

INHOUD

SAMENWERKING VAN PUBLIEKE OMROEPEN MET ANDERE PARTIJEN

Samen met een regionaal dagblad een nieuwsapp ontwikkelen? Met een culturele instelling een festival organiseren? Samenwerken met een onderwijsinstelling om een wetenschapsdag voor kinderen van de grond te krijgen? Mag dat als uw omroep met publiek geld wordt gefinancierd? Deze uitgave geeft u antwoord.

Als u als publieke omroep wilt samenwerken met een andere partij gelden er enkele regels waar u zich aan moet houden. We geven u inzicht in de meest voorkomende samenwerkingsvormen en de bijbehorende regels op grond van de Mediawet.

Deze uitgave is in de eerste plaats bedoeld voor medewerkers van publieke omroepen die een project (willen) starten met andere partijen. Ook samenwerkingspartners zoals (media)bedrijven, culturele instellingen of erkende onderwijsinstellingen kunnen er gebruik van maken om samenwerkingsmogelijkheden met publieke omroepen te verkennen.

De rol van het Commissariaat voor de Media

Het Commissariaat voor de Media houdt toezicht op de naleving van de Mediawet en de daarop gebaseerde regelgeving. Het Commissariaat toetst of samenwerkingsverbanden voldoen aan de wet- en regelgeving. In de meeste gevallen toetsen we achteraf, een enkele keer vooraf. Zo leveren we een bijdrage aan de vrijheid van informatie, één van de pijlers onder onze democratische rechtsstaat.

SAMENWERKING VAN PUBLIEKE OMROEPEN MET ANDERE PARTIJEN

Wat kunt u van ons verwachten?

Onze taak is om toezicht te houden op de naleving van de Mediawet.
Als een samenwerking in strijd is met de regels kunnen we ingrijpen.

Twijfelt u of een (voorgenomen) samenwerking is toegestaan, dan gaan we graag met u in gesprek. Mocht het plan in strijd zijn met de wet, dan bekijken we samen met u of de samenwerking met enkele aanpassingen toch binnen de regels kan blijven.

Contact

Heeft u vragen? Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvdem@cvdm.nl) **W** www.cvdm.nl

SAMENWERKING VAN PUBLIEKE OMROEPEN MET ANDERE PARTIJEN

Naast de regels voor samenwerking in deze uitgave, bevat de Mediawet algemene bepalingen waar u zich als publieke omroep aan moet houden. Die regels gelden ook bij samenwerkingsvormen. De belangrijkste zijn:

Redactionele onafhankelijkheid

De redactionele onafhankelijkheid van een publieke omroep staat boven alles. Deze mag niet in gevaar komen door een samenwerking met een andere partij.

Dienstbaarheidsverbod

De samenwerking met een andere partij mag er niet toe leiden dat dit voor de samenwerkingspartner meer winst of voordelen oplevert dan anders het geval zou zijn geweest.

Verbod op aanhakende reclame

Publieke programma's mogen geen reclameboodschappen bevatten. Commercials die rondom een programma worden uitgezonden, mogen inhoudelijk niet aansluiten bij de inhoud van het programma.

Sponsoring

Voor sponsoring gelden strikte regels. Dit is er één: als een publiek programma wordt gesponsord, dan moet u de sponsor duidelijk vermelden.

