

Postbus 90420
2509 LK Den Haag
Telefoon (070) 315 35 00
Fax (070) 315 35 01
E-mail mail@opta.nl
www.opta.nl

Bezoekadres
Zurichtoren
Muzenstraat 41
2511 WB Den Haag

Ministerie van OC&W
De heer A. Rouvoet
Postbus 16375
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE



Contactpersoon	Ons kenmerk	Uw kenmerk	Doorkiesnummer
ir. J. Senior mr. A.Wamsteker	OPTA/AM/2010/200009	mlbm176059	(030) 315 35 33
Datum	Onderwerp	Bijlage(n)	
15 MAART 2010	Reactie OPTA toekomstverkenning publieke omroep	Reactie NMa	

Geachte heer Rouvoet,

Het college van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (hierna: het college) heeft met interesse kennis genomen van uw consultatiedocument d.d. 15 december jongstleden, betreffende een toekomstverkenning van de publieke omroep. U heeft het college verzocht een bijdrage te leveren aan deze verkenning. Graag voldoet het college aan uw verzoek. Tevens treft u bij deze brief de reactie van de NMa aan. Het college heeft de NMa in het kader van ons samenwerkingsprotocol gevraagd een reactie te geven.

Het college beperkt zich in zijn reactie tot die vragen (1a, 2a en 3) en onderwerpen die het college vanuit het perspectief van de telecommunicatietoezichthouder van belang acht. Zoals u zult begrijpen onthoudt het college zich van uitspraken over het bestaansrecht en organisatorische en financiële aspecten van de publieke omroep.

Hieronder komen de volgende onderwerpen aan de orde: digitalisering omroepdistributie, convergentie, multimediatrends en concurrentie en gelijk speelveld. Tenslotte loopt het college bij de uitvoering van haar taken nu al tegen een aantal zaken aan waarvoor zij uw aandacht vraagt. Onder de kop: "Convergentie vraagt om afstemming van (integraal) beleid en toezicht" en "Marktwerking vraagt om een flexibel regulerend kader" geeft het college een voorzet hoe in de toekomst verder te gaan.

Digitalisering omroepdistributie, convergentie en multimedia trends

Ontwikkelingen op gebied van traditionele radio en televisiedistributie, audiovisuele diensten via nieuwe apparatuur of internetapplicaties, techniek, businessmodellen, communicatie en mediagebruik zijn met elkaar verbonden. Bij een lange termijn visie is het naar verwachting niet langer zinvol multimedia en omroepdistributie nog te scheiden. Gegeven de dynamiek van de

markt(ontwikkelingen), is het maken van uitgewerkte scenario's gecompliceerd. Het college wijst in dit kader op de historisch gebleken onbetrouwbaarheid van lange termijn voorspellingen op dit gebied: een decennium geleden verwachtte men dat Nederland inmiddels volledig naar digitale rtv-distributie zou zijn gemigreerd, dat alle content in HD zou zijn en dat teletekst en analoge kabel niet langer in gebruik zou zijn. Zelfs voorspellingen van vijf jaar geleden met betrekking tot omroepdistributie zijn niet uitgekomen.¹ Wel zijn de huidige trends en dilemma's aan te geven.

Digitalisering en convergentie

Diverse vragen en onderwerpen in de consultatie raken aan aspecten van digitalisering van omroepdistributie en multimediatrends die zich niet beperken tot de publieke omroep. Het college is als toezichthouder bevoegd op het gebied van telecommunicatie, waaronder omroepdistributie. Het college is niet bevoegd op gebied van omroepinhoud. Ontwikkelingen als gevolg van digitalisering en convergentie laten echter zien dat er geen duidelijke afbakening meer is tussen content enerzijds en distributie anderzijds. Er is een steeds sterkere onderlinge afhankelijkheid van de activiteiten in de waardeketen voor contentproductie, -bundeling en -distributie en de ontwikkeling van nieuwe multimediale businessmodellen.² Dit heeft tot gevolg dat het college zich geconfronteerd ziet met mogelijke onduidelijkheden en beperkingen ten aanzien van zijn bevoegdheid en daaruit voortkomende nieuwe dilemma's. Het ontwikkelen van een integraal beleid voor de mogelijke consequenties van omroepdigitalisering voor zowel omroepinhoud als -distributie is naar de mening van het college dan ook van groot belang voor het bredere kader van (de toepassing van) media- en telecommunicatieregelgeving, naast de specifieke rol van de publieke omroep daarin.

