

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

3269

Vragen van het lid **Haverkamp** (CDA) aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *Radio 227* (ingezonden 11 juli 2011).

Antwoord van minister **Van Bijsterveldt-Vliegenthart** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), mede namens de staatssecretaris van Veiligheid en Justitie (ontvangen 10 augustus 2011).

Vraag 1

Bent u bekend met het feit dat Radio 227 (als enige 24/7 40+ easylisteningzender in Nederland waar een kleine 400 000 ouderen op aangewezen waren) sinds 1-1-2011 in het overgrote deel van Nederland niet meer te beluisteren is via de kabel?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Kunt u bevestigen dat een station zoals Radio 227 om te kunnen uitzenden via de kabel bij benadering de volgende kosten moe(s)t maken;

- Buma/Stemra € 15 000,-? Zo nee, welk bedrag dan wel, zo ja wat vindt u van dit bedrag?
- Commissariaat van de Media € 8 120,-? Zo nee, welk bedrag dan wel, zo ja wat vindt u van dit bedrag?
- Sena € 2 500,-? Zo nee, welk bedrag dan wel, zo ja wat vindt u van dit bedrag?
- Reclame Code Commissie € 2 941,-? Zo nee, welk bedrag dan wel, zo ja wat vindt u van dit bedrag?

Antwoord 2

Buma/Stemra gaf mij de volgende informatie. In 2010 konden ongeveer 850 000 kabelabonnees Radio 227 ontvangen. De zender had een gemiddeld muziekgebruik van meer dan 50%, zodat voor Buma voor 2010 de hoogste minimumvergoeding is gefactureerd van € 14 257,05 (excl. BTW). Dat is per abonnee per jaar voor 2010 € 0,0167 en voor 2011 € 0,019. Het door Buma/Stemra voor radio- en televisieomroepen gehanteerde tarief bestaat uit een percentage van de omzet, waarbij het percentage afhankelijk is van de hoeveelheid muziek die wordt gebruikt, met een bepaald minimum. Indien er

¹ <http://www.radio227.nl/>

100% muziek wordt gebruikt, is 10% van de omzet voor Buma. Daarnaast geldt er een minimumtarief dat afhankelijk is van het aantal aansluitingen en het gemiddeld muziekgebruik, hetgeen is uitgewerkt in staffels. Het Commissariaat voor de Media heeft mij als volgt geïnformeerd over de toezichtskosten voor Radio 227. In 2008 was het bedrag € 6 120,-, in 2009 € 8 160,- en in 2010 eveneens € 8 160,-. Deze bedragen zijn gebaseerd op het aantal aangeslotenen in Nederland die het programma kunnen ontvangen (eigen opgave van Radio 227²) en de gemiddelde uitzendduur (in casu 24 uur per dag).

Sena liet mij weten dat Radio 227 de minimumvergoeding van € 2 500,- betaalt. Voor de vaststelling van de minimumvergoeding worden de commerciële inkomsten van een radiostation als uitgangspunt genomen. De minimumvergoeding is in 2004 tot stand gekomen in overleg met de brancheorganisatie van de niet-landelijke radiostations (NLCR). De Stichting Reclame Code gaf mij de volgende informatie. De kosten van Radio 227 voor de aansluiting bij de SRC bedragen voor 2011 € 1 632. Deze kosten zijn gebaseerd op de zendtijd en het bereik van de radiozender. In het begin van dit jaar liet Radio 227 aan de SRC weten dat het bereik van de zender was gedaald naar 155 000 huisaansluitingen. Hiermee valt de zender in de categorie «zendtijd van meer dan 12 uur en een bereik tussen 100 000 – 500 000 aansluitingen». Vorig jaar bedroegen de kosten van Radio 227 voor aansluiting bij de SRC € 2 448,- gebaseerd op een bereik van 500 000 – 1 000 000 aansluitingen.

Uitgezonderd de kosten voor de toezichthouder op de Mediawet (het Commissariaat voor de Media), heeft de overheid geen bemoeienis met de hoogte van de tarieven van bovengenoemde organisaties. Wel wijs ik u op het wetsvoorstel toezicht collectieve beheersorganisatie (Kamerstukken II, 2008–2009, 31 766, nr. 2) waarin wordt voorzien in een onafhankelijke geschillencommissie voor de beslechting van tariefgeschillen. Buma/Stemra en Sena zijn collectief beheersorganisaties³ en de Stichting Reclame Code is een zelfreguleringsorganisatie. Zie voor wat betreft het Commissariaat en de SRC ook het antwoord op vraag 4.