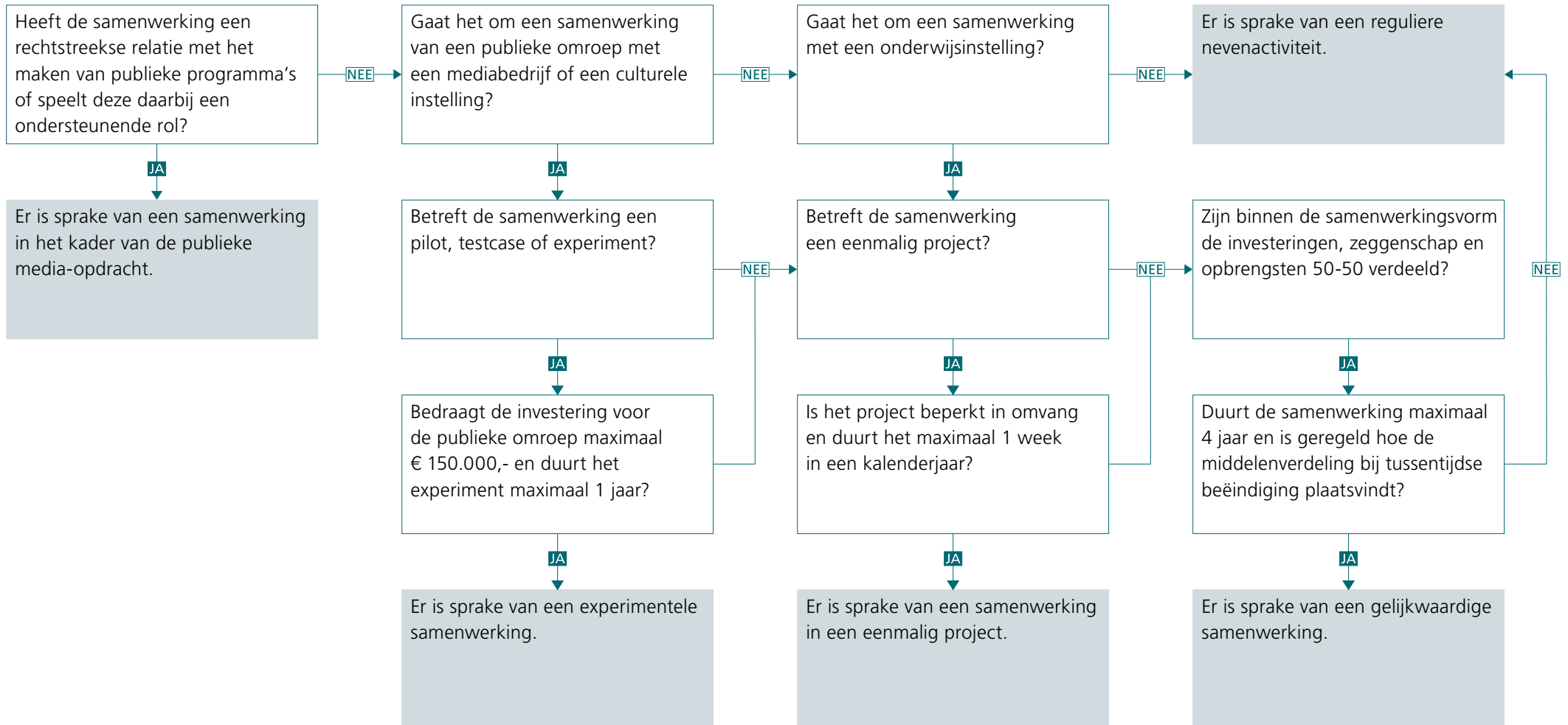
SAMENWERKING VAN PUBLIEKE OMROEPEN MET ANDERE PARTIJEN

(voluit: publieke media-instellingen) en zoeken elkaar steeds vaker op. Bijvoorbeeld om gezamenlijk nieuwe doelgroepen te bereiken of om in te spelen op nieuwe ontwikkelingen. Samenwerken mág. Voorwaarde is dat de samenwerkingsvorm past binnen de Mediawet.

Samenwerkingsvormen zijn er in soorten en maten. Op grond van de Mediawet onderscheiden we vijf typen:

Voor elk type samenwerking gelden specifieke regels. Het gídst u naar de bijbehorende regelgeving, de acties die wij van u verwachten en de acties die u van het Commissariaat mag verwachten.

WELKE SAMENWERKINGSVORM IS VOOR U VAN TOEPASSING?



1 SAMENWERKING IN HET KADER VAN DE PUBLIEKE MEDIA-OPDRACHT

U kunt meteen aan de slag zonder voorafgaande melding of toestemming.

Wat is samenwerking in het kader van de publieke media-opdracht?

We spreken van een samenwerking in het kader van de als de (voorgenomen) samenwerkingsvorm een rechtstreekse relatie heeft met het maken van publieke programma's of daarbij een ondersteunende rol vervult.

Voorbeelden

Een regionaal mediabedrijf en een regionale omroep ontwikkelen een gezamenlijke website en app met regionaal nieuws. De samenwerkingspartners voeren samen de redactie.

Een publieke omroep huurt een tijdelijke locatie van een commerciële verhuurder voor het opnemen en uitzenden van een live televisieprogramma.

Wat verwachten wij van u?

Blijft de (voorgenomen) samenwerking binnen de publieke media-opdracht, dan kunt u zonder voorafgaande toestemming aan de slag. U hoeft de samenwerking niet vooraf te melden bij het Commissariaat voor de Media. Twijfelt u? Neem dan contact met ons op.

Aandachtspunt

- Bevat de samenwerking (ook) onderdelen die buiten de media-opdracht vallen, dan gelden er mogelijk andere regels. Dit kan het geval zijn als u zogenoemde nevenactiviteiten verricht, bijvoorbeeld een [reclame](#) of een [andere commerciële activiteit](#).