Het college heeft in 2008 uitgebreid ontwikkelingen onderzocht op gebied van rtv-distributie, historisch en prospectief, relevant voor OPTA's marktanalysebesluiten omroepdistributie.³ Op hoofdlijnen zijn enkele conclusies daaruit dat het college voor de periode 2009-2012 oordeelt dat substitutie zal plaatsvinden tussen kabelnetwerken, digitale ether (Digitenne), satelliet, IPTV over DSL en glasvezelnetwerken en deze tot één mededingingsrechtelijke markt behoren. Het college heeft geconcludeerd dat de kabelbedrijven in de komende periode een machtspositie hebben en heeft daarom kabelnetwerken opengesteld voor concurrentie, waaronder wederverkoop van de analoge kabel. Televisie via internet en op mobiele apparatuur worden gedurende deze periode nog niet als volledig substitueert gezien voor 'traditionele televisie', maar als aanvullende mediadiensten.

¹ Het achterblijven van digitalisering en infrastructuurconcurrentie in rtv-distributie (IPTV, satelliet, glasvezel) ten opzichte van verwachtingen uit 2005 en het mede daardoor aanhoudende belang van analoge kabel zijn voor OPTA redenen om de grootste kabelbedrijven in Nederland op dit moment ingrijpender te reguleren (zie de Marktbesluiten Omroep d.d. 5 maart 2009, <http://www.opta.nl/nl/wat-doet-opta/markten/omroep/>).

² Zie onder meer het rapport van RAND over effecten van convergentie voor toezicht en het verslag van het gerelateerde Convergentiecongres van OPTA in april 2009 en presentaties: <http://www.opta.nl/nl/actueel/convergence-by-opta/>.

³ Zie op de marktbesluiten omroep en onder meer de rapporten van VKA (<http://www.opta.nl/nl/actueel/alle-publicaties/publicatie/?id=2669>), Strax (<http://www.opta.nl/nl/actueel/alle-publicaties/publicatie/?id=2694>), Veldkamp (<http://www.opta.nl/nl/actueel/alle-publicaties/publicatie/?id=2837>), TNO (<http://www.opta.nl/nl/actueel/alle-publicaties/publicatie/?id=2280>) en RAND (<http://www.opta.nl/nl/actueel/convergence-by-opta/>).

Verder heeft het college in al zijn telecommunicatie marktanalysebesluiten sinds 2008 de trend van bundeling gesignaleerd. Met name op consumentenmarkten wordt rtv-distributie in toenemende mate aangeboden en afgenomen in een bundel met breedbandinternettoegang en telefonie.⁴ Ook binnen de rtv-distributie heeft het college gesignaleerd dat diverse mediadiensten gebundeld worden aangeboden. Diverse aanbieders van digitale televisie bieden via hun platform bovenop een (analoog en) digitaal standaardpakket toegang tot uitgebreide (thema)pakketten, een EPG, video on demand, programma gemist, interactieve reclame, quizmogelijkheden, nieuws, weer, spelletjes en apparatuur met ingebouwde mogelijkheden.

