

LIJST VAN VRAGEN

De vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft een aantal vragen voorgelegd aan de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media over de brief van de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media houdende de **Visie toekomst publiek omroepbestel: waarde voor het publiek**.

De voorzitter van de commissie,
Tellegen

De griffier van de commissie,
La Rocca

Nr	Vraag
1	Heeft u onderzoek laten doen naar de gevolgen van reclamebeperkende maatregelen bij de publieke omroep in Frankrijk en in andere Europese landen?
2	Kunt u aangeven waarom er in Frankrijk voor is gekozen om reclame vanaf 20.00 uur in te perken en waarom u daar niet voor heeft gekozen?
3	Deelt u de opvatting van RTL en Talpa, die zeggen te profiteren van het wegvallen van Ster-inkomsten, en kunt u toelichten waar deze verwachting op is gebaseerd?
4	Wordt het wettelijke maximum voor commerciële tv-zenders verhoogd, met als gevolg dat de kijkers op die zenders nog meer reclame te zien krijgen, of blijft het huidige wettelijke maximum in stand?
5	Verwacht u een prijsstijging voor adverteerders als gevolg van de reclamebeperkende maatregelen? Zo ja, wat is dan volgens u de gemiddelde prijsstijging voor een adverteerder?
6	Is het u bekend dat door afschaffing van reclame voor 20.00 uur het voor veel bedrijven, voornamelijk mkb ¹ -adverteerders, onmogelijk wordt om te adverteren op tv, aangezien de tarieven na 20.00 uur voor kleinere adverteerders te hoog zijn?
7	Is het u bekend dat door het verbod van reclame voor 20.00 uur charitatieve, culturele en maatschappelijk gerichte organisaties geen zendtijd meer kunnen verwerven?
8	Op welke wijze verschilt reclame op de NPO ² onder de huidige wetgeving van commerciële tv-zenders?
9	Kiest u ervoor de publieke omroep meer afhankelijk van de politiek te maken? Zo ja, waarom?
10	Hoe kan de NPO voorkomen dat het transformeren van jeugd- en jongerenzender NPO 3 tot een regionet leidt tot een verdere vergrijzing van de omroep?
11	Kunt u een stand van zaken geven met betrekking tot uw met de sector af te stemmen voorstel voor lagere maxima voor het mediadomein? Aan welk lager maximum denkt u daarbij?
12	Welke experts zijn geraadpleegd bij het berekenen van de inkomstenderving als gevolg van het afschaffen van tv-reclame tot 20.00 uur en online? Is Ster ook bij deze berekening betrokken?
13	Heeft u rekening gehouden met neveneffecten van de maatregelen die een negatieve invloed zullen hebben op de reclame-inkomsten, zoals vermolming van het overgebleven reclameaanbod als gevolg van het wegvallen van de jongerenzender NPO 3? Zo ja, met welke neveneffecten heeft u rekening gehouden en welk effect van inkomstenderving heeft u daarbij vastgesteld? Zo nee, is het waar dat deze effecten kunnen leiden tot een aanzienlijk grotere inkomstenderving dan u heeft berekend?
14	Wat was de omzet van Ster over 2018?
15	In hoeverre had de lange, warme zomer van 2018 effect op de omzet van Ster over 2018?
16	In hoeverre had het ontbreken van Oranje op het wereldkampioenschap voetbal effect op de omzet van Ster over 2018?
17	In hoeverre had de invoering van de AVG ³ in juni 2018 effect op de omzet van Ster over 2018?
18	In hoeverre hadden de slechte luistercijfers van 3FM effect op de omzet van Ster over 2018?
19	In hoeverre had het nieuwe prijsbeleid van Ster in 2018 effect op de omzet van Ster over 2018?
20	Wat is de omzetontwikkeling van Ster over het eerste halfjaar van 2019 en hoe verhoudt deze zich tot die van 2018?
21	Wat is de verwachte afdracht van Ster over 2019 en hoe verhoudt deze zich tot de mediabegroting van 2019 en die over 2018?

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 22 | Als de ontwikkeling zich de rest van dit jaar voorzet, waar komt de afdracht van Ster over 2019 dan op uit? |
| 23 | Hoe is de omzet van Ster verdeeld over de verschillende tv-zenders? |
| 24 | Is het u bekend dat Ster een no-consent-advertisingplatform heeft ontwikkeld, waarmee Ster een vorm van onlineadverteren aanbiedt, waarbij de consument geen onderwerp wordt van profielopbouw of retargeting? |
| 25 | Is het u bekend dat op dit moment 90% van de onlineadvertentie-inkoop bij Ster plaatsvindt op basis van no-consent advertising, waarbij er geen sprake is van gepersonaliseerde reclame? |
| 26 | Kunt u uitleggen wat het versterkte adviesrecht op het concessie-beleidsplan en de prestatieovereenkomst voor het CvO ⁴ inhoudt, en waarin zulks verschilt van de huidige situatie? |
| 27 | Komt, doordat het jaarplan voortaan aan het CvO zal moeten worden voorgelegd, de raad van toezicht door deze verzwarende van diens rol en taken niet feitelijk steeds meer op de stoel van de raad van bestuur te zitten? Wat betekent dit voor de tijdinvestering en de honorering van de leden van de raad van toezicht, en is dit wel doelmatig? |
| 28 | Waarom is de integratie van de activiteiten van Ster een oplossing voor het geconstateerde probleem van een gebrek aan sturing en beheersing van al die andere interne inkomstenbronnen? Welke andere maatregelen acht u daarvoor noodzakelijk? |
| 29 | Is het bekend dat op NPO-websites advertenties voor onlinevideo's gericht op kinderen ouder dan zes jaar enkel op basis van functionele cookies worden uitgeleverd en er dus geen targeting-cookies gebruikt worden en gepersonaliseerde reclame is uitgesloten? In hoeverre heeft u dit terughoudende beleid met betrekking tot kinderen meegewogen bij uw beslissing alle vormen van reclame op online-NPO-kanalen te verbieden? |
| 30 | Hoe denkt u, nu u voorstelt om het toezicht op de naleving van de besluiten van de NPO en op bindende regelingen eenduidig te beleggen bij het Commissariaat voor de Media, te voorkomen dat er nog meer kosten moeten worden gemaakt, omdat er nog een derde partij tijd, geld en energie moet steken in juridische geschillen? |
| 31 | Hebt u kennisgenomen van de aanbevelingen van het visitatierapport? Zo ja, waarom wijdt u in uw brief geen enkele overweging aan het rapport? Zo nee, waarom niet? Kunt u namens de regering per aanbeveling van de commissie een standpunt innemen? |
| 32 | Betekent het reclamevrij maken van online ook dat er bij ondemand-tv niet meer kan worden geadverteerd? Zo ja, welke inkomstenderving heeft dit dan tot gevolg? |
| 33 | Kunt u aangeven of is onderzocht wat de consequenties zijn van de omvorming van het derde net naar NPO Regio voor het bereik onder jongeren? Bent u bekend met de situatie in het Verenigd Koninkrijk, waar het bereik onder jongeren met 18% daalde toen de BBC ⁵ in het Verenigd Koninkrijk zijn derde kanaal met jongeren als kerndoelgroep schrapte? |
| 34 | Op welke wijze verschilt de hoeveelheid reclame op onlinekanalen van NPO van de commerciële onlinekanalen? |
| 35 | Welk percentage van de totale zendtijd van NPO Zapp/Zappelin bestaat uit reclame? |
| 36 | Zendt Ster reclame gericht op volwassenen uit rondom NPO Zapp/Zappelin-content? |