SAMENWERKING IN HET KADER VAN DE PUBLIEKE MEDIA-OPDRACHT

Wat kunt u van ons verwachten?

Het Commissariaat voor de Media kan achteraf toetsen of de samenwerking voldoet aan de wet- en regelgeving. Toetsing kan plaatsvinden op basis van de jaarrekening, steekproefsgewijs of op basis van een signaal of handhavingsverzoek van derden.

Contact

Heeft u vragen? Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvdem@cvdm.nl) **W** www.cvdem.nl

2 SAMENWERKING IN EEN EENMALIG PROJECT

U kunt meteen aan de slag zonder voorafgaande melding of toestemming.

Wat is samenwerking in een eenmalig project?

Er is sprake van een eenmalig project als de samenwerking van een publieke omroep en een samenwerkingspartner maximaal 1 week per kalenderjaar duurt en als het project beperkt van omvang is. In een kalenderjaar kunt u als omroep meerdere eenmalige projecten organiseren.

Voorbeelden

Een lokale omroep zet samen met een poppodium een 3-daags popfestival op touw.

Een regionale omroep organiseert met een ROC een stageweek voor studenten journalistiek.

Specificaties

- Als publieke omroep kunt u een eenmalig project alleen aangaan met een of een
- Een eenmalig project is beperkt van omvang en mag maximaal 1 week per kalenderjaar duren. Wilt u hetzelfde project in een volgend kalenderjaar opnieuw uitvoeren, dan geldt het opnieuw als een eenmalig project.

Wat verwachten wij van u?

Als het eenmalige project binnen de omschrijving en de specificaties blijft, kunt u zonder voorafgaande toestemming aan de slag. U hoeft de samenwerking niet vooraf te melden bij het Commissariaat voor de Media.

SAMENWERKING IN EEN EENMALIG PROJECT

Aandachtspunten

- Een samenwerking in een eenmalig project is een zogenoemde **aanpakovereenkomst**. Hiervoor gelden 3 verplichtingen:
 - de activiteit moet een relatie hebben met het media-aanbod van de publieke omroep;
 - de publieke omroep moet marktconforme tarieven rekenen voor de activiteiten of diensten die ze levert;
 - de activiteit moeten kostendekkend zijn, er mag geen publiek geld worden gebruikt.
- Wilt u een eenmalig project uitvoeren met een andere samenwerkingspartner dan een mediabedrijf, een culturele - of erkende onderwijsinstelling, meld dan de samenwerking als **aanpakovereenkomst**.

Wat kunt u van ons verwachten?

Het Commissariaat voor de Media kan achteraf toetsen of een eenmalig project voldoet aan de wet- en regelgeving. Toetsing kan plaatsvinden op basis van de jaarrekening, steekproefsgewijs of op basis van een signaal of handhavingsverzoek van derden.

Contact

Heeft u vragen? Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** cvdem@cvdm.nl **W** www.cvdem.nl

3 EXPERIMENTELE SAMENWERKING

Meld de samenwerking vooraf, daarna kunt u aan de slag.

Wat is een experimentele samenwerking?

Als de samenwerking van een publieke omroep en een samenwerkingspartner het karakter heeft van een pilot of testcase en is bedoeld om uiteindelijk tot structurele samenwerking te komen, spreken we van een experimentele samenwerking. Gaat u als publieke omroep een experiment aan met een samenwerkingspartner, dan mag de activiteit maximaal 1 jaar duren en mag u maximaal € 150.000,- investeren.

Voorbeelden

Een regionale omroep stelt bij wijze van proef een jaar lang redactionele inhoud beschikbaar aan een landelijke nieuwswebsite, in ruil voor advertentieruimte.

Een publieke omroep organiseert bij wijze van experiment samen met een museum een tijdelijke expositie.

Specificaties

- Als publieke omroep mag u een experimentele samenwerking alleen aangaan met een of een .
- Een experimentele samenwerking mag maximaal 1 jaar duren.
- Het maximale investeringsbedrag van de publieke omroep bedraagt € 150.000,-.

Wat verwachten wij van u?

Als u een experiment start in samenwerking met een mediabedrijf of culturele instelling, moet u dat vooraf melden aan het Commissariaat voor de Media. Daarna kunt u aan de slag zonder voorafgaande toestemming.