Hoewel de consultatie ziet op een verkenning in de toekomst, ziet het college bij de uitvoering van zijn taken zich reeds nu gesteld voor bepaalde aspecten van digitalisering, die voor huidige Mediawetgeving en ook voor uw verkenning relevant kunnen zijn, zoals:

- Toenemend belang van digitale kanaalnummers, EPG-informatie, voorwaardelijke toegangssystemen, vindbaarheid en toegang tot digitale content. Naarmate digitalisering verder ontwikkelt, zullen deze vraagstukken aan importantie winnen. Zo nodig, zal het college op basis van zijn bevoegdheden nader beleid ontwikkelen rondom deze vindbaarheid en toegankelijkheid;
- Het bewaken van een gelijk speelveld in omroepdistributie; tussen publiek en commercieel, tussen omroepdistributieplatforms, tussen televisie en dezelfde inhoud via andere platforms (internet, mobiel) of methoden (lineair vs. non-lineair);
- Mogelijke onduidelijkheid in wetgeving en minder scherpe afbakening van bevoegdheden ten gevolge van vervaging van oude termen (omroep(netwerk), tv, programma) en intrede van nieuwe termen (lineair vs. non-lineair). In hoeverre is de marktmacht van kabelbedrijven op gebied van rtv-distributie en verplichtingen die OPTA hiertegen oplegt, ook van toepassing op nieuwe diensten die geclusterd bovenop rtv-pakketten worden aangeboden, in hoeverre zijn nieuwe diensten nog 'omroep';⁵
- De invloed van auteursrechtelijke kwesties op mogelijke businessmodellen en op de implementatie van recente kabelregulering van het college.⁶ Het contractueel regelen van de rechten om intellectueel eigendom (content) via diverse platforms, methoden of in nieuwe betaalmodellen aan te mogen bieden blijkt bepalend.⁷

⁴ Medio 2009 nam reeds 26% van de huishoudens deze drie diensten bij één aanbieder af (*triple play*), terwijl zelfs 70% van alle huishoudens inmiddels meerdere diensten van één telecoaanbieder afneemt.

⁵ Bijvoorbeeld of video on demand en integraal meegezonden interactieve reclame onder 'omroep' vallen of onder 'dataverkeer'. Het college heeft de grootste kabelbedrijven verplicht om toegang te bieden tot hun capaciteit voor doorgifte van rtv-signalen om concurrentie in de rtv-distributiemarkt te bevorderen.

⁶ Bijvoorbeeld wanneer precies sprake is van een openbaarmaking.

⁷ Tijdens het door OPTA georganiseerde Convergentiecongres in april 2009 waarbij telecommunicatie-, distributie- en mediapartijen aanwezig waren, raakte een groot deel van de discussie aan deze rechtendilemma's die de randvoorwaarden vormen voor mogelijke betaalmodellen.

Multimedia trends

Diverse trends in 'nieuwe mediadiensten' zijn zichtbaar en zullen zich naar verwachting voortzetten:

- **Anytime:** naast lineaire omroepdistributie (*push*) neemt non-lineaire distributie van content (*pull*) toe. Het college acht de kans groot dat zich de komende vijf jaar een trendbreuk zal aftekenen. Naast een sterke focus van consumenten en producenten op traditionele radio en televisie⁸, is te verwachten dat businessmodellen en dienstontwikkelingen meer op video on demand en nieuwe betaal- en advertentiemodellen worden ingericht. Het advertentiemodel van televisie staat reeds onder druk. Bij non-lineaire content wordt op andersoortige reclamemodellen ingezet (begin/einde van het programma, gebruikersspecifieke reclame). Video on demand en programma gemist groeien, zowel via rtv-distributienetwerken als via internet. Ook wordt content direct on demand aangeboden in plaats van eerst via traditionele, lineaire uitzending.
- **Anywhere:** content is via een veelheid aan platforms toegankelijk, waarbij momenteel ook mobiele applicaties immense groei doormaken. Naast diversificatie van de platforms die traditionele televisie en andere content aanbieden, neemt de rol van contentdistributie via platforms op internet (pc's), via game consoles en mobiele apparatuur toe.
- **Connected en interactief:** door de opkomst van sociale netwerken (Facebook, Hyves), 'user-generated content' (YouTube) en interactieve reclame en quizen is te verwachten dat communicatie rondom content zal toenemen en nieuwe diensten ontstaan (chatten tijdens programma's, content delen, profielgerichte reclame).
- **Convergentie:** de waardeketens van media, informatie en telecommunicatie convergeren. Mede door digitalisering en internet kunnen producenten hun programma's direct aanbieden aan de consument en vervullen zij soms in online mediadistributie meerdere rollen in de waardeketen, daar waar in traditionele televisie meerdere partijen een rol spelen.
- **Kwaliteit en vindbaarheid:** een toenemende kwantiteit van content en diversificatie van technische platforms en zowel beeld- als inhoudelijke kwaliteit, heeft als gevolg dat kwaliteit enerzijds mogelijk moeilijker te produceren is (budget, bereidheid tot betalen) als anderzijds door consumenten moeilijker te vinden is (EPG's, zoekmachines).