- Nr** **Vraag**
- 37 Wat zijn de gevolgen nu Ster-inkomsten rechtstreeks aan de NPO worden overgemaakt? Heeft dit ook directe gevolgen voor de hoogte van het bedrag dat beschikbaar is voor programmering, programma's of andere budgetten?
- 38 Wat waren de redenen voor Ster om het prijsbeleid in 2018 te veranderen en hoe pakt dit nieuwe prijsbeleid tot op heden uit?
- 39 In hoeverre heeft het nieuwe prijsbeleid de aanwas van nieuwe adverteerders vergroot?
- 40 Zijn er voorafgaand aan het introduceren van het prijsbeleid verschillende scenario's (worstcase- tot en met bestcasescenario's) uitgewerkt?
- 41 Wat was het worstcasescenario waarbij het Ster-bestuur nog steeds voor het beleid zou hebben gekozen? Hoe verhoudt de werkelijkheid zich ten opzichte van het slechtste scenario?
- 42 Heeft u kennisgenomen van het AD-artikel⁶ «Frankrijk heeft al publieke omroep zonder reclame: vooral Google en Facebook profiteren», waarin staat dat in Frankrijk de advertentiegelden ten goede zijn gekomen aan Silicon Valley als gevolg van de Franse «na 20.00 uur reclamevrij»-maatregel? Denkt u dat ook in Nederland de advertentiegelden voornamelijk naar Amerikaanse technologiebedrijven als Facebook en Google zullen wegvloeien? Deelt u de opvatting dat ook in Nederland bijna hoofdzakelijk dergelijke internationale techgiganten zullen profiteren van de reclamebeperkende maatregelen? In hoeverre is dit volgens u in strijd met uw streven naar een sterke Nederlandse mediasector?
- 43 Wat is de status van het marktbrede onderzoek naar kickbacks, kortingen et cetera in de mediabranche, dat u heeft beloofd te doen in het voorjaar van 2019?
- 44 Wordt het onderzoek naar kickbacks, kortingen et cetera in de mediabranche in Nederland branchebreed, dus onder verschillende mediatypen, uitgevoerd?
- 45 Wordt in het onderzoek naar kickbacks ook onderzocht hoe kickbacks in andere Europese landen zijn gereguleerd?
- 46 Kunt u een overzicht geven van het kijktijdaandeel van de regionale omroepen over 2018? Hoe staan deze cijfers in verhouding tot het kijktijdaandeel van NPO 3 over 2018?
- 47 Is het, gegeven het feit dat een gemiddeld wetgevingstraject 2,5 tot 3 jaar in beslag neemt, een reële verwachting dat dit kabinet de wijziging van de Mediawet zal kunnen afronden?
- 48 Wat bedoelt u met «op termijn» als u stelt dat u het noodzakelijk vindt om de afhankelijkheid van reclame af te bouwen en op termijn toe te werken naar een reclamevrije publieke omroep?
- 49 Wat is, gezien het gegeven dat de waardering voor de publieke omroep positief is en de visitatiecommissie positief is, de aanleiding om nu een stelselwijziging bij de NPO door te voeren, terwijl al in 2016 een grootschalige wijziging is toegepast?
- 50 Kunt u aangeven of onderzocht is wat de consequenties zijn van de omvorming van NPO 3 naar NPO Regio voor het bereik onder jongeren?
- 51 Deelt u het belang van het bereiken van jongeren? Is het uw bedoeling dat er meer regionale programmering komt én dat jongeren volwaardig bereikt worden?
- 52 Kunt u schetsen wat het exacte programmabudget voor de publieke omroep is in 2022, rekening houdend met alle genoemde maatregelen uit de visiebrief?

- Nr** **Vraag**
- 53 Hoe verhoudt de keuze om Ster dichter bij de NPO te plaatsen door, ten eerste, de Ster-inkomsten direct af te dragen aan de LPO⁷ en, ten tweede, de activiteiten van Ster en andere inkomstengenererende activiteiten van de landelijke publieke omroep te integreren, zich tot de beweging uit de recent aangenomen Variawet om juist meer afstand te creëren tussen Ster en de LPO?
- 54 Bent u op de hoogte van de publieksonderzoeken over Ster?
- 55 Hoe kan volgens u het beschermen van kwetsbare kunstvormen, wat de NTR altijd tot zijn taak heeft gerekend, geborgd blijven?
- 56 Deelt u de mening dat het voor de maatschappelijke worteling juist goed is dat iedereen zich een lidmaatschap van een omroepvereniging kan veroorloven, dus ook mensen met een zeer laag inkomen?
- 57 Wat zijn de consequenties van minder Ster-reclame voor de onafhankelijke positie van de publieke omroep?
- 58 Wat zijn de te verwachten gevolgen voor de programmering in de avonduren (na 20.00 uur), wanneer enkel reclames na acht uur 's avonds worden uitgezonden?
- 59 Kunt u nader toelichten wat de voordelen zijn om de Ster zijn inkomsten voortaan direct af te laten dragen aan de publieke omroep, en hoe dit zich verhoudt tot het risico op meer volatiliteit?
- 60 Is het de bedoeling dat Ster een integraal onderdeel wordt van de publieke omroep?
- 61 Klopt het dat Ster in 2019 tot en met juni al 11% meer omzet heeft gegenereerd dan in dezelfde periode in 2018? Welke afdracht van Ster verwacht u over 2019, en in hoeverre houdt u er bij deze inschatting rekening mee dat de omzet van Ster tot en met juni 2019 11% hoger is dan in 2018 rond dezelfde tijd?
- 62 Kunt u nader toelichten hoe de verantwoordelijkheid van de Nederlandse Publieke Omroep ten aanzien van programmering zich verhoudt tot het omvormen van het derde net in een vooral op regionaal aanbod gebaseerde programmering?
- 63 Wat verstaat u onder de «passende plek» die dient te worden gevonden voor de experimenteerruimte die verloren gaat als gevolg van de omvorming van het derde net naar NPO Regio?
- 64 Welke gevolgen verwacht u voor het behouden en aantrekken van jongere kijkers wanneer de voor hen bedoelde programma's op NPO 3 onderdeel worden van zenders en kanalen met een bredere benadering en niet expliciet voor kinderen en jongere kijkers? Beschikt u over onderzoek waarin dergelijke gevolgen zijn onderzocht? Zo ja, wilt u dat dan met de Kamer delen?
- 65 Verwacht u dat de publieke omroep een risico loopt met het beperken van de taken van de NTR, aangezien er altijd behoefte aan en noodzaak van een onafhankelijk en niet-identiteitsgebonden perspectief zal blijven?
- 66 Hoe verhoudt de opdracht voor omroepverenigingen om zich meer vanuit hun identiteit en missie te profileren, zich tot de onafhankelijke rol die de NTR speelt? Kunt u in uw antwoord expliciet ingaan op de wijze waarop gewaarborgd blijft dat de NTR zich richt op groepen die niet vertegenwoordigd zijn bij de ledenomroepen, en op het behoud van aandacht voor kwetsbare kunstvormen?
- 67 Hoe verhoudt uw voornemen om de NTR zich scherper te laten positioneren, zich tot de huidige wettelijke taak van de NTR in het kader van de externe openheid?
- 68 In hoeverre staat u ervoor open als de Nederlandse Publieke Omroep in samenwerking met Ster een alternatief plan zou ontwikkelen, waarbij rekening wordt gehouden met voorwaarden ten aanzien van onafhankelijkheid, privacy- en gegevensbescherming en minder commerciële prikkels voor minderjarigen?

