

**Beleidsbrief Convergentie:  
de consument aan het roer in veranderende markten voor ICT, telecommunicatie en  
audiovisuele media.**

## **1 Inleiding**

Convergentie wordt gezien als hét sleutelwoord voor de huidige ontwikkelingen in het ICT-, telecommunicatie- en medialandschap en in voorspellingen over de toekomst van elektronische communicatienetwerken en -diensten. Wat begon met het verzenden van kale tekstberichten via de eerste e-mailprogramma's en als SMS, heeft zich inmiddels ontwikkeld tot een gevarieerd aanbod van interactieve en multimediale communicatievormen. Steeds meer mensen beschikken over de mogelijkheden om zelf allerlei soorten content zoals sms, foto en video te maken en verspreiden. Dit proces is een voorbeeld van convergentie. Convergentie kent verschillende dimensies. Er is convergentie van infrastructuren (telefoonnetwerk, kabel, mobiele netwerken) van apparatuur (telefoon, mp3-speler, navigatie, agenda, camera, radio) en van inhoud (film, muziek, gaming, tv-programma's. Hierdoor treden veranderingen op in de productie, distributie en het gebruik van (media) diensten. In deze brief wordt met convergentie het volgende bedoeld:

Convergentie: het naar elkaar toegroeien van de sectoren ICT, telecommunicatie en audiovisuele diensten en inhoud, gekenmerkt door het feit dat vergelijkbare diensten te ontvangen zijn via verschillende vaste of draadloze distributienetwerken en toegankelijk zijn via verschillende multifunctionele apparaten. Diensten zijn in toenemende mate interactief. De inhoud van diensten is vaak een combinatie van beeld, geluid en tekst.
---

## **2 De betekenis van convergentie**

Convergentie is een autonome ontwikkeling waarbij de eigenschappen van voorheen gescheiden communicatienetwerken en de inhoud die daarover verspreid wordt, steeds meer op elkaar gaan lijken. Digitalisering en het Internet Protocol maken netwerken die voorheen toegesneden waren op één type dienst nu geschikt voor data, spraak, geluid, beeld en combinaties daarvan. Diensten zoals televisie, radio, internet en telefonie kunnen op digitale wijze worden gedistribueerd over het ADSL-netwerk, over de kabelnetwerken, over glasvezelnetwerken en over breedbandige mobiele netwerken.

Vaste en mobiele netwerken zijn steeds meer uitwisselbaar en kunnen steeds vaker dezelfde diensten distribueren. Dezelfde inhoud, bijvoorbeeld games, muziek, film of nieuws, kan via alle netwerken ontvangen worden en is steeds minder gebonden aan één specifiek platform. Marktpartijen begeven zich als gevolg hiervan steeds vaker op elkaars traditionele markten. Dat heeft grote gevolgen: de telecommunicatiesector die traditioneel gekenmerkt werd door relatieve stabiliteit, en monopolieposities, ontwikkelt zich tot een sector met meer verandering en toenemende concurrentie, omdat bedrijven elkaars markt betreden. De traditionele telefoniebedrijven gaan zich ook begeven op de markt voor televisie en video. Kabelmaatschappijen hebben op hun beurt eigen telefonie- en internetdiensten. Daarnaast levert een groeiend aantal aanbieders telefonie en tv-diensten via internet (bijvoorbeeld Skype en Joost). De markt kent inmiddels een veel grotere openheid voor dienstenleveranciers. De toetredingsdrempels blijven hoog omdat aan de aanleg van netwerken nog altijd forse kosten verbonden zijn.

In de audiovisuele mediasector richten steeds minder bedrijven zich nog op één product of dienst: oorspronkelijk televisiebedrijven gaan ook radio maken en richten zich op online video; traditionele uitgeverijen richten zich naast print op de productie van televisieprogramma's, video's en (serious) games. De mogelijkheden van de diverse platforms worden optimaal benut door multimediale en crossmediale diensten die in de markt worden gezet<sup>1</sup>.