Belangrijke vragen bij deze trends zijn hoe snel deze in de praktijk zullen verlopen, of het ontstaan van iets nieuws inhoudt dat iets bestaands ophoudt, welke informatiebehoefte bij consumenten ontstaat met betrekking tot content en de vragen die OC&W zelf noemt in de consultatie tussen vraag 2 en vraag 3.

Concurrentie en gelijk speelveld

Gelijk speelveld

OC&W noemt als doel van de publieke omroep het creëren van een plek waar makers bezig zijn met

⁸ Bijvoorbeeld omdat de gemiddelde dagelijkse kijktijd voor televisie de afgelopen jaren nog niet significant daalt en nieuw mediagebruik tot nu toe grotendeels naast radio en televisiegebruik is ontwikkeld, zie onder meer www.stichtingkijkonderzoek.nl.

inhoud en kijkers en niet met financiële belangen. Het budget geldt wat OC&W betreft multimediaal, zonder kunstmatige opsplitsing naar bestaande en nieuwe diensten. Ook wijst OC&W op de verzekering van verspreiding via ether en kabel en het ontbreken van de noodzaak voor een doorgifteverplichting voor alle netwerken.

Het college merkt op dat hij in het kader van zijn marktanalysebesluiten omroep ook met betrekking tot de (landelijke) publieke omroep signalen heeft vernomen dat deze verschillende voorwaarden hanteert voor rtv-doorgifte via gevestigde dan wel toetredende aanbieders.⁹ Waar de Mediawet een 'must carry' verplichting behelst voor (diverse, maar niet alle) rtv-distributie infrastructures, met als doelstelling dat eindgebruikers de inhoud van de publieke omroep kunnen ontvangen, zou het Ministerie van OC&W een 'must offer' verplichting moeten opleggen aan de publieke omroep, zodat alle concurrerende distributeurs op diverse netwerken, platforms of apparaten onder redelijke en gelijksoortige voorwaarden de inhoud en diensten van de publieke omroep kunnen verkrijgen. Het college acht het onwenselijk dat de publieke omroep mogelijk een concurrentieverstorende factor kan zijn die in aangrenzende markten in de waardeketen het concurrentiële speelveld beïnvloedt. In generieke zin wijst het college hierbij tevens op het spanningsveld tussen enerzijds het telecommunicatiekader in Europa en Nederland waarin techniekneutraliteit wordt nagestreefd en anderzijds mediaregels zoals must carry die in Nederland voor specifieke infrastructures gelden.

Naar aanleiding van vraag 1a, of het nodig is dat de overheid meer gaat doen om toegankelijkheid van andere media te verzekeren, merkt het college verder op dat in relatie tot besteding van publiek geld aan toegankelijkheid tot pluriforme omroepcontent, de publieke omroep nu verschillende rollen en taken op zich neemt in de convergerende waardeketen. De publieke omroep heeft met Uitzending Gemist bijvoorbeeld een succesvol en toegankelijk distributieplatform op internet gecreëerd, via welke nu (slechts) de content van de publieke omroep toegankelijk is. Hoewel ook grote commerciële partijen als SBS, RTL en Discovery eigen, vergelijkbare platforms ontwikkelen, kan het college zich voorstellen dat de gekozen taak van platform of distributeur geen exclusieve relatie behoeft te hebben met de contentproductie van de publieke omroep en dat deze publieke facilitaire rol ook kleinere of startende (commerciële) programma-aanbieders in een vorm kan dienen.