- | Nr | Vraag |
|-----------|---|
| 69 | Kunt u op basis van de systematiek van artikel 2.148a van de Mediawet toelichten hoe u bent gekomen tot het geschatte bedrag van 10 miljoen euro per jaar vanaf 2021 als gevolg van indexatie? Welke percentages voor de consumentenprijsindex en de huishoudindexatie zijn daarbij gebruikt? |
| 70 | Wat is de reden om Ster eerst naar de Nederlandse Publieke Omroep te verplaatsen en daarna af te schaffen? Waartoe dient dit? Geeft u hiermee niet een dubbele boodschap af door de Ster-inkomsten rechtsreeks naar de NPO over te maken, temeer daar u ook zegt dat met het overmaken van de inkomsten van Ster naar de NPO, NPO en Ster daardoor een rechtstreeks en gezamenlijk belang hebben? |
| 71 | Bent u bereid om door middel van een aanscherping van de prestatieovereenkomst waarin kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen voor het media-aanbod zijn opgenomen, de publieke omroep te laten stoppen met grote uitgaven aan amusement en livesport? |
| 72 | Wat gaat u doen om onduidelijkheid rondom de kerntaken, zoals het labelen van amusement als (bijvoorbeeld) human interest of human culture, weg te nemen? Ziet u mogelijkheden om het Handboek Financiële Verantwoording (een ministeriële regeling) hiertoe aan te passen? Zo nee, hoe bent u dan bereid dit te doen? |
| 73 | Waarom wordt reeds zo snel na invoering van de mogelijkheid van buitenproducties het minimumaandeel opgehoogd? Welke gegevens laten zien dat deze verhoging noodzakelijk is? |
| 74 | Hoe wordt, onder meer bij een toenemende inzet van buitenproducten, gewaarborgd dat al degenen die werken ten behoeve van de uitvoering van de publieke omroep op gelijk niveau worden betaald voor gelijk werk? |
| 75 | Waaruit blijkt volgens u dat omroepen in de huidige constellatie te weinig betrokkenheid en verantwoordelijkheid voelen bij het uitzetten van de strategische en programmatische koers? Heeft u hierover contact gehad met de Nederlandse Publieke Omroep? |
| 76 | Hoe verhoudt uws inziens het versterkte adviesrecht voor het College van Omroepen zich tot de gewenste slagvaardigheid van de Nederlandse Publieke Omroep om snel op ontwikkelingen in te kunnen spelen? |
| 77 | Heeft u voorbeelden waaruit blijkt dat de raad van bestuur tot nu toe niet-gemotiveerde besluiten heeft genomen bij afwijking van een advies van het College van Omroepen? |
| 78 | Is het waar dat het vertrouwelijk inzichtelijk maken van kosten op programmaniveau alleen gevraagd kan worden als het Commissariaat hiertoe aanleiding ziet in het kader van de aan het Commissariaat toegekende taken? |
| 79 | Waarop baseert u de constatering dat de toezichthoudende rol van de Nederlandse Publieke Omroep de samenwerking binnen het bestel geregeld onder druk zet? Kunt u daarbij inzicht geven in hoeveel zaken er in deze erkenningsperiode bij de rechter speelden? |
| 80 | Verwacht u dat het gewijzigde budget voor de Nederlandse Publieke Omroep leidt tot meer concurrentie op arbeidskosten? Zo ja, op welke manier? Zo nee, op welke manier niet? |
| 81 | Vindt u het onwenselijk om bezuinigingen ten koste te laten gaan van de arbeidsvoorwaarden van omroepmedewerkers? Zo ja, wat kunt u doen om dit te voorkomen? Zo nee, waarom niet? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 82 | Wat zijn de voor- en nadelen om de Mediawet zo aan te passen, dat bij aan- en uitbesteden rekening wordt gehouden met de rechtspositie van medi makers? Op welke wijze kunt u er zorg voor dragen dat de relevante cao ⁸ voor Omroep personeel wordt toegepast en payroll- en zzp-constructies aan banden worden gelegd? |
| 83 | Moet bij aan- en uitbesteden via externe productiebedrijven en producenten door de publieke omroep als voorwaarde opgenomen worden dat er fatsoenlijke arbeidsvoorwaarden gelden, waarbij de cao Omroep personeel de norm is en er recht wordt gedaan aan goed opdrachtgeverschap? Zo ja, hoe wordt dit vastgelegd? Zo nee, waarom niet? |
| 84 | Op welke wijze kunt u er zorg voor dragen dat medewerkers van de Nederlandse Publieke Omroep gelijke arbeidsvoorwaarden, zoals opgenomen in de cao Omroep personeel krijgen en dat er voor zzp'ers een eerlijk tarief wordt gerekend? |
| 85 | Kunt u op detailniveau inzichtelijk maken waar u ruimte ziet in de overhead van de Nederlandse Publieke Omroep om de komende jaren op te bezuinigen? |
| 86 | Hoe draagt u er zorg voor dat meer privaat-publieke samenwerking niet leidt tot meer druk vanuit de commercie op de kwaliteit en onafhankelijkheid van de programma's van de Nederlandse Publieke Omroep en diens makers? |
| 87 | In hoeverre heeft u rekening gehouden met het feit dat door het afschaffen van tv-reclame tot 20.00 uur en onlinereclame, de afhankelijkheid van de NPO van reclame toeneemt, omdat het noodzakelijke reclamegeld voor een sluitende begroting in een klein tijdvak dient te worden verdiend en dit de druk op NPO verhoogt om tussen 20.00 en 24.00 uur commercieel interessante programma's te programmeren? |
| 88 | Hoeveel worden de lidmaatschappen verhoogd? Wordt dit een vaste verhoging of hebben de omroepen de vrijheid om te differentiëren? |
| 89 | Hoe kijkt u aan tegen het waarborgen van continuïteit in het bedienen van (wisselende) groepen door de NTR? |
| 90 | Wordt als uitgangspunt gehanteerd dat de publieke omroep alleen verantwoordelijk is voor sportuitzendingen met een nationaal karakter, en dat er bijvoorbeeld geen sportrechten worden ingekocht voor de Europese voetbalcompetitie? |
| 91 | Wat is precies de nieuwe teldatum voor de nieuwe ledenaantallen van ledenomroepen? Blijft die 31 december 2019? |
| 92 | Onder welke voorwaarden, bijvoorbeeld budgetten, zal de huidige concessie worden verlengd? Wilt u een gedetailleerd antwoord geven op deze vraag? |
| 93 | Kunt u een overzicht geven van wanneer welke maatregelen zullen worden ingevoerd? En van welke onderdelen al voor 1 januari 2021 kunnen ingaan? |
| 94 | Kunt u voorbeelden noemen van maatschappelijke groeperingen die een duidelijke worteling hebben in de samenleving en die volgens u zouden kunnen bijdragen aan legitimatiecriteria voor een publieke omroep? |
| 95 | Wat verstaat u onder «aantoonbare waardering voor het mediaaanbod»? Gaat dat bijvoorbeeld over kijkcijfers? |
| 96 | Worden de nieuwe legitimatiecriteria voor alle omroepen hetzelfde? Zo nee, wie kiest welke criteria er op een bepaalde omroep van toepassing zijn? |
| 97 | Komen de legitimatiecriteria boven op de eis betreffende ledenaantallen? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|---|
| 98 | Blijft de verenigingsvorm als democratische rechtsvorm een vereiste voor omroepen of leidt de zoektocht naar andere bronnen van legitimiteit tot de toelating van andere rechtsvormen? |
| 99 | Hoe wordt ervoor gezorgd dat mensen die minder geld te besteden hebben ook lid kunnen blijven van een publieke omroep? |
| 100 | Waarom is het feit dat iemand zich actief moet aanmelden, een bedrag moet betalen en vaak vele jaren lid blijft niet al voldoende uiting van draagvlak? |
| 101 | Hoe verhoudt de verantwoordelijkheid van de NPO voor het programmeren van de zenders en netten zich tot de maatregel dat er meer ruimte wordt gecreëerd voor regionale programmering van de NPO en dat om die reden, op termijn, het derde net wordt omgevormd tot een kanaal waarvan het zenderprofiel overwegend gericht is op aanbod met een regionaal karakter? |
| 102 | Waar is de € 5,72 per jaar op gebaseerd? Wanneer is dit vastgesteld? Wat zou het zijn geweest als het met de inflatie was meegestegen de afgelopen jaren? |
| 103 | Hoe hoog wordt het nieuwe minimumbedrag? |
| 104 | Kunt u een overzicht geven van de extra opbrengsten bij een nieuw minimumbedrag van 10, 12 en 20 euro? |
| 105 | Hoe vaak moeten omroepen zich verantwoorden in het nieuwe voorstel? |
| 106 | Is het mogelijk dat omroepen aan het einde van de lopende concessieperiode het bestel moeten verlaten omdat zij onvoldoende bijdragen aan de pluriformiteit? Zo nee, waarom niet? |
| 107 | Kunt u toelichten hoe een omroep zich kan profileren als genres als drama en film – immers integraal onderdeel van het media-aanbod – wellicht niet meer in samenwerking met een omroep hoeven te worden ontwikkeld en geproduceerd, maar alleen door een buitenproducent? |
| 108 | Met welke betrokken partijen werkt u het voorstel over het ontwikkelen en maken van programma's met buitenproducenten verder uit? |
| 109 | Waarom stelt u voor om het minimumaandeel externe producties in het totale programmabudget in algemene zin te verhogen van 16,5% naar 25%? Ziet u een gevaar dat dit kan leiden tot een verwatering van het profiel van omroepen? Waarom kiest u ervoor om zo'n groot deel van het publieke budget te reserveren voor commerciële producenten? |
| 110 | Kunt u toelichten hoe u tot de nieuwe budgetverdeling bent gekomen van aspirant-omroepen (0,5), stand-aloneomroepen (1) en samenwerkingsomroepen (1,5)? Waarop is deze gebaseerd? Wat is de huidige verdeelsleutel? |
| 111 | Geldt de nieuwe verdeelsleutel ook voor de totaalbudgetten, of slechts over de garantiebudgetten? Hoe zit het precies met garantiebudget? Blijft dat 50%? |
| 112 | Welke ledeneis wordt een nieuwe omroeporganisatie opgelegd om als aspirant tot het bestel te worden toegelaten nu de ledeneis is verlaagd? |
| 113 | Wat is de gedachte van het toevoegen van het radiobudget aan de grondslag waarover het percentage externe producties moet worden berekend? |
| 114 | Kunt u een overzicht geven van de ledenaantallen van alle omroepen per 31 december 2018 en de trend sinds het vorige telmoment? |
| 115 | Als u vindt dat ledeneisen voor omroepen niet een onmogelijke opgave moeten zijn en geen van de huidige omroepen in de buurt van 150.000 leden zit, wat is dan de reden dat deze grens wordt verlaagd? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|---|
| 116 | Welk voorstel doet u voor de totale hoogte van de garantiebudgetten? |