EXPERIMENTELE SAMENWERKING

Aandachtspunten

- Een experimentele samenwerking is een zogenoemde
Hiervoor gelden 3 verplichtingen:
 - de activiteit moet een relatie hebben met het media-aanbod van de publieke omroep;
 - de publieke omroep moet marktconforme tarieven rekenen voor de activiteiten of diensten die ze levert;
 - de activiteit moeten kostendekkend zijn, er mag geen publiek geld worden gebruikt.
- Is het experiment een succes, dan kan het Commissariaat de toegestane looptijd met 1 jaar verlengen. Wilt u van deze mogelijkheid gebruik maken, dan ontvangen wij uw verzoek graag 1 maand voor het verstrijken van de looptijd.
- Is de looptijd langer dan 1 jaar of is de investering hoger dan € 150.000,-? Meld dan de samenwerking als
- Wilt u een experiment uitvoeren met een andere samenwerkingspartner dan een mediabedrijf of culturele instelling, dan moet u de samenwerking melden als

Wat kunt u van ons verwachten?

Het Commissariaat voor de Media kan achteraf toetsen of de experimentele samenwerking voldoet aan de wet- en regelgeving. Toetsing kan plaatsvinden op basis van de jaarrekening, steekproefsgewijs of op basis van een signaal of handhavingsverzoek van derden.

Contact

Heeft u vragen? Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** cvdm@cvdm.nl **W** www.cvdm.nl

4 GELIJKWAARDIGE SAMENWERKING

Laat de samenwerkingsovereenkomst toetsen voordat u aan de slag gaat.

Wat is gelijkwaardige samenwerking?

Bij gelijkwaardige samenwerking van een publieke omroep en een andere partij hebben de samenwerkingspartners gelijke rechten en plichten. Of u nu samenwerkt met één andere partner (een zogenoemde exclusieve gelijkwaardige samenwerking) of met meerdere partners; in alle gevallen moeten de inbreng, zeggenschap en verdeling van opbrengsten 50-50 zijn. Denk daarbij aan financiële, materiële, personele en immateriële zaken zoals geld, kennis, menskracht en promotie.

Voorbeelden

Een regionaal dagblad en een regionale omroep brengen samen een tijdschrift op de markt dat aansluit bij een van de programma's van de regionale omroep. Ze voeren samen de redactie.

Een universiteit en een landelijke publieke omroep ontwikkelen samen een bordspel gebaseerd op de nationale wetenschapsquiz. Beide partijen hebben evenveel inbreng en zeggenschap.

Specificaties

- Als publieke omroep mag u een gelijkwaardige samenwerkingsvorm aangaan met een _____, een _____ of een _____.

GELIJKWAARDIGE SAMENWERKING

- Een exclusieve gelijkwaardige samenwerking heeft in principe een looptijd van maximaal 4 jaar.
- Gaat u als publieke omroep een gelijkwaardige samenwerking aan met een van bovengenoemde partijen, dan verwacht het Commissariaat voor de Media van u een schriftelijke samenwerkingsovereenkomst.
- De overeenkomst bevat een passage waarin u toelicht hoe de keuze voor de samenwerkingspartner tot stand is gekomen.
- In de overeenkomst komt tot uitdrukking dat er sprake is van een gezamenlijke activiteit waarbij bij aanvang gebruik wordt gemaakt van elkaars expertise.
- Uit de overeenkomst moet blijken dat inbreng, zeggenschap en verdeling van opbrengsten 50-50 zijn verdeeld.
- In de overeenkomst is geregeld dat bij (tussentijdse) beëindiging van de samenwerking de middelen 50-50 worden verdeeld.

Wat verwachten wij van u?

Als u als publieke omroep op basis van gelijkwaardigheid wilt samenwerken met één of meerdere partijen, dan moet u de samenwerkingsovereenkomst voordat u aan de slag gaat laten toetsen door het Commissariaat voor de Media. De overeenkomst moet voldoen aan bovengenoemde criteria. Het Commissariaat gaat ervan uit dat het plan kostendekkend is en dat de tarieven marktconform zijn. U hoeft dit niet aan te tonen.

GELIJKWAARDIGE SAMENWERKING

Aandachtspunten

- Een gelijkwaardige samenwerking is een zogenoemde
Hiervoor gelden 3 verplichtingen:
 - de activiteit moet een relatie hebben met het media-aanbod van de publieke omroep;
 - de publieke omroep moet marktconforme tarieven rekenen voor de activiteiten of diensten die ze levert;
 - de activiteit moeten kostendekkend zijn, er mag geen publiek geld worden gebruikt.
- Gaat het om een samenwerkingsvorm met meerdere partijen en is het 50-50 criterium niet haalbaar? Dan kunt u de samenwerkingsvorm aanmelden als
- Wilt u de exclusieve gelijkwaardige samenwerking na de looptijd van 4 jaar voortzetten? Dan ontvangen wij uw verzoek graag uiterlijk 3 maanden voor het verstrijken van de looptijd.
- Is vanaf de start duidelijk dat de exclusieve gelijkwaardige samenwerking een langere periode bestrijkt dan 4 jaar? Dan kan het Commissariaat de samenwerkingsvorm mogelijk goedkeuren onder de noemer

Wat kunt u van ons verwachten?