Convergentie leidt niet alleen aan de aanbodkant maar ook aan de vraagkant tot veranderingen. Waar consumentenelektronica voorheen geschikt was voor de ontvangst van één dienst via één netwerk (een telefoon, een televisie, een radio), is een apparaat nu geschikt voor meerdere netwerken en meerdere diensten. Een goed voorbeeld hiervan is de mobiele telefoon, die ook functioneert als radio, mp3-speler, televisiescherm en internetbrowser. Consumenten kunnen daardoor inmiddels veel verschillende diensten ontvangen op nagenoeg iedere plaats en tijdstip en met het apparaat van hun keuze. En zij kunnen de (al dan niet zelfgemaakte) inhoud gemakkelijk delen via digitale netwerken.

### **3 Kansen en bedreigingen van convergentie**

Convergentie leidt tot nieuwe vragen over de concurrentieverhoudingen tussen netwerkaanbieders maar ook tussen netwerk- en dienstenaanbieders. Binnen de traditionele waardeketens voor productie en distributie van (audiovisuele) diensten vinden verschuivingen plaats. Contentproducerende partijen verkennen mogelijkheden om hun producten en diensten rechtstreeks aan consumenten aan te bieden, zonder tussenkomst van bestaande distributeurs. Sommige distributeurs bekijken of het rendabel is om zelf content te produceren of rechten op content te verwerven. Al deze verschuivingen en ontwikkelingen hebben gevolgen voor de concurrentie. Afspraken over intellectuele eigendomsrechten zijn daarbij van groot belang voor iedereen die zich op een telecommunicatie- of mediapartij wil begeven met audiovisuele diensten.

Internetbedrijven als Google, YouTube en Hyves zijn toegetreten tot de markten voor media en communicatie en vergroten de marktdynamiek. Zij werken met nieuwe businessmodellen en lijken zeer goed aan te voelen wat de consument verwacht. Bestaande telecommunicatie- en mediapartijen zoeken dan ook graag samenwerking met deze spelers. Die maken op hun beurt graag gebruik van de producten, diensten en/of klantenbestanden van de gevestigde spelers.

Consumenten maken gretig gebruik van de nieuwe multimediale mogelijkheden en zijn daarmee een katalysator voor de marktveranderingen. Naast gebruik maken van aanbod van professionele aanbieders, krijgen consumenten ook steeds meer mogelijkheden om hun eigen 'producten' aan te bieden en te verspreiden. Dat kan zowel voor een klein besloten publiek van vrienden en familie (bijv. een on-line fotoalbum) als algemeen toegankelijk (bijv. filmpjes op YouTube). Dit verschijnsel wordt aangeduid als *user generated content* en de verandering van consument naar *prosument*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Multimedia staat voor toepassingen waarin verschillende media zoals geluid, beeld (foto en/of video) en andere informatie (tekst, data) worden gebruikt. De term crossmediaal wordt meestal gebruikt voor de slimme inzet van meerdere distributiekkanalen ter versterking van een product of een merk, waarbij de verschillende media deel uitmaken van één verhaal.

<sup>2</sup> Onderzoeksrapport Business requirements and potential bottlenecks for successful new citizen media applications, TNO-ICT, 2007.

Bedrijven krijgen daarmee de kans om deze ‘producerende consumenten’ direct te betrekken bij het ontwikkelen en testen van nieuwe producten en diensten (zgn. *crowd-sourcing, co-creation*). Nederland is door zijn goede ICT-infrastructuur en brede groep actieve gebruikers een goed ‘testlaboratorium’ voor internationale bedrijven die hier meer mee willen doen.

Convergentie kan ook bijdragen aan het vergroten van de culturele diversiteit. Door de sterk toegenomen distributiemogelijkheden zijn artiesten met een traditioneel kleine doelgroep in staat deze doelgroep via nieuwe en goedkopere kanalen te bereiken.