| 117 | Kunt u de voorgestelde nieuwe verhouding van de verdeling 0,5-1-1,5 in euro's weergeven? Hoe zou zij luiden als zij 0,5-1-2 zou zijn? |
| 118 | Wat betekent de ophoging van het percentage buitenproducten thans in euro's? Wat betekent het schrappen van sport en spel in euro's? |
| 119 | Hoe hoog wordt het percentage voor drama en film? |
| 120 | Op welke wijze wordt getoetst of de aspirant-omroepen, naast de verlaagde ledeneis, de afgelopen periode hun toegevoegde waarde hebben waargemaakt? |
| 121 | Per wanneer geldt het verhoogde percentage buitenproducenten in het totale programmabudget? |
| 122 | Op welke wijze zal gemonitord worden dat het minimumaandeel externe producties in het totale programmabudget van 16,5 naar 25% verhoogd wordt? |
| 123 | Op welke wijze wordt gefaciliteerd dat externe producten via een gezamenlijke coöperatie toegang tot de NPO krijgen? |
| 124 | Is het wenselijk om als overheid nog meer te gaan te sturen op percentages voor specifieke genres? |
| 125 | Kunt u toelichten waarom als argument voor een grotere rol van de buitenproducenten de maatschappelijke worteling van die producenten wordt genoemd, terwijl een groot aantal productiehuisen in handen is van grote (commerciële) buitenlandse partijen – een tendens en invloed die u in de Mediabrief juist zegt te willen terugdringen? |
| 126 | Waarom wordt er gepleit voor één specifiek genre als het gaat om een hoger percentage voor producties bij buitenproducenten bij de genres drama en film? |
| 127 | Wat wilt u precies anders dan in de huidige wetgeving al mogelijk is als u schrijft dat u voor specifieke genres zoals drama en film «de buitenproducenten bovendien, bijvoorbeeld via een gezamenlijke coöperatie of via de NTR, direct toegang tot de NPO wil geven»? |
| 128 | Wat wordt bedoeld met een coöperatie? |
| 129 | Vindt u het nog steeds onwenselijk om het coördinerend orgaan dat het schema bepaalt en de budgetten verdeelt, ook zelf een uitzendlicentie te geven? |
| 130 | Hoe wordt de prioriteit tussen online, lineair of on demand bepaald? Is dat op basis van kijkcijfers of gelden andere criteria? |
| 131 | Wat betekent «nieuwe vorm van programmeren»? Kan dit betekenen dat NPO 1 of NPO 2 op tijdstippen leeg komt te staan omdat op dat moment onlineprogrammering of programmering voor on demand meer draagvlak lijkt te hebben? |
| 132 | Wat wordt precies bedoeld met «kritisch» kijken naar de taak van de NTR? Hoe verhoudt het kritisch kijken naar de taken van de NTR zich tot uw wens om buitenproducenten wellicht via de NTR directe toegang tot de NPO te geven in de genres drama en film? |
| 133 | In hoeverre is uw opvatting dat de publieke omroep jongeren moet bereiken op platforms van derden zoals Facebook Watch en Instagram TV in strijd met het streven om jongeren te beschermen tegen gepersonaliseerde advertentietechnieken? Bent u ermee bekend dat op internationale «video sharing platforms» zoals YouTube royaal gebruik wordt gemaakt van persoonsgegevens en gepersonaliseerde advertentietechnieken? |
| 134 | Op welke manieren onderzoekt u mogelijkheden om makers meer inspraak te geven? |
| 135 | Waarom gaat NTR stoppen met Sesamstraat? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 136 | Wat zijn de eisen om Sesamstraat tot immaterieel erfgoed te verklaren? |
| 137 | Wat komt er voor het geld-op-schemafinancieren in de plaats, nu dit wordt vervangen? |
| 138 | Welke regelgeving werkt momenteel belemmerend voor omroepen om meer gebruik te kunnen maken van onlineprogrammering? Op welke wijze bent u bereid deze ruimte voor online te vergroten? Welk tijdpad heeft u hierbij voor ogen? |
| 139 | Wat wordt bedoeld met «slimmer programmeren» en op welke wijze wordt dit gerealiseerd? |
| 140 | Hoe wilt u de verruiming van de onlineruimte voor omroepen daadwerkelijk realiseren, nu u schrijft dat omroepen meer ruimte moeten krijgen om de herkenbaarheid van de eigen naam en programma's te vergroten, terwijl omroepen momenteel voor de onlinedistributie van omroepprogramma's volledig afhankelijk zijn van de NPO en hier zelf beperkt invloed op hebben? |
| 141 | Wanneer zijn programma's volgens u identiteitsgevoelig en wanneer niet? |
| 142 | Als u vindt dat de publieke omroep jongeren moet bereiken op platforms van derden zoals YouTube (waar op grote schaal reclame wordt gepersonaliseerd op basis van consumentendata), staat dat dan niet haaks op uw streven om jongeren te beschermen tegen gepersonaliseerde advertentietechnieken? |
| 143 | Zijn er binnen de Europese Unie voorbeelden van landen waar de kabelvergoeding door de wet wordt bepaald? Zo ja, hoe ziet dat eruit? Is het afdwingen van zo'n vergoeding in overeenstemming met nationale en Europese regelgeving? Spelen hier nog nationale en Europese mededingingsregels een rol? |
| 144 | Kunt u een overzicht geven van alle bestaande themakanalen, inclusief kosten en bereik? |
| 145 | Wat is de verwachte opbrengst van de externe regulering distributievergoeding? Kunt u hierbij ook aangeven wat de effecten van de verschillende reclamescenario's zijn, en van de invulling van NPO 3? |
| 146 | Geldt de regulering distributievergoeding ook voor de commerciële omroepen? |
| 147 | Hoe gaat u de tegenstrijdigheid tegen dat regels van de NPO de mogelijkheid beperken voor omroepen om jongeren te bereiken, onder andere omdat het beleid van de NPO erop gericht is de bekendheid van het NPO-merk te vergroten, en de mogelijkheid van omroepen om content onder hun eigen merk/titel/presentator uit te serveren wordt beperkt, terwijl jongeren zich hier veel meer aan binden dan aan het NPO-merk? |
| 148 | Kunt u toelichten waarop de verwachting is gebaseerd dat de vergoeding voor de NPO in hoogte zal toenemen, rekening houdend met de gewijzigde distributiemarkt en de komst van bijvoorbeeld 5G, waardoor de positie van in ieder geval de huidige kabelaanbieders zal veranderen? |
| 149 | Bent u bereid de mogelijke daling van inkomsten te compenseren als de externe waardebeoordeling leidt tot een lagere vergoeding? |
| 150 | Hoe kijkt u in dat kader naar de uitwerking van de amusements-toets, waarvan het resultaat nu is dat amusementsprogramma's die met name ouderen bereiken, moeten worden gestopt terwijl deze wel voldoen aan alle andere normen van een publiek programma? |
| 151 | Wat stelt u zich voor als u schrijft dat er mogelijkheden voor omroepen moeten zijn om rechtstreeks te interacteren met het publiek en om ervoor te kiezen om naast het merk «NPO» ook het eigen merk of dat van programmatitels te gebruiken? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 152 | Worden er ook meer mogelijkheden geboden voor niet-Nederlandse mediapartijen om in samenwerking met de Nederlandse publieke omroep Nederlandse content gezamenlijk aan te bieden, of is het de inzet om alleen de samenwerking tussen Nederlandse mediapartijen te versterken? |
| 153 | Hoe verhoudt het plan van meer samenwerking tussen Nederlandse mediabedrijven om gezamenlijk meer Nederlandse content aan te bieden zich tot het huidige experiment waarbij publieke omroepen voor beperkte tijd een licentie kunnen verlenen voor een beperkt aantal titels aan Nederlandse video-ondemanddiensten? Wat is de stand van zaken rond dit experiment? Bent u van plan dit experiment bij een positieve evaluatie voort te zetten? Kunt u een inschatting geven van de verwachte inkomsten voor de publieke omroep als dit experiment wordt voortgezet? |
| 154 | Wat is de stand van zaken rond het overleg tussen publieke en private mediabedrijven over het vergemakkelijken en stimuleren van deze publiek-private samenwerkingen en de toekomst van het Nederlandse medialandschap? |
| 155 | Kunt u een inschatting geven van de verwachte inkomsten voor de NPO als er meer samenwerking tussen publieke en private mediapartijen mogelijk wordt gemaakt? |
| 156 | Hoe ziet u de vernieuwde publiek-private samenwerking voor zich? Wat bent u van plan als de partijen er niet uitkomen? |
| 157 | Wat is de stand van zaken van de publiek-private gesprekken? Hoe vaak zijn er bijeenkomsten geweest? Wanneer kan de Kamer een media-akkoord tegemoet zien? |
| 158 | Welke deadline geeft u aan de partijen om tot een gedragen initiatief tot NLZiet te komen? |
| 159 | Op welke termijn wordt NPO Start Plus aangeboden voor een kostendekkend tarief? |
| 160 | Kunt u verduidelijken op welk moment «het kabinet zelf een knoop [zal] doorhakken» betreffende NLZiet? |
| 161 | Aan welke randvoorwaarden dienen de afspraken voortkomend uit de mediatafels te voldoen? |
| 162 | Op welke termijn verwacht u de wet te wijzigen waarmee de wettelijke taak voor onderzoeksjournalistiek nadrukkelijker vermeld wordt? |
| 163 | Leiden de voornemens om in de wet nadrukkelijker te verhelderen dat de publieke omroep een specifieke taak heeft om (onderzoeks-)journalistieke producties en programmering te verzorgen ertoe dat hiervoor tevens budgetafspraken worden gemaakt met de NPO, bijvoorbeeld in de prestatieovereenkomst? |
| 164 | Als u als doel heeft de consument tegen gepersonaliseerde advertentietechnieken te beschermen, kunt u dan aangegeven waarom u er niet voor heeft gekozen om de verwerking van data voor het personaliseren van advertenties aan banden te leggen, in plaats van alle vormen van onlinereclame te verbieden? |
| 165 | Welke onderzoeken liggen ten grondslag aan uw besluit om kinderen te behoeden voor het zien van reclame? |
| 166 | Kunt u aantonen dat minder reclame een positief effect heeft op kinderen? |
| 167 | Hoeveel minuten kijken kinderen van 1 tot 12 jaar gemiddeld per dag naar de tv-zenders van de NPO? Welk percentage kinderen daarvan kijkt naar Zapp/Zappelin-programma's? |
| 168 | Hoeveel minuten kijken kinderen van 1 tot 12 jaar gemiddeld per dag naar content op websites van de NPO? |
| 169 | Op welke andere manieren worden kinderen dagelijks met reclame geconfronteerd? |

