

Vergaderjaar 2009–2010

**31 876**

## **Wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten**

**Nr. 28**

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

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 19 oktober 2009

Tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorstel «Wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten» (31 876), heb ik toegezegd de Kamer nader te informeren over de vraag of het in het debat genoemde voorbeeld van een sportorganisatie aangemerkt dient te worden als «mediadienst» in de zin van de richtlijn.

De specifieke vraag van het lid Atsma was of een organisatie, die als rechthebbende een contract heeft afgesloten met een omroeporganisatie en bepaalt waar camera's staan en wanneer en waar geïnterviewd wordt, als «dienstenaanbieder» onder de mediarijchtlijn valt.

#### **Wanneer is er sprake van een «audiovisuele mediadienst»?**

Een audiovisuele mediadienst (kort gezegd een televisiedienst) in de zin van de richtlijn, moet aan een aantal criteria voldoen:

- het hoofddoel<sup>1</sup> moet het leveren van programma's<sup>2</sup> zijn;
- er is sprake van redactionele verantwoordelijkheid van een dienst-aanbieder;
- het is een economische dienst in de zin van het EG-Verdrag; en
- het moet het karakter van een massamedium<sup>3</sup> hebben.

Aan alle vier de criteria moet worden voldaan om een audiovisuele mediadienst in de zin van de richtlijn te zijn.

#### **Wanneer is er sprake van «redactionele verantwoordelijkheid»?**

In dit verband is ook van belang wat de omschrijving van redactionele verantwoordelijkheid is. Bij redactionele verantwoordelijkheid moet de dienst-aanbieder doorslaggevende invloed uitoefenen op zowel de keuze van de inhoud van de audiovisuele mediadienst als op de wijze van plaatsing. De wijze van plaatsing, via een videocatalogus of een programma-

<sup>1</sup> Voor het bepalen van het hoofddoel spelen de volgende indicatoren een rol: presentatie, herkenbaarheid bij het publiek en de verhouding van het betreffende onderdeel ten opzichte van andere onderdelen van de dienst. Er is geen sprake van hoofddoel als de inhoud van zuiver bijkomstige betekenis is.

<sup>2</sup> Een programma is media-aanbod dat wordt aangeboden via een chronologisch schema of een catalogus.

<sup>3</sup> Er is sprake van massamedia als de mediadienst door het algemene publiek met standaardapparatuur kan worden ontvangen (dus geen «narrowcasting» waarbij de groep ontvangers afgebakend en identificeerbaar is).

schema, moet een toegevoegde waarde verlenen aan de dienst en gaat dus verder dan het één-op-één doorgeven van programma's.

### **Concluderend**

Pas wanneer een (sport)organisatie voldoet aan alle bovengenoemde criteria wordt deze aangemerkt als mediadienst in de zin van de richtlijn. In het voorbeeld van het lid Atsma gaat het om een sportorganisatie die als rechthebbende een contract met een omroeporganisatie heeft afgesloten, waarin onder meer is vastgelegd waar de camera's staan en wanneer en waar geïnterviewd wordt. In dat geval heeft de sportorganisatie weliswaar enige invloed op de inhoud van het programma maar is er nog niet direct sprake van een organisatie die programma's aanbiedt en redactionele verantwoordelijkheid uitoefent. Het is aan het Commissariaat voor de Media om, op grond van de definities in de Mediawet, te bepalen of er in specifieke gevallen sprake is van een audio-visuele mediadienst.

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,  
R. H. A. Plasterk