Het nieuwe gebruikersgedrag zet de huidige businessmodellen van de contentproducenten onder druk. Productie en distributie van content was lange tijd uitsluitend voorbehouden aan kapitaalkrachtige partijen zoals uitgeverijen, platenmaatschappijen, omroepen, filmproducenten en distributeurs. Hun businessmodellen zijn veelal aanbodgericht. Door groeiende mogelijkheden van infrastructuur (snelheid en stabiliteit), apparatuur en software (goedkope en ‘open source’ publicatiemogelijkheden) wordt het ook voor andere partijen mogelijk zich op de markt voor productie en distributie te begeven. Het verdienmodel, dat uitgaat van hoge investeringen in productie en gecontroleerde distributie zal de komende jaren onder invloed hiervan de nodige veranderingen kunnen ondergaan. Het handhaven intellectuele eigendomsrechten blijft daarmee onverminderd van belang. In de brieven die het Kabinet recent aan uw Kamer heeft gestuurd zijn actuele vraagstukken op dit gebied aan de orde geweest.<sup>3</sup>

Samenvattend kan gesteld worden dat door convergentie de traditionele marktverhoudingen veranderen. Dat geldt zowel voor de infrastructuur als voor content en diensten zelf. In convergerende markten zullen consumenten voor het afnemen van diensten steeds meer kijken naar de toegevoegde waarde van die diensten zelf en steeds minder naar de infrastructuur waarover ze worden getransporteerd. Dit brengt nieuwe vraagstukken met zich mee voor de concurrentieverhoudingen op de markt voor toegang tot infrastructuur. Dat de consument voortaan beschikt over multifunctionele apparatuur die geschikt is om meerdere diensten te ontvangen en digitale content zelf te reproduceren en te distribueren, levert zowel kansen als bedreigingen op. Het veranderend consumentengedrag geeft een prikkel tot innovatie in sectoren die met hun huidige business- en verdienmodellen van oorsprong gewend zijn aanbodgestuurde diensten in de markt te zetten.

#### **4 Internationale en Europese context**

Convergentie kent een sterk internationale context. De Nederlandse overheid heeft daarbij te maken met internationale en Europese kaders. Deze bepalen in belangrijke mate de beleidsruimte op nationaal niveau. De huidige regelgevende kaders van de Europese Unie voor elektronische communicatie en voor audiovisuele mediadiensten onderkennen het belang van convergentie van netwerken en diensten. Beide regelgevende kaders benadrukken de behoefte aan een concurrerende en innovatieve omgeving.

Er wordt momenteel binnen de Europese Commissie gewerkt aan een nieuw regelgevend kader voor elektronische communicatie<sup>4</sup>. Het Kabinet vindt het belangrijk dat daarbij

<sup>3</sup> Kamerstukken 2006-2007, 24095, nr. 209 en Kamerstukken 2007-2008, 28684, nr. 133

<sup>4</sup> Mededeling van de Commissie van 29 juni 2006: Review of the EU Regulatory Framework for electronic communications networks and services, COM(2006) 334 final

voldoende rekening wordt gehouden met verschillen in nationale omstandigheden en dat flexibiliteit wordt behouden om goed in te kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen zodat innovatie en economische groei worden bevorderd.

De nieuwe Europese richtlijn voor audiovisuele mediadiensten is inmiddels in werking getreden<sup>5</sup>. Met deze richtlijn kan de audiovisuele sector o.a. inspelen op de als gevolg van convergentie veranderende kijkgewoonten. De richtlijn waarborgt dat de gemoderniseerde regels alle audiovisuele mediadiensten bestrijken, ongeacht de gebruikte transmissietechnologie – van traditionele Tv-uitzendingen tot de nieuwe diensten van het type televisie op verzoek. Hierdoor kan de sector in de toekomst beter concurreren. De richtlijn moet eind 2009 in Nederlandse regelgeving geïmplementeerd zijn.