Nr	Vraag
170	Welk percentage van de totale mediaconsumptie van kinderen bestaat uit lineair tv-kijken?
171	Welk percentage van het totaal dat een kind van 1 tot 12 jaar jaarlijks aan tv-commercials kijkt op tv, kijkt een kind naar commercials rondom NPO Zapp/Zappelin?
172	Hoeveel minuten kijkt een kind van 1 tot 12 jaar gemiddeld naar NPO 1 of NPO 2 voor 20.00 uur?
173	Wat is het unieke bereik onder kinderen van 1 tot 12 jaar van Zapp/Zappelin online, en wat is het unieke bereik onder kinderen van 1 tot 12 jaar op YouTube?
174	Bent u bekend met de onder Nederlandse kinderen populaire Chinese kinderapp TikTok, waarin volgens het FD-artikel ⁹ «TikTok draait niet om je vrienden maar om jou» eind 2019 advertenties zullen worden geplaatst? Is het uw streven om kinderen te behoeden voor commerciële invloeden wel realistisch, als men bedenkt dat populaire kinderapps zoals YouTube, Snapchat, TikTok et cetera vol met (gepersonaliseerde) reclame staan?
175	Hoe beoordeelt u het verschil in negatief effect op kinderen bij duidelijk gekenmerkte en aan strikte regels (zoals die van de Nederlandse Reclamecode, Mediawet, Kijkwijzer) gebonden reclame zoals deze bij de publieke omroep te zien is, versus de minder gereguleerde internationale platforms zoals YouTube en Facebook, waar kinderen veelvuldig worden blootgesteld aan reclame?
176	Bent u bekend met de uitgebreide commercie (speelgoed, boeken, kleding, shows et cetera) die Studio100 bedrijft? Hoe verhoudt het uitzenden van dit soort programma's zich tot uw besluit om reclame rondom kinderprogramma's te verbieden?
177	Bent u voornemens om in de wet vast te leggen dat onderzoeksjournalistiek een taak voor de NTR is?
178	Kunt u toelichten waarom Ster direct zou moeten afdragen aan de landelijke publieke omroep? Hoe wordt ervoor gezorgd dat hiervan geen onwenselijk gedragseffect, namelijk commerciële programmeren, uitgaat?
179	Op welke wijze wordt in het kader van de bescherming van minderjarigen gewerkt aan het voorkomen van ongewenste confrontatie met internetporno?
180	Hoe hoog is de rijksmediabijdrage vanaf 2022 tot en met 2025?
181	Hoeveel heeft Ster de laatste 20 jaar afgedragen aan de AMR ¹⁰ ?
182	Hoe is de laatste 20 jaar de besteding van de AMR geweest?
183	Hoe (onder andere wanneer en door wie) vindt besluitvorming plaats over de besteding van de AMR?
184	Wat is de oorzaak van het gegeven, althans volgens de visiebrief, dat de ontwikkeling van de Ster-inkomsten niet meer goed kunnen worden ingeschat? In hoeverre was dit in de afgelopen decennia anders?
185	Hoe heeft u de inkomstenderving van de maatregelen berekend, dus de financiële gevolgen van voor 20.00 uur 's avonds geen reclame meer uitzenden en onlinereclame stopzetten, die door u worden ingeschat op 60 miljoen euro per jaar? Hoe verklaart u het verschil met de berekeningen van Ster dienaangaande, die het in dit kader heeft over 80 tot 90 miljoen euro per jaar?
186	In hoeverre is bij het doorrekenen van de inkomstenderving rekening gehouden met de verklaringen van Ster dat deze over 2019 32 miljoen euro meer verwacht af te dragen dan de 150 miljoen euro waarmee u in de mediabegroting van 2019 rekening houdt? Als dat niet het geval is, waarom niet?