Eurocommissaris Kroes heeft in dat kader recent medegedeeld dat een lidstaat voorafgaand aan de introductie van publieke 'significante nieuwe diensten' via openbare raadpleging van consumenten en belanghebbenden de impact van de nieuwe dienst dient te beoordelen. Als een publieke omroep met een nieuwe dienst commerciële bedrijven te zeer benadeelt, en dat nadeel weegt zwaarder dan de publieke taak van de omroep, dan zou de publieke omroep moeten afzien van introductie, volgens de Eurocommissaris. Het college is benieuwd naar de wijze waarop OC&W deze toets vorm wil geven.

EPG, kanaalnummers en vindbaarheid: publieke versus commerciële omroepen

In de transitie van analoge naar digitale rtv-distributie ontstaan diverse vraagstukken voor beleidmakers en toezichthouders. Het college en het Commissariaat voor de Media beschouwen

⁹ Zie over kopersmacht onder meer paragraaf 9.3 in de marktbesluiten omroep van Ziggo en UPC.

bijvoorbeeld momenteel de vragen en mogelijkheden die ontstaan nu elektronische programma gidsen (EPG's) en de nummering van digitale kanalen aan belang winnen.

Hoewel distributeurs meestal de drie landelijke publieke televisiezenders op 1, 2 en 3 plaatsen, is er discussie mogelijk over de plaatsing en vindbaarheid van thema, regionale en lokale publieke zenders. Dezelfde discussie is relevant voor commerciële kanalen en maakt onderdeel uit van contractsonderhandelingen, waarbij toetredende partijen in zowel omroepinhoud als distributie zwakker staan dan gevestigde. De publieke omroep heeft hierbij van oudsher en vanuit de must carry verplichting een sterke positie. Regelgeving vanuit telecommunicatie en toegang stoelt in beginsel op een non-discriminatoire aanpak. Het is echter moeilijk om in welke gids, lijst of portal dan ook alle zenders of content allen even goed vindbaar te maken.¹⁰ Zenders of partijen met een zwakke onderhandelingspositie zijn slechter vindbaar voor de kijker. Ook voorwaarden voor verstrekking van programma-informatie aan aanbieders van (nieuwe vormen van) radio- en televisiegidsen en de vindbaarheid van zenders daarin, zijn relevant.¹¹

Wanneer bijvoorbeeld voor de publieke omroep op deze gebieden regelgeving of contractseisen zouden worden vastgesteld, vanuit een doelstelling om (het groeiend aantal) publieke kanalen toegankelijk te houden voor de consument, dient het effect op de toegankelijkheid en vindbaarheid van commerciële zenders en mogelijkheden tot succesvolle portals van commerciële partijen te worden meegewogen.

Convergentie vraagt om afstemming van integraal beleid en toezicht

OC&W geeft in haar consultatiedocument aan dat overheidsbeleid zich over het hele medialandschap uitstrekt en er regels zijn voor audiovisuele diensten, distributie via kabel en ether en mediaconcentratie. Het college wijst in het kader van convergentie op het rapport van RAND van begin 2009 waarin voor het college de gevolgen van convergentie voor het toezicht op telecommunicatie en media uiteen zijn gezet.¹² RAND gaf onder meer aan dat samenhangend beleid op gebied van convergentie van telecommunicatie en media nodig is, voordat een geïntegreerd en samenhangend toezicht mogelijk is. Het college neemt dat advies over en raadt OC&W aan om bij de uitgangspunten voor mediabeleid in het algemeen en ten aanzien van de publieke omroep tevens het effect op andere delen van de convergerende waardeketen van telecommunicatie, informatie en media te beschouwen.