De Commissie werkt tevens aan een voorstel voor een aanbeveling van het Europees Parlement en de Raad inzake creatieve content online<sup>6</sup>. Daarin komen naar verwachting onderwerpen als transparantie en interoperabiliteit van Digital Rights Management technologie, stimulering van innovatieve licentieregelingen op het gebied van audiovisuele werken alsmede legaal dienstenaanbod en piraterij aan de orde.

Daarnaast zijn ook de internationale verdragen en Europese richtlijnen voor het juridisch kader voor auteursrechten en naburige rechten belangrijk. Dit kader is immers een belangrijke pijler voor zowel het innovatie- als het cultuurbeleid in de audiovisuele en creatieve sector.

## **5 Overzicht van acties**

Convergentie is in de eerste plaats een ontwikkeling die autonoom plaatsvindt: marktpartijen, consumenten en overheden worden ermee geconfronteerd en worden 'gedwongen' hun positie te bepalen. Het Kabinet ziet de rol van de overheid in convergerende markten van ICT, telecommunicatie en audiovisuele media dan ook voornamelijk in het creëren van de juiste randvoorwaarden en het wegnemen van belemmeringen om consumenten en bedrijven in staat te stellen de kansen die convergentie biedt te verzilveren.

Om maximaal te kunnen profiteren van de kansen die convergentie biedt moeten consumenten gemakkelijk toegang hebben tot de infrastructuren waarlangs multimediadiensten worden verspreid. Tegelijkertijd moeten ook de markten voor productie en distributie van deze diensten goed functioneren, zodat nieuwe diensten met toegevoegde waarde voor de consument worden ontwikkeld. De gevolgen van convergentie voor de markt en voor consumenten en eventuele overheidsacties die daaruit voortvloeien zijn daarom in de bijlage uitgewerkt langs twee pijlers: 'Convergentie en de markt voor toegang tot internet, telefonie en omroep' en 'Convergentie en innovatie op markten voor productie en distributie van multimediale toepassingen'.

De meeste van deze acties betreffen bestaand beleid – de Kamer is reeds geïnformeerd over deze beleidsinitiatieven. Nog niet eerder toegezegde beleidsinitiatieven worden hieronder toegelicht. Daarna volgt een overzicht van alle acties, zowel bestaande als nieuwe.

---

<sup>5</sup> Richtlijn 2007/65/EG betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten, PB L332/28 van 18.12.2007.

<sup>6</sup> Zie ook de Mededeling inzake creatieve online inhoud in de interne markt, COM(2007)836

### *Netneutraliteit: Open toegang van consumenten tot diensten*

Het huidige beleid voor de sector elektronische communicatie houdt al langere tijd rekening met de effecten van convergentie. Zo is in de Telecommunicatiewet de open toegang tot fysieke infrastructuren geregeld zodat nieuwe partijen kunnen toetreden en uitsluiting door infrastructuurbezitters wordt ingeperkt. Door convergentie is nu een nieuw vraagstuk ontstaan omtrent de positie van aanbieders van toegang. Deze partijen zouden hun positie kunnen gebruiken om content en diensten van concurrenten te blokkeren of discrimineren. De vrees is dat hierdoor 'netneutraliteit' in het geding komt, waardoor open toegang tot diensten en content wordt belemmerd. Dit hoeft vanuit marktwerkingperspectief niet direct een reden te zijn tot ingrijpen zolang toegangverleners transparant zijn over het beleid dat zij voeren op dit punt, en zolang consumenten gemakkelijk kunnen overstappen naar concurrenten. Het Kabinet start een onderzoek naar de transparantie inzake het al dan niet blokkeren of discrimineren van content en diensten. Tevens onderzoekt het Kabinet of en welke verdere maatregelen nodig zijn, in het geval netneutraliteit ernstig wordt geschaad. Overigens wordt het debat over netneutraliteit niet alleen vanuit marktwerkingperspectief gevoerd. Momenteel vindt discussie plaats over de verantwoordelijkheid van internetaanbieders bij de bestrijding van cybercrime op internet. In dat verband wordt ook gesproken over de mogelijkheden tot blokkeren en filteren van onrechtmatige content. De Kamer is hierover apart geïnformeerd.<sup>7</sup>