Nr	Vraag
187	Deelt u de verwachting dat het reguleren en verhogen van de distributievergoeding – wat u wilt gaan onderzoeken – hoogstwaarschijnlijk tot gevolg zal hebben dat distributeurs als KPN en Ziggo de abonnementsstarieven van hun klanten zullen verhogen, en dat die hogere kosten voor distributeurs aan de consument zullen worden doorgerekend?
188	Kunt u aangeven met hoeveel geld Ster de afgelopen 30 jaar de Algemene mediareserve heeft gevuld en waaraan de Algemene mediareserve de afgelopen 30 jaar is uitgegeven?
189	Is het aanvullende budget uit de AMR van 4 miljoen euro (2022), 16 miljoen euro (2023) en 17 miljoen euro (2024, 2025) in de tabel een gegeven waar de publieke omroep op kan rekenen? Of betreft dit slechts een inschatting en is er geen sprake van een gegarandeerd budget? Kunt u in het huidige kabinet beslissen over deze middelen, of betreft dit slechts een theoretische mogelijkheid en kan een volgend kabinet vrijelijk over deze middelen beschikken? Is de inschatting correct dat het niet gaat om structurele maar om tijdelijke middelen?
190	Hoe groot zijn de totale reserves van de Nederlandse Publieke Omroep?
191	Wat wordt bedoeld met «Aanvullend budget vanuit de Algemene mediareserve»?
192	Hoe is het wettelijk minimumbudget voor 2021 van 623 miljoen euro tot stand gekomen? Kunt u bevestigen dat dit bedrag gegarandeerd is? Geldt datzelfde voor het genoemde bedrag van 781 miljoen euro?
193	Kunt u, omdat u schrijft dat bezuinigingen kunnen worden gevonden in een bundeling van ondersteunende activiteiten van de NPO en de omroepen zoals techniek, ICT en financiële administratie, aangeven waar u denkt extra ruimte te zien, terwijl het BCG ¹¹ -rapport van afgelopen jaar een maximale bezuinigingsmogelijkheid van 4 miljoen euro op deze post beschrijft?
194	Wat is de oorzaak van de sterke afname van de Ster-inkomsten de afgelopen jaren?
195	Welke periode wordt met «afgelopen jaren» bedoeld en kunt u «fors» kwantificeren?
196	Wat is de oorzaak van de slechte inschatting van de ontwikkeling van de Ster-inkomsten?
197	Is de volatiliteit van de Ster-inkomsten de oorzaak geweest dat de Algemene mediareserve is teruggelopen, of is de Algemene mediareserve voor andere zaken aangewend?
198	Hoe volatiel was de ontwikkeling van de Ster-inkomsten in de afgelopen 30 jaar? Hoe verhoudt deze ontwikkeling zich tot de OCW ¹² -begroting met betrekking tot de reclame-inkomsten?
199	Kunt u aangeven hoeveel u denkt dat er bespaard kan worden in de bundeling van ondersteunende activiteiten van de NPO en de omroepen, zoals techniek, ICT en financiële administratie? Is dat meer of minder dan 4 miljoen euro?
200	Kent u alle rapporten die zijn opgesteld over het potentieel aan bezuinigingen op de overhead bij de landelijke publieke omroep?
201	Hoe bent u gekomen tot een mogelijke kostenverlaging van 42 miljoen euro?
202	Welk deel van de kostenverlaging van 42 miljoen euro verwacht u uit niet-programmakosten te halen? Kunt u dit nader onderbouwen? Mogen wij het BCG-rapport hierover ontvangen?
203	Hoe verhoudt uw opvatting dat data van het publiek nooit gebruikt mag worden om reclame te exploiteren, zich tot de cookies op NPO-websites? Per wanneer stoppen deze?