Gezien het vorenstaande is het college van mening dat een verkennend gesprek hierover tussen OC&W, EZ, het Commissariaat voor de Media, OPTA en andere relevante instanties reeds op korte

¹⁰ N.B. Voor telefoonnummers bestaat een beleidsmatig nummerplan.

¹¹ OC&W stelt in zijn consultatiedocument de vraag: "Moet de publieke omroep zijn programmegegevens afstaan aan elektronische programmagidsen van derden?". Het college zou deze vraag positief beantwoorden, daar een weigering tot levering van deze (publieke) informatie tot toetredingsdrempels, verschillende voorwaarden en daarmee concurrentievervalsing leidt in aangrenzende, in ontwikkeling zijnde markten voor EPG's en applicaties voor programmering.

¹² Zie voor het rapport van RAND en het verslag van het Convergentiecongres: <http://www.opta.nl/nl/actueel/convergence-by-opta/>.

termijn een goede bijdrage kan leveren aan meer samenhang in visie en beleid.

Marktwerking vraagt om een flexibel regulerend kader

De “versmelting” van distributie en content heeft ook consequenties voor de marktwerking en concurrentieverhoudingen tussen marktpartijen, waaronder de publieke omroep. Het college is van mening dat concurrentie tussen – en in geval van geconstateerde machtsposities, zo nodig op – platforms een belangrijke voorwaarde is en een goed uitgangspunt vormt voor de ontwikkeling van een breed aanbod van audiovisuele mediadiensten.

Het college ziet in zijn regulering van de telecommunicatiesector en samenwerking met andere toezichthouders regelmatig bevestigd dat regelgeving, toezicht en de rol van de overheid dienen te kunnen worden aangepast aan ontwikkelingen in markt, techniek en maatschappij om effectief en proportioneel te zijn. Ook met betrekking tot media in het algemeen en specifiek beleid met betrekking tot de taken van de publieke omroep acht het college het raadzaam om een wettelijk en beleidsmatig kader van randvoorwaarden zo in te richten dat hieraan flexibel en vanuit een geïntegreerd perspectief invulling kan worden gegeven. Ook mediaregelgeving dient te kunnen anticiperen en reageren op ontwikkelingen en voldoende flexibel te zijn om te voldoen aan de doelstellingen van een pluriforme, toegankelijke publieke omroep zonder een blokkade te vormen voor de ontwikkeling en dynamiek van diensten, innovatie en concurrentie.¹³ De noodzaak tot een flexibel en integraal kader geldt als uitgangspunt reeds nu, en vanzelfsprekend in een volgend kader vanaf 2016, waarvan op dit moment de uiteenlopende details nog niet zijn te overzien.

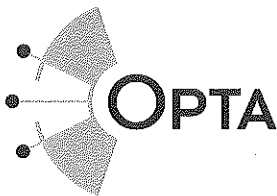
Het college wenst u tot slot succes met de afronding van uw consultatie met betrekking tot de publieke omroep. Het college benadrukt nogmaals de effecten van convergentie en digitalisering en de noodzaak tot samenhangend beleid en toezicht en ziet uit naar een toekomstige overleg tussen beleidsmakers en toezichthouders hieromtrent.

Hoogachtend,

HET COLLEGE VAN DE ONAFHANKELIJKE POST EN TELECOMMUNICATIE AUTORITEIT,
namens het college,
Hoofd afdeling Markten


Drs. D.I. Bos

¹³ Het college denkt hierbij bijvoorbeeld aan de invulling van de toets of nieuwe diensten geïntroduceerd kunnen worden door de publieke omroep zonder commerciële partijen te benadelen.