### *Innovatie in markten voor productie en distributie van content*

Als gevolg van convergentie en digitalisering zijn de markten voor productie en distributie van audiovisuele content volop in beweging. Innovatie en mededinging in deze markten wordt mede gedreven door de manier waarop intellectuele eigendomsrechten worden uitgeoefend en gehandhaafd. Het Kabinet zal daarom in het reeds toegezegde onderzoek naar de wisselwerking tussen het mededingingsrecht en het auteursrecht specifiek aandacht besteden aan de audiovisuele sector.

Het verzilveren van innovatiekansen hangt mede af van de mate waarin content-producenten en -distributeurs erin slagen afspraken over gebruik van auteursrechten te maken. Door de vele manieren waarop content vermarkt kan worden vraagt dit om flexibiliteit in het beheer van rechten. Het Kabinet blijft daarom initiatieven, zoals de Creative Commons licenties die deze flexibiliteit beogen, ondersteunen.

### *Benutting van innovatiepotentieel van consumenten*

De activiteiten van prosumenten zorgen voor veel dynamiek in de audiovisuele media-, de ICT- en de telecomsector. De 'economie van actieve participatie', ook wel open innovatie, "co-creation" of "crowdsourcing" genoemd, heeft gevolgen voor het bedrijfsleven, ook buiten deze sectoren. Dit type innovatie kan een waardevolle aanvulling zijn op 'ouderwetse' productinnovatie: het bedrijfsleven kan de veranderende rol van de eindgebruiker te gelde maken. Het Kabinet zal verkennen of innovatie waarbij consumenten direct betrokken worden extra gestimuleerd kan en moet worden en op welke manier dit het meest effectief kan worden ingevuld, mede naar voorbeeld van vergelijkbare programma's in het buitenland zoals in Denemarken.

## **OVERZICHT VAN ACTIES**

---

<sup>7</sup> Kamerstukken 2007-2008, 28684, nr. 133

<i>Actie</i>	<i>Typering</i>	<i>Departement</i>	<i>Gereed op</i>
--------------	-----------------	--------------------	------------------

### **PIJLER 1**

#### **Wegnemen van overstapdrempels voor de consument**

1. Het Kabinet regelt dat een consument na afloop van een abonnement van een telecom- of programmadienst voor bepaalde tijd, altijd binnen een maand kan opzeggen. Zo wordt stilzwijgende verlenging van contracten wettelijk beperkt.	Kamerstukken EK 30661 A	EZ	Wetgeving na instemming Eerste Kamer medio 2008 effectief
2. Met de CEO's van aanbieders zijn afspraken gemaakt om het wisselen van aanbieder te vereenvoudigen voor consumenten. Vanaf eind 2008 kan de nieuwe aanbieder de overstap voor consumenten regelen.	Lopende zelfregulering	EZ	Eind 2008
3. Het Kabinet blijft overstapdrempels volgen zal er scherp op toezien dat ook bij bundeling van diensten overstap soepel verloopt en keuzevrijheid niet meer dan evenredig wordt aangetast.	Doorlopend volgen	EZ	Voortdurend

#### **Bevorderen van een transparant dienstenaanbod voor de consument**

4. Het Kabinet beziet of de wettelijk vastgelegde indicatoren ten behoeve van transparantie van de kwaliteit van vaste telefonie aanvulling verdienen om deze beter van toepassing te laten zijn op internettelefonie (VoIP), zodat kwaliteitsvergelijkingen van VoIP diensten effectiever worden. Dergelijke indicatoren zouden ook nuttig kunnen zijn voor andere deelmarkten, zoals mobiele telefonie.	Lopend onderzoek	EZ	Begin 2009
5. Het Kabinet onderzoekt samen met vertegenwoordigers van aanbieders, vergelijkingswebsites en consumentenorganisaties mogelijkheden om informatietransparantie van tariefplannen (mobiele telefonie, internet) te verbeteren.	Lopend overleg met marktpartijen	EZ	Eind 2008

#### **Wegnemen van toetredingsdrempels en concurrentiebeperkingen in de markt**

6. Het Kabinet onderzoekt de mogelijkheden tot vergroten van transparantie in het beleid dat aanbieders hebben ten aanzien van netneutraliteit. Het moet voor de consument helder zijn welke content en diensten zij blokkeren dan wel discrimineren.	Nieuw onderzoek wordt opgestart	EZ	Eind 2008
7. Om zich voor te bereiden op marktsituaties waarin netneutraliteit ernstig wordt geschaad, zal het Kabinet (indien uit onderzoek nodig blijkt) zich inspannen om onder het Europese New Regulatory Framework te garanderen dat de bepalingen	Nieuw onderzoek wordt opgestart	EZ	Eind 2008

rondom toegang en interconnectie zo kunnen worden toegepast dat toekomstige problemen vanuit marktwerkingperspectief rondom blokkering en discriminatie van content en diensten kunnen worden aangepakt.			
<b>Garanderen van een minimum en betaalbaar aanbod voor de consument</b>			
8. Het Kabinet beziet, mede in het licht van Europese ontwikkelingen, in hoeverre het opdragen van universele dienstverlening voor telefonie als gevolg van de ontwikkelingen op de telecommunicatiemarkt nog noodzakelijk is. Wanneer er aanleiding bestaat de UD aan te passen zal de Kamer hierover worden bericht.	Doorlopend volgen	EZ	Medio 2008
<b>Garanderen van leveringszekerheid</b>			
9. Het Kabinet maakt gebruikers van telecomdiensten (zoals consumenten en het MKB) bewust van hun afhankelijkheid van infrastructuraanbieders via platforms voor publiek-private samenwerking zoals ECP.NL.	Lopende stimulering van publiek-private samenwerking	EZ	Voortdurend
10. Het Kabinet volgt de marktontwikkelingen en beziet in hoeverre continuïteit in het leveren van diensten gewaarborgd kan worden.	Doorlopend volgen	EZ	Voortdurend
11. Het Kabinet volgt de effectiviteit in ketenleverantie bij gescheiden diensten en infrastructuur en beziet of sprake is van marktfalen. Er loopt een onderzoek in OESO-verband om te bezien hoe de prikkels op dit moment in de keten liggen.	Lopend onderzoek	EZ	Voortdurend

<b>PIJLER 2</b>			
<b>Bescherming en beheer van intellectuele eigendomsrechten in relatie tot nieuwe businessmodellen</b>			
12. Het Kabinet heeft onderzoek uitgezet naar de economische en culturele effecten van digitale distributie van content via internet. De motieven van consumenten worden bij dit onderzoek betrokken. TNO, IVIR en SEO brengen zowel de positieve en negatieve effecten van digitale distributie op de muziek, film en gaming sector in kaart. Hierbij wordt gekeken naar kwaliteit, diversiteit, toegankelijkheid van het aanbod, effecten op innovatie en talentontwikkeling. De onderzoeksresultaten worden dit najaar verwacht.	Lopend onderzoek	OCW en EZ i.s.m. Justitie	Najaar 2008
13. Het Kabinet stimuleert middels publiek-private samenwerking, in het kader van de Nationale Infrastructuur ter bestrijding van Cybercrime (NICC), het ontwikkelen van Notice-and-Take Down procedures. De rol van ISPs bij de bestrijding van auteursrechtelijke inbreuken op internet is	Lopende zelf-regulering	EZ en Justitie	Voortdurend