- | Nr | Vraag |
|-----------|---|
| 204 | Op welke wijze zal de nieuwe prestatieovereenkomst de nieuwe attitude weerspiegelen ten opzichte van reclame, namelijk dat publieke waarden de enige afweging zijn in plaats van kijkcijfers en een minder grote afhankelijkheid van kijkcijfers? |
| 205 | Op welke termijn wordt precies toegewerkt naar een reclamevrije publieke omroep? |
| 206 | In hoeverre is het legitiem om de volatiliteit van de Ster-inkomsten aan te dragen als oorzaak van de bedreiging voor een stabiele financiering, gezien het feit dat in de mediabegroting jaren is uitgegaan van 206 miljoen euro afdracht in even jaren en 199 miljoen euro afdracht in oneven jaren, en dit terwijl dit niet in lijn lag met de realistische afdrachten van Ster, hierdoor de Algemene mediareserve is teruggelopen en er geen ruimte meer is voor tegenvallers? |
| 207 | Hoe werkt het in de praktijk uit als u tegelijkertijd in de diverse scenario's omtrent de uitwerking van een reclamevrije omroep ingaat op een beperking van de onlinereclamemogelijkheden én schrijft dat er naar extra samenwerking en inkomsten moet worden gezocht bij andere spelers? Kan het zijn dat hierdoor onlinekanalen als Facebook en Youtube wel reclame laten zien voor content van de publieke omroep, terwijl de NPO dat niet kan en mag, en er hierdoor dus juist reclame-inkomsten naar grote buitenlandse spelers verdwijnen? |
| 208 | Hoe ziet u het voor zich dat er nadere afspraken gemaakt moeten worden om publiek-private samenwerking te vergemakkelijken en te stimuleren, terwijl u dreigt dat het kabinet zelf een knoop zal doorhakken als betrokken partijen daar niet uitkomen? Welke maatregelen verwacht u hierbij te moeten nemen? |
| 209 | Wat is de inkomstenderving wanneer alleen reclame rondom kinderprogrammering wordt afgeschaft? |
| 210 | Wat is de inkomstenderving wanneer alleen onlinereclame wordt toegestaan zonder dataverwerking? |
| 211 | Is het u bekend dat Ster rondom online-Zappelinprogramma's nooit advertenties plaatst, nooit banners op NPO-websites voor kinderen plaatst, en dat onlineadvertenties van Ster rondom NPO-Zappprogramma's nooit doorklikbaar zijn naar de website van de adverteerder? In hoeverre heeft u dit terughoudende beleid van Ster met betrekking tot kinderen meegewogen bij uw beslissing alle vormen van reclame op online-NPO-kanalen te verbieden? |
| 212 | Betekent het reclamevrij maken van online ook dat bij ondemand-tv niet meer kan worden geadverteerd? Zo ja, welke inkomstenderving heeft dit tot gevolg? |
| 213 | Kunt u aangeven waarom u gekozen heeft voor het wel toestaan van reclame rond sportevenementen, aangezien veel kinderen hiernaar kijken? |
| 214 | Waarom heeft u ervoor gekozen radio – ter bescherming van kinderen – niet tot 20.00 uur reclamevrij te maken? |
| 215 | Hoeveel reclame-inkomsten raamt u voor Ster als televisiereclames worden toegestaan vanaf 18.00 uur in plaats van 20.00 uur? |
| 216 | Waarom heeft u gekozen voor scenario 2, zonder dit volledig te compenseren? |
| 217 | Kunt u een uitsplitsing geven van de verwachte inkomstenderving voor de verschillende scenario's? Welk deel is online, welk deel is kinderprogrammering, welk deel is overige televisie tot 20.00 uur en welk deel zijn grote sportevenementen? |
| 218 | Wat is, los van het gebruik, de inhoudelijke reden om niet vaker te rapporteren over de ontwikkeling van de Ster-inkomsten? Is de volatiliteit gedurende het jaar niet elk jaar hetzelfde? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|---|
| 219 | Wat is de geschatte omzetontwikkeling van Ster in het scenario reclamevrij voor 20.00 uur en online voor de komende vijf jaar? |
| 220 | Hoe komt u aan het bedrag van 60 miljoen euro als het gaat om de inkomstenderving van de maatregelen om voor 20.00 uur geen reclame uit te zenden en de beëindiging van online reclame (scenario 2), terwijl Ster-directeur Volmer spreekt over 80 à 90 miljoen euro? |
| 221 | Hoeveel van de toegezegde extra 15 miljoen euro beschikbare rijksmediabijdrage voor regionale programmering zal worden aangewend voor de pilot rondom streekomroepen? |
| 222 | Zijn de extra 15 miljoen euro beschikbare rijksmediabijdrage voor regionale programmering van structurele aard? |
| 223 | Waarom wordt ervoor gekozen om reclame voor 20.00 uur en online af te schaffen en de inkomstenderving van 60 miljoen euro te compenseren met 40 miljoen euro rijksmediabijdrage, in plaats van jaarlijks, indien nodig, de mediareserve te verhogen met 40 miljoen euro rijksbijdrage en de reclame-inkomsten in stand te houden? |
| 224 | Betekent het reclamevrij maken van online ook dat Ster op YouTube geen NPO-content meer mag exploiteren? Zo ja, welke inkomstenderving heeft dit tot gevolg? |
| 225 | Bent u van mening dat een versterkt adviesrecht voldoende is om de bijdrage van omroepen aan de pluriformiteit te borgen? Wat verandert dit aan de huidige situatie? |
| 226 | Heeft u overwogen het CvO een instemmingsrecht te verlenen op belangrijke strategische documenten? Zo ja, waarom heeft u daar niet voor gekozen? |
| 227 | Hoe ziet u de ideale samenwerking tussen de NPO en omroepen? |
| 228 | Hoe definieert u uw nadrukkelijke wens om programmering uit te sluiten van besparingen? Hoe wordt dit gegarandeerd? Hoe kan de Kamer dit volgen? |
| 229 | Als de NPO verantwoordelijk is voor het reclamebeleid, hoe wordt het voorgestelde scenario dan precies afgedwongen? |
| 230 | Welke «nadere spelregels» moeten voorkomen dat obstructie-macht binnen het CvO en tussen de NPO en het CvO kan plaatsvinden? Op welke termijn en door wie worden deze spelregels vastgesteld? |
| 231 | Als Ster onder de NPO valt en Ster presteert beter dan gedacht, wat betekent dit dan voor de inkomsten? Gaat het overschot dan naar de NPO? Hoe gaat dat in zijn werk? Wat als Ster beneden verwachting presteert? |
| 232 | Waarom stelt u voor het toezicht eenduidig te beleggen bij het Commissariaat, terwijl het de laatste periode onrustig is in de top van het Commissariaat? Op basis waarvan geeft u dit vertrouwen? |
| 233 | Hoe kijkt u aan tegen het gevaar van inhoudelijke beïnvloeding door het CvM ¹³ ? Worden de verhoudingen tussen omroepen en de NPO beïnvloed door de positie van de NPO als bestuursorgaan? Ziet u daar alternatieven voor? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 234 | Is het u bekend dat van de totale jaarlijkse OCW-bijdrage van 8,3 miljoen euro slechts 1,6 miljoen euro voor speelfilm is bestemd? Heeft u, omdat u de filmactiviteiten van CoBO ¹⁴ wilt overdragen aan het Filmfonds, zich gerealiseerd dat de jaarlijkse bijdrage van OCW aan CoBO voornamelijk bestemd is voor projecten als Telefilm, Teledoc en Teledoc Campus en documentaires met impact? Is het u bekend dat deze projecten in nauwe samenwerking met OCW tot stand zijn gekomen, juist om televisie en film samen te laten optrekken in talentontwikkeling, zodat een optimale aansluiting met de praktijk gemaakt wordt en talenten een opstap krijgen naar series, speelfilms en documentaires bij publieke en/of commerciële omroepen? Bent u zich ervan bewust dat door het overdragen van de filmactiviteiten van CoBO aan het Filmfonds een belangrijke springplank voor talent teniet wordt gedaan? |
| 235 | Is het uw intentie om met het overdragen van de filmactiviteiten naar het Filmfonds de financiering voor producenten te vereenvoudigen? Zo ja, ziet u dan wellicht ook andere oplossingen die er niet toe leiden dat er geld wordt overgeheveld van de publieke omroep naar de commerciële filmsector? |
| 236 | Wat rechtvaardigt dat voor de media een lager bedrag zou moeten gelden dan de wettelijke norm? Hoe verhoudt dit zich tot nationale en internationale regelgeving over de vrijheid van ondernemen, contracteren en bescherming tegen onteigening? |
| 237 | Hoe komt het regionale venster op NPO 3 eruit te zien? Wat betekent dat voor de programma's op NPO 3? Wat voor een invloed heeft dat op het kijktijdaandeel? |
| 238 | Mag Ster reclamezendtijd verkopen op Regio 3? |
| 239 | Welke inkomstenderving verwacht u voor Ster als gevolg van het wijzigen van NPO 3 naar Regio 3? |
| 240 | Wat betekenen de plannen voor RPO/ORN ¹⁵ , de organisatie die reclame verkoopt op de regionale zenders? Worden de regionale tv-kanalen ook tot 20.00 uur reclamevrij? Kunt u uw keuze in dezen toelichten? |
| 241 | Wat betekenen de plannen voor de NLPO ¹⁶ , die de programma's op lokale zenders verzorgt? Worden de lokale tv-kanalen ook tot 20.00 uur reclamevrij? Kunt u uw keuze in dezen toelichten? |
| 242 | Worden de websites van regionale en lokale zenders ook reclamevrij? Kunt u uw keuze in dezen toelichten? |
| 243 | Hoe lang verwacht u dat de omvorming van het derde net zal gaan duren? |
| 244 | Wat is precies «overwegend gericht op aanbod met een regionaal karakter»? Aan welk percentage denkt u? |
| 245 | Hoeveel minuten zendtijd kunnen de regionale omroepen, uitgesplitst, momenteel per dag vullen, zonder herhalingen? |
| 246 | Welke technologische obstakels moeten nog overwonnen worden om te komen tot voldoende, relevant en onderscheidend media-aanbod met een regionaal karakter? |
| 247 | Hoe verhouden de extra middelen voor samenwerking tussen regionale en streekomroepen zich tot de reeds bestaande frictiekostenregeling van de regionale omroep, die immers ook voor dit doel kan worden aangewend? Wat is het verschil? |
| 248 | Hoeveel kijkers hebben de regionale omroepen? |
| 249 | Wat is de huidige stand van zaken van de pilot met regionale vensterprogrammering? |
| 250 | Hoe draagt samenwerking tussen regionale en lokale publieke omroepen bij aan de oplossing van de problemen bij de streekomroepen? Is hier een voorbeeld van? |

- | Nr | Vraag |
|-----------|--|
| 251 | Hoe komen de middelen terecht bij de streekomroepen die deze het hardst nodig hebben? Welke zijn dat? Waaraan kunnen zij de middelen besteden? |
| 252 | Wordt met de extra middelen de pilot zoals voorgesteld door de NLPO uitgevoerd? Zo nee, welke onderdelen van dat voorstel worden niet uitgevoerd, en waarom niet? |
| 253 | Heeft u onderzocht wat NPO 3 bijdraagt aan de gehele NPO en de creatieve industrie? Kunt u aangeven op welke wijze deze bijdrage geborgd zal worden? |
| 254 | Op welke wijze wordt gegarandeerd dat kinderprogrammering en experimenteerprogrammering een passende plek behouden? Gaat u dit vastleggen in de wet? |
| 255 | Hoeveel zendtijd blijft behouden voor jeugd- en experimenteerprogrammering op NPO 3? |
| 256 | Welke financiële aspecten worden concreet nog uitgewerkt om te komen tot relevant en onderscheidend media-aanbod met een regionaal karakter? |
| 257 | Op welke termijn zal de omvorming van het derde net tot een kanaal met een zenderprofiel overwegend gericht op aanbod met een regionaal karakter zijn gerealiseerd? |
| 258 | Is het mogelijk dat streekomroepen een venster krijgen op de kanalen van de regionale omroepen, zoals de regio nu een venster heeft bij de landelijke omroepen? |
| 259 | Welk deel van de extra middelen van 15 miljoen euro wordt aangewend voor de pilot rond streekomroepen, conform de motie-Sneller c.s. ¹⁷ ? Waarop is die verdeling gebaseerd? Wat is de status van deze pilot? Waarom duurt het lang voordat de Kamer hierover geïnformeerd wordt? Hoe zijn de streekomroepen c.q. NLPO betrokken bij de uitvoering van deze motie? Wat heeft u nog van hen nodig om tot een goede verdeling te komen? |

¹ mkb: midden- en kleinbedrijf

² NPO: Nederlandse Publieke Omroep

³ AVG: Algemene verordening gegevensbescherming

⁴ CvO: College van Omroepen

⁵ BBC: British Broadcasting Corporation

⁶ AD: Algemeen Dagblad

⁷ LPO: lokale publieke omroepen

⁸ cao: collectieve arbeidsovereenkomst

⁹ FD: Financiële Dagblad

¹⁰ AMR: Algemene mediareserve

¹¹ BCG: Boston Consulting Group

¹² OCW: Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

¹³ CvdM: Commissariaat voor de Media

¹⁴ CoBO: Coproductiefonds Binnenlandse Omroep

¹⁵ RPO: Regionale Publieke Omroep; ORN: Omroep Reclame Nederland

¹⁶ NLPO: Nederlandse Lokale Publieke Omroepen

¹⁷ Kamerstuk 35 000 VIII, nr. 132.