Postbus 90420
2509 LK Den Haag
Telefoon (070) 315 35 00
Fax (070) 315 35 01
E-mail mail@opta.nl
www.opta.nl

Bezoekadres
Zurichtoren
Muzenstraat 41
2511 WB Den Haag

Nederlandse Mededingingsautoriteit



Aan
OPTA / Hoofd Afdeling Markten
R. Bos

<i>Datum</i>	<i>Uw kenmerk</i>	<i>Ons kenmerk</i>	<i>Bijlage(n)</i>
12 MAR 2010		5174/196.B1276	

Onderwerp
OCW consultatiebrief "Toekomst Publieke Omroep"

Geachte heer Bos,

De Onafhankelijke Post- en Telecommunicatie Autoriteit (hierna: OPTA) heeft de Nederlandse Mededingingsautoriteit (hierna: NMa) op 23 februari jl. conform het samenwerkingsprotocol (zoals gepubliceerd in de Staatscourant op 29 juni 2004 met wijzigingen op 18 juli 2005) de toekomstverkenning publieke omroep van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (hierna: OCW) toegezonden. Op 4 maart heeft de NMa de conceptreactie van OPTA op bovenstaande toekomstverkenning op ambtelijk niveau ontvangen.

Advies

De NMa deelt de conclusies van OPTA met inachtneming van het onderstaande.

In de toekomstverkenning publieke omroepen wordt een aantal onderwerpen behandeld die van grote invloed zijn op de mededinging op een meerdere markten. De publieke omroep concurreert op deze markten met private partijen. Gezien de financieringsstructuur van de omroep is het van belang dat er zoveel mogelijk een gelijk speelveld wordt gecreëerd dan wel wordt behouden.

Met het oog hierop wil de NMa graag de volgende aandachtspunten meegeven.

- Het tweede onderwerp in het consultatiedocument behandelt de verspreiding van het publieke aanbod. Als vanzelfsprekend acht de NMa het niet wenselijk dat er monopolies worden gecreëerd bij de verspreiding van het publieke aanbod door bijvoorbeeld één exploitant voor de verspreiding aan te wijzen.

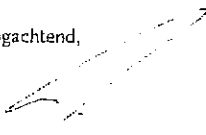
Postbus 16326	Wijnhaven 24	Muzenstraat 41	T: (070) 330 33 30	E-mail: info@nmanet.nl
2500 BH Den Haag	2511 GA Den Haag	2511 WB Den Haag	F: (070) 330 33 70	Website: www.nmanet.nl

NMA

- Het derde onderwerp in het consultatiedocument betreft de organisatie van de publieke omroep. Er wordt in dat kader gesproken over de beperking van het aantal spelers (lees omroepen). Een nieuwe organisatiestructuur van de publieke omroep kan toetredingsdrempels voor nieuwe publieke omroepen opwerpen.
- Onderwerp vier heeft betrekking op de inhoudelijke samenwerking van de publieke omroep met derden. Er wordt geopperd dat van tegenstrevers partners moeten worden gemaakt. Hoe dit precies vorm moet krijgen wordt niet verder uitgewerkt. Bij dergelijke samenwerking moet scherp in de gaten worden gehouden dat er geen overtreding van de Mededingingswet optreedt.
- Het zesde onderwerp dat in het consultatiedocument wordt genoemd betreft de wijze van financiering. Aandachtspunt hierbij is de genoemde mogelijke wijze van financiering via vrijere reclameactiviteiten van de STER. Dit brengt het risico met zich mee dat de concurrentie op advertentiemarkten verstoord zou kunnen worden.

Tot slot: een goede marktwerking is een publiek belang. Het mededingingsbeleid is gericht op versterking van concurrentie met als doel economische efficiëntie en technologische en economische vooruitgang te stimuleren. Het gaat daarbij uiteindelijk om het behalen van voordeel voor de consument. Dit geldt onverminderd voor de publieke omroep.

Hoogachtend,



Mr. G.J.C.M. Bakker
Directeur Directie Mededinging