daarbij een van de aandachtsgebieden.			
14. In het reeds toegezegde onderzoek naar de wisselwerking tussen het mededingingsrecht en het auteursrecht zal specifiek aandacht worden besteed aan de audiovisuele sector. Deze onderzoeksresultaten zullen t.z.t. aan de Kamer worden toegezonden.	Nieuw onderzoek wordt opgestart	EZ	Eind 2008 toegezonden
<b>Stimuleren van nieuwe innovaties waarbij consumenten betrokken worden</b>			
15. Het Kabinet zal verkennen of innovatie waarbij consumenten direct betrokken worden (d.m.v. crowdsourcing, co-creation) extra gestimuleerd kan en moet worden en op welke manier dit het meest effectief kan worden ingevuld, mede naar voorbeeld van vergelijkbare programma's in het buitenland zoals Denemarken.	Nieuwe verkenning wordt opgestart	EZ	Eind 2008 beslissing of aanvullend beleid nodig is

## 6 Samenhang met andere beleidsinitiatieven

Convergentie heeft zoals gezegd grote raakvlakken met andere beleidsterreinen. Hieronder volgt een overzicht van deze terreinen. Hierover bent en wordt u separaat geïnformeerd.

### *Consument*

De Agenda Telecomconsument is een doorlopende agenda van initiatieven om te zorgen dat consumenten goed en tegelijk veilig gebruik kunnen maken van de mogelijkheden die convergentie en de 'Web 2.0'-omgeving bieden. De volgende aangekondigde kabinetsinitiatieven zijn in dat verband van belang.

- Consumenten moeten zich voldoende bewust zijn van de risico's van internetgebruik, bijvoorbeeld op het gebied van beveiliging, privacy en illegale en schadelijke media-uitingen. In het publiek – private samenwerkingsprogramma Digibewust is de nodige aandacht voor diverse doelgroepen van ICT-gebruikers.
- Burgers en consumenten moeten over de kennis en vaardigheden beschikken om zich bewust, kritisch en actief te kunnen bewegen in een samenleving waar media alom zijn. In de ICT-Agenda 2008-2011 die binnenkort aan de Kamer zal worden aangeboden, wordt aangegeven welke maatregelen het Kabinet in dit verband neemt. Daarnaast heeft het Kabinet in april 2008 de Kamer een brief gestuurd inzake Mediawijsheid<sup>8</sup>. Tevens komt het Kabinet met een plan van aanpak voor een betere bescherming van jongeren tegen schadelijke (geweld)beelden in games en films.

### *Toezicht*

Doordat de markten voor telecommunicatie, ICT en audiovisuele media naar elkaar toegroeien rijst de vraag of het toezicht op deze markten gescheiden kan blijven. Er loopt een verkenning naar de inrichting van het toezicht op de elektronische communicatie- en mediemarkt. Bij de verkenning worden niet alleen de ontwikkelingen in beide sectoren, maar ook het nieuwe Europese regelgevende kader, de positie van het

<sup>8</sup> Kamerstuk 2007-2008, 31434, nr. 1, Tweede Kamer



consumententoezicht en een goede benutting van kennis en deskundigheid van toezichthouders betrokken. Over de resultaten van deze verkenning wordt de Kamer voor de zomer van 2009 geïnformeerd.

*Omroepdistributie*

Convergentie heeft ook gevolgen voor de distributie van omroepdiensten. Deze worden beschreven in aan u toegezegde beleidsbrief Omroepdistributie en worden daarom in deze brief buiten beschouwing gelaten.

Bovenstaande biedt een samenhangende agenda waarmee de consument de komende jaren optimaal kan blijven profiteren van de nieuwe mogelijkheden die de veranderende markten voor ICT, telecommunicatie en audiovisuele media met zich meebrengen.