

Vergaderjaar 2015–2016

**34 300 VIII**

## **Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (VIII) voor het jaar 2016**

**Nr. 120**

### **BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 15 december 2015

In mijn brief aan de Tweede Kamer inzake de Mediabegroting 2016 heb ik uw Kamer toegezegd dat ik schriftelijk zou reageren op de open brief inzake Media Valley.<sup>1</sup> Dat doe ik bij dezen.

In deze open brief noemen de wethouders van de gemeenten Amsterdam, Utrecht en Hilversum en een aantal publieke en commerciële mediapartijen een tiental onderwerpen, die zij van belang achten voor een sterke Media Valley, het gebied tussen deze drie steden.<sup>2</sup> Deze onderwerpen bestrijken een zeer breed terrein en vragen onder meer aandacht voor de handhaving van een laag BTW-tarief voor diensten die aan mediaproducties zijn gerelateerd, de stimulering van excellente media- en kunstvakopleidingen, regulering van privacywetgeving op gelijke voet als elders in Europa, het behoud van netneutraliteit, de verbetering van de infrastructuur tussen Amsterdam, Utrecht en Hilversum en ruimte in de Mediawet voor publiek-private samenwerking.

Deze onderwerpen liggen op het terrein van een groot aantal departementen: naast OCW zijn dat de Ministeries van EZ, SZW, Financiën, VenJ en IenM.

Ik heb de Kamer toegezegd dat ik deze open brief onder de aandacht zou brengen van de desbetreffende collega's in het kabinet; dat heb ik inmiddels gedaan.

Ik zal in deze brief nader ingaan op de vier onderwerpen die op terrein van OCW liggen: ruimte voor publiek-private samenwerking; het creëren van ruimte in de Mediawet voor inhoudelijk-journalistieke samenwerking tussen verschillende mediavormen op landelijk, regionaal en lokaal

<sup>1</sup> Kamerstuk 34 300 VIII, nr. 81.

<sup>2</sup> Open brief inzake Media Valley, toegezonden aan de mediawoordvoerders in de Tweede Kamer en aan de Staatssecretaris van OCW, 4 oktober 2015.

niveau; een gelijk speelveld voor bestaande en nieuwe toetreders uit het buitenland op de Nederlandse mediemarkt en tenslotte het stimuleren van excellente media- en kunstvakopleidingen.

**1. Maak in de Mediawet ruimte voor publiek-private samenwerking**

**2. Creëer ruimte in de Mediawet voor inhoudelijk-journalistieke samenwerking tussen verschillende mediavormen op landelijk, regionaal en lokaal niveau**

Deze beide punten zijn zo nauw met elkaar verweven dat ik ze gezamenlijk van een reactie voorzie. De mogelijkheden in de Mediawet voor publiek-private samenwerking zijn wel degelijk aanwezig. Zo kennen we het zogeheten «experimenteerartikel» dat inhoudt dat landelijke, regionale en lokale publieke omroepen geen voorafgaande toestemming nodig hebben van het Commissariaat voor de Media voor het bij wijze van experiment van beperkte omvang en duur verrichten van nevenactiviteiten die bestaan uit het leveren van goederen of diensten, met inbegrip van rechten en verplichtingen aan:

- a. Mediabedrijven ten behoeve van de versterking en verbetering van de nieuws- en informatievoorziening; of
- b. Culturele instellingen.<sup>3</sup>

Het Commissariaat voor de Media organiseert voorlichtingsbijeenkomsten gericht op de publieke omroep (landelijk, regionaal en lokaal) en op private journalistieke partijen. De belangstelling hiervoor was dermate groot, dat er inmiddels drie bijeenkomsten zijn gehouden. In 2016 zal het Commissariaat een nieuwe beleidsbrief uitbrengen waarin de mogelijkheden voor publiek-private samenwerking verder worden verduidelijkt. De inbreng van partijen tijdens de bijeenkomsten wordt daarbij meegenomen.

Tijdens het wetgevingsoverleg over de Mediabegroting 2016 kwam het onderwerp publiek-private samenwerking nadrukkelijk ter sprake.<sup>4</sup> Er is een motie ingediend om op korte termijn in kaart te brengen welke juridische, organisatorische en praktische belemmeringen dan wel randvoorwaarden en mogelijkheden er bestaan om lokaal en regionaal publiek-private samenwerking tussen mediabedrijven mogelijk te maken en om hierbij ook internationale best practices te betrekken.<sup>5</sup> Die motie zal ik uitvoeren.

Waar het gaat om publiek-private samenwerking in de regio wijs ik ook op de *Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking* van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.<sup>6</sup> De belangstelling voor deze regeling is overweldigend: maar liefst 29 projecten hebben een aanvraag ingediend. De looptijd per project is maximaal drie jaar en per project is maximaal € 450.000,- beschikbaar. Zo'n project kan de vorm aannemen van een Regionaal Media Centrum, zoals in de open brief Media Valley gevraagd wordt: vorm en inhoud van zo'n project is geheel aan de betrokken journalistieke deelnemers, die afkomstig kunnen zijn uit zowel «oude» als «nieuwe» media.