Het Commissariaat voor de Media toetst vooraf of het samenwerkingsplan voldoet aan de regels voor gelijkwaardigheid.

Contact

Heeft u vragen? Of wilt u advies over de onderbouwing van het 50-50 criterium?

Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** cvdm@cvdm.nl **W** www.cvd.nl

5 REGULIERE NEVENACTIVITEIT

Laat de samenwerkingsovereenkomst toetsen voordat u aan de slag gaat.

Wat is een reguliere nevenactiviteit?

Als een samenwerkingsvorm niet is onder te brengen in één van de andere categorieën, dan is er sprake van een reguliere nevenactiviteit.

Voorbeelden

Een publieke omroep en een bekende tv-kok brengen samen een kookboek uit met recepten die in het programma aan bod zijn gekomen.

Een publieke omroep ontwikkelt samen met een partyplanner een concept voor kinderfeestjes dat is gebaseerd op een populair televisieprogramma.

Wat verwachten wij van u?

Past de (voorgenomen) samenwerking niet binnen de samenwerking in het kader van de _____, een _____, een _____ of een _____? Meld de activiteit dan voordat u aan de slag gaat bij het Commissariaat voor de Media als reguliere nevenactiviteit.

Aandachtspunt

- Voor een nevenactiviteit gelden 3 verplichtingen:
 - de activiteit moet een relatie hebben met het media-aanbod van de publieke omroep;
 - de publieke omroep moet marktconforme tarieven rekenen voor de activiteiten of diensten die ze levert;
 - de activiteit moet kostendekkend zijn, er mag geen publiek geld worden gebruikt.

REGULIERE NEVENACTIVITEIT

Wat kunt u van ons verwachten?

Het Commissariaat voor de Media toetst vooraf of de samenwerking kan worden goedgekeurd op grond van de Mediawet.

Contact

Heeft u vragen? Neem dan contact met ons op. Wij helpen u graag.

T (035) 773 77 00 **E** [cvdm@cvdm.nl](mailto:cvd@cvdm.nl) **W** www.cvd@cvdm.nl

OVERZICHT BEGRIPPEN EN DEFINITIES

Publieke omroepen (publieke media-instellingen)

Omroepen (landelijk, regionaal en lokaal) die door het ministerie van OC&W of door gemeenten worden gefinancierd. De wet stelt eisen aan de programmering en de werkwijze.

Samenwerkingspartners of andere partijen

In de context van deze uitgave zijn dit onder meer commerciële (media)bedrijven, culturele instellingen, erkende onderwijsinstellingen en goededoelenorganisaties.

Publieke media-opdracht

De opdracht van publieke omroepen is om te zorgen voor een divers media-aanbod en de verspreiding ervan. De publieke media-opdracht ligt vast in de Mediawet en geldt voor landelijke, regionale en lokale omroepen.

Nevenactiviteit

Alle activiteiten die buiten de publieke media-opdracht vallen. In de context van deze uitgave zijn dit: samenwerking in een eenmalig project, in een experiment of in de vorm van een gelijkwaardige samenwerking. Voor nevenactiviteiten gelden specifieke regels.

Mediabedrijf

Een bedrijf dat media-inhoud produceert en verspreidt op basis van redactionele onafhankelijkheid en met een commercieel doel. Bijvoorbeeld een krant of website.

Onderwijsinstelling

Een school of opleidingsinstituut binnen het basis -, voortgezet -, hoger - en academisch onderwijs met een

Culturele instelling

Een instelling die een cultureel product produceert, distribueert en/of presenteert of daarbij ondersteunt. Bijvoorbeeld een museum, een bibliotheek of een instelling voor podiumkunsten.

Meer weten? www.cvdm.nl



Disclaimer

Deze uitgave is bedoeld om u te informeren over de belangrijkste regels die gelden als een publieke omroep een samenwerking wil aangaan met een andere partij. Het Commissariaat voor de Media spant zich ervoor in om u met deze uitgave correct te informeren, maar accepteert geen aansprakelijkheid voor fouten en/of het ontbreken van informatie. Aan de tekst van deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend.