de aanvraag van WNL. Uit de statuten, het beleidsplan en de sociaal-wetenschappelijke onderzoeken wordt de stroming waarvoor WNL zou staan niet zonder meer duidelijk. Voor de aanname dat WNL een bepaalde stroming vertegenwoordigt zien wij als voornaamste aanknopingspunt dat zij er in geslaagd is om meer dan 50.000 personen te bewegen om door betaling van verenigingscontributie steun te verlenen aan het initiatief.

Wat het bereiken van nieuwe doelgroepen betreft zal WNL zich naar eigen zeggen in het bijzonder richten op de bezorgde burger. Het is echter zeker niet zo dat deze groep momenteel helemaal niet bereikt wordt door de publieke omroep, al kan het altijd beter. Van een daadwerkelijke nieuwe doelgroep is geen sprake. De bijdrage van WNL kan naar onze mening wel zinvol zijn, maar heeft waarschijnlijk toch een vrij bescheiden karakter. Volgens WNL zal programmatische vernieuwing niet tot uitdrukking komen in het programmeren van nieuwe genres, maar wel in de inhoud van de boodschap. Het conservatief liberale, of zo men wil het rechtse geluid zal daarmee mogelijk duidelijker aanwezig zijn dan thans het geval is. Dat zou een aanwinst voor de verscheidenheid binnen de publieke omroep kunnen zijn. Of dit naar de letter van de wet voldoende is, is echter de vraag, omdat artikel 2.26, aanhef en onderdeel d, van de Mediawet 2008, vraagt dat nieuwkomers zich onderscheiden door media-aanbod dat vernieuwend is naar genre en inhoud, cumulatief dus.

Verder stellen wij vast dat WNL gezien de geconstateerde gebreken nog een aanmerkelijke uitdaging in het vooruitzicht heeft ten aanzien van het aanscherpen van de governance en in de sfeer van ontvlechting van de huidige banden met de Telegraaf Mediagroep / dagblad De Telegraaf.

Alles overwegende zijn wij tot het oordeel gekomen dat de aanvraag van WNL nog zoveel twijfels oproept dat het Commissariaat voorshands nog niet tot een positief oordeel kan komen.

Mocht u tot het oordeel komen dat WNL toch in aanmerking komt voor een voorlopige erkenning, dan dient bij het verlenen daarvan naar ons oordeel duidelijk beschreven te worden waar WNL op 'afgerekend' zal worden in de volgende visitatieronde en in de adviezen over het verlenen van een definitieve erkenning als dat over een aantal jaren aan de orde mocht komen. Wij wijzen wat dat betreft mogelijk ten overvloede op de opmerkingen die de visitatiecommissie dit jaar in haar rapport maakte over een tekortschietend beoordelingskader.

Bijlage

Relevante bepalingen

Artikel 2.24, eerste en tweede lid, Mediawet 2008

1. *Onze Minister kan eens in de vijf jaar aan omroepverenigingen erkenningen en voorlopige erkenningen verlenen voor de verzorging van media-aanbod voor de landelijke publieke mediadienst volgens de bepalingen van deze afdeling.*
2. *Omroepverenigingen zijn verenigingen die:*
 - a. *rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid zijn;*
 - b. *zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel stellen ter uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau media-aanbod te verzorgen en alle activiteiten te verrichten die nodig zijn om daarmee een publieke taak van algemeen nut te vervullen;*
 - c. *zich volgens de statuten ten doel stellen in het media-aanbod een bepaalde, in de statuten aangeduide maatschappelijke, culturele, godsdienstige of geestelijke stroming te vertegenwoordigen en zich in het media-aanbod te richten op de bevrediging van in de samenleving levende maatschappelijke, culturele of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften;*
 - d. *hun leden op democratisch aanvaardbare wijze invloed geven op het beleid; en*
 - e. *een jaarlijkse contributie van ten minste € 5,72 heffen waarin de verstrekking van een programmabladd niet is begrepen.*

Artikel 2.25, Mediawet 2008

Voor een erkenning komen slechts in aanmerking omroepverenigingen die:

- a. *in de voorafgaande erkenningperiode een erkenning of voorlopige erkenning hadden; en*
- b. *ten minste 150 000 leden hebben*

Artikel 2.26, Mediawet 2008

Voor een voorlopige erkenning komen slechts in aanmerking omroepverenigingen die:

- a. *in de voorafgaande erkenningperiode geen erkenning of voorlopige erkenning hadden;*
- b. *ten minste 50 000 leden hebben;*
- c. *op 31 december van het jaar voorafgaand aan dat waarin die erkenning ingaat, een reserve als bedoeld in artikel 2.174a hebben waarvan het saldo nihil of positief is; en*
- d. *zich naar stroming als bedoeld in artikel 2.24, tweede lid, onderdeel c, en naar voorgenomen media-aanbod wat betreft genre, inhoud en doelgroepen zodanig onderscheiden van de omroepverenigingen, bedoeld in artikel 2.25, dat de verscheidenheid van het media-aanbod van de landelijke publieke mediadienst wordt vergroot en een vernieuwende bijdrage wordt geleverd aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau.*

Artikel 2.27, Mediawet 2008

1. *Het Commissariaat stelt het aantal leden per omroepvereniging die een aanvraag voor een erkenning of voorlopige erkenning heeft ingediend vast op een peildatum die door Onze Minister wordt bepaald.*
2. *Als lid tellen mee personen die:*
 - a. *16 jaar of ouder zijn;*
 - b. *in Nederland woonachtig zijn; en*
 - c. *de jaarlijkse minimumcontributie, bedoeld in artikel 2.24, tweede lid, onderdeel e, hebben betaald.*
3. *Het Commissariaat bepaalt de wijze waarop de vaststelling van het aantal leden gebeurt en omroepverenigingen verstrekken aan het Commissariaat alle gegevens die het daarvoor nodig acht.*

Artikel 2.30, Mediawet 2008

1. *Een aanvraag voor een erkenning of voorlopige erkenning bevat de statuten van de aanvrager en een beleidsplan.*

2. *Het beleidsplan bevat in elk geval:*
 - a. *het voorgenomen beleid ten aanzien van het media-aanbod, met in achtneming van de bij of krachtens deze wet gestelde verplichtingen voor het media-aanbod van de landelijk publieke mediadienst; en*
 - b. *de voornemens en afspraken over samenwerking ten behoeve van de landelijke publieke mediadienst met andere aanvragers van een erkenning of een voorlopige erkenning, de Stichting of de Programmastichting.*
3. *Het deel van het beleidsplan dat betrekking heeft op samenwerking kan door de desbetreffende aanvragers gezamenlijk worden ingediend.*
4. *Bij ministeriële regeling kunnen nadere regels worden gesteld over:*
 - a. *het tijdstip en de wijze van indiening van een aanvraag;*
 - b. *de inrichting van een aanvraag en het beleidsplan; en*
 - c. *de termijn en wijze waarop een besluit op een aanvraag wordt genomen.*

Artikel 2.31, eerste lid, Mediawet 2008

1. *Voordat Onze Minister besluit over het verlenen van een erkenning of voorlopige erkenning vraagt hij de Raad voor cultuur, het Commissariaat en de Stichting binnen een door hem te stellen termijn te adviseren over een aanvraag.*

Artikel 2.88, tweede en derde lid, Mediawet 2008

2. *De publieke media-instellingen, met uitzondering van de kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag, brengen in overeenstemming met hun werknemers die zijn belast met de verzorging en samenstelling van het media-aanbod een redactiestatuut tot stand.*
3. *Het redactiestatuut bevat de journalistieke rechten en plichten van de werknemers, waaronder in elk geval:*
 - a. *waarborgen dat normen inzake journalistieke deontologie en kwaliteit worden gehanteerd; en*
 - b. *waarborgen voor redactionele onafhankelijkheid ten opzichte van adverteerders, sponsors en anderen die bijdragen hebben verstrekt voor de totstandkoming van media-aanbod.*

Artikel 25b van de Mediaregeling 2008

In afwijking van artikel 3, eerste lid, dienen de omroepverenigingen en de educatieve media-instelling, bedoeld in artikel 2.28 van de wet, de aanvraag voor een erkenning of voorlopige erkenning, bedoeld in artikel 2.30 van de wet, voor de erkenningperiode die begint op 1 september 2010, in het tijdvak 27 juli tot en met 31 juli 2009 in bij het Commissariaat.