Mijn streven is erop gericht om met het wegnemen van onbedoelde belemmeringen voor publiek-private samenwerking én met de (bescheiden) financiële stimulering via het Stimuleringsfonds de

<sup>3</sup> Artikel 2.132, vierde lid Mediawet 2008.

<sup>4</sup> 16 november 2015.

<sup>5</sup> Motie-Mohandis c.s., Kamerstuk 34 300 VIII, nr. 87.

<sup>6</sup> Zie [www.persinnovatie.nl](http://www.persinnovatie.nl) voor meer informatie hierover.

journalistieke functie in ons land te innoveren en toekomstbestendig te maken. Een onafhankelijke en kritische journalistieke nieuws- en informatievoorziening is immers van cruciaal belang voor het functioneren van onze democratische samenleving.

### **3. Garandeer een gelijk speelveld voor bestaande en nieuwe toetreders uit het buitenland op de Nederlandse mediemarkt**

Het principe van een «level playing field» op mediagebied spreekt mij beslist aan.

De Nederlandse mediemarkt is zeer competitief, met publieke en private aanbieders uit binnen- en buitenland, die actief zijn op alle media-platforms.

Nederland steunt de doelstelling van een «level playing field» ten behoeve van een goed functionerende Europese interne markt. Een volledig gelijk speelveld vraagt echter volledige harmonisatie op Europees niveau, en dus het opgeven van alle nationale beleidsdiscretie. Het volledig opgeven van de ruimte voor een eigen nationaal mediabeleid is niet wenselijk; Nederland streeft naar een juiste balans tussen Europese gemeenschappelijke regels en ruimte voor het voeren van een eigen mediabeleid met ruimte voor onze eigen taal en cultuur.

Een belangrijk principe blijft het «land van oorsprong»-beginsel in de huidige Europese mediawetgeving: mediabedrijven vallen onder de regels van het land van vestiging. Dat kan er in de praktijk toe leiden dat er (geringe) verschillen zitten in de regelgeving voor buitenlandse ondernemingen ten opzichte van de regels zoals die in Nederland gelden voor Nederlandse mediabedrijven. Aan de andere kant zien we ook wel dat buitenlandse spelers op de Nederlandse mediemarkt zich op vrijwillige basis aansluiten bij Nederlandse regels die op grond van zelfregulering of co-regulering tot stand zijn gebracht. Ik wijs bijvoorbeeld op de aansluiting van RTL, HBO en Netflix bij NICAM/Kijkwijzer.

### **4. Stimuleer excellente media- en kunstvakopleidingen**

In de Strategische Agenda Hoger Onderwijs en Onderzoek 2015–2025 is het beleid en de investeringsagenda voor de komende jaren uiteengezet.<sup>7</sup> Hierin staat op welke manieren opleidingen gestimuleerd worden om te werken aan een betere aansluiting van talent op de arbeidsmarkt, bijvoorbeeld via kleinschalig en intensief onderwijs en via talentprogramma's. Voor het verbeteren van de samenwerking in de regio ten behoeve van een betere doorstroom in het onderwijs en aansluiting op de arbeidsmarkt is structureel € 30 miljoen gereserveerd. In de Strategische Agenda is bovendien bijzondere aandacht voor de Centers of Expertise die, vergelijkbaar met de Hilversum Media Campus, het bedrijfsleven actief betrekken bij hun onderwijsvorm.

Uit het recente onderzoek Creatief Talent voor een Creatieve Economie blijkt dat specifiek het kunstvakonderwijs in de meeste gevallen op een goede en passende manier aandacht besteedt aan ondernemerschap, wat kan bijdragen aan een betere aansluiting van de opleidingen op de arbeidsmarkt.

In verband van media- en kunstvakopleidingen wijs ik ook graag op de brief Creatieve Industrie in Beeld, die de Minister van OCW en de Minister

<sup>7</sup> Ministerie OCW, 7 juli 2015. Kamerstuk 31 288, nr. 481.

van EZ onlangs naar uw Kamer hebben gezonden.<sup>8</sup> De aanhef van die brief luidt: «Creativiteit is essentieel om een welvarende, duurzame en innovatieve samenleving te realiseren». Dat geeft kernachtig weer hoe centraal creativiteit, opleiding en talentontwikkeling staan in het kabinetsbeleid.

### **Tenslotte**

Ik vertrouw erop dat ik uw Kamer hiermee voldoende heb geïnformeerd over de onderwerpen uit de open brief Media Valley, voor zover die betrekking hebben op het beleidsterrein van het Ministerie OCW. Een afschrift van deze brief stuur ik naar de ondertekenaars van de open brief Media Valley.

De Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,  
S. Dekker

---

<sup>8</sup> <http://www.creatieveindustrieinbeeld.nl/> Brief van 24 november 2015.