Vraag 3 en 4

Zijn eerder genoemde bedragen gebaseerd op aansluitingen? Zo ja, is het aantal luisteraars niet een betere, maar vooral meer eerlijke, verdeelsleutel? Bent u bereid om de kosten voor het Commissariaat en de Reclame Code Commissie te reduceren? Zo nee, waarom niet? Zo ja, op welke termijn?

Antwoord 3 en 4

De grondslagen van de verschillende tarieven zijn opgenomen in de beantwoording op vraag 2.

Ik merk op dat het Europese Hof van Justitie in de zaak Sena-NOS (HvJEG, 6 februari 2003, C-245/00) het aantal luisteraars als één van de criteria heeft genoemd waaraan de billijkheid van de te betalen vergoeding (het tarief) kan worden getoetst. Dit houdt in dat bij de vaststelling van de billijkheid rekening kan worden gehouden met de daadwerkelijke kijk- en luisterdichtheden. Onder omstandigheden kan het zelfs zo zijn dat het niet gebruiken van het *actual audience* criterium misbruik van machtspositie kan opleveren (Zaak Kanal 4 – TV5, HvJEG, 11 december 2008, C-52/07), met onbillijke tarieven als gevolg (zie ook de nota naar aanleiding van verslag van het wetsvoorstel toezicht cbo's, Kamerstukken II, 2008–2009, 31 766, nr. 7, p. 31).

Met betrekking tot Buma/Stemra het volgende. Buma/Stemra laat weten dat zij, voor het minimaal te betalen bedrag, heeft aangehaakt bij het feit dat het radiosignaal wordt verspreid naar een geactiveerde wandcontactdoos c.q. het aantal abonnees/aansluitingen dat het programma kan ontvangen. Daarnaast

² Radio 227 heeft de volgende informatie aan het Commissariaat voor de Media verschaft: in 2008 was het aantal aangeslotenen die het programma konden ontvangen 787 660, in 2009 1 265 998 en in 2010 1 297 911.

³ Het ligt op de weg van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) om eventueel te beoordelen of de door beheersorganisaties gehanteerde tarieven misbruik van machtspositie vormen in de zin van de Mededingingswet. Het staat partijen vrij om de billijkheid van het tarief ter beoordeling voor te leggen aan de rechter.

is het tarief voor Buma/Stemra gebaseerd op een percentage van de omzet, waarin het aantal luisteraars is verdisconteerd.⁴

Voor Sena verwijs ik naar de overeenstemming die is bereikt met de vereniging van Niet Landelijke Commerciële Radio Omroepen.

Voor wat betreft de Reclame Code Commissie het volgende. De Stichting Reclame Code (waarvan de Reclame Code Commissie onderdeel uitmaakt) is een *zelfreguleringsinstantie* waarbij het reclamemakend bedrijfsleven (adverteerders, reclamebureaus en media) zijn eigen verantwoordelijkheid neemt voor de inhoud en verspreiding van reclame-uitingen. Voor commerciële (en publieke) omroepen die reclame uitzenden is het wel zo dat zij, op grond van de Mediawet 2008, aangesloten dienen te zijn bij de Nederlandse Reclame Code en onder het toezicht van de Stichting Reclame Code vallen. Er is echter geen verdergaande bemoeienis van de overheid met deze zelfreguleringsinstantie, dus ook niet met de tarieven van de Stichting Reclame Code. Bij het Commissariaat voor de Media ligt dat anders. Een commerciële omroep is op grond van de Mediawet 2008 jaarlijks aan het Commissariaat toezichtskosten verschuldigd. Deze toezichtskosten worden berekend volgens een bijlage bij een regeling van de Minister van OCW (Mediaregeling 2008⁵). De berekening van de verschuldigde toezichtskosten is gebaseerd op het aantal huishoudens in Nederland dat het betreffende programma-aanbod van de commerciële omroepinstelling kan ontvangen. Daarbij wordt ook rekening gehouden met de gemiddelde uitzendduur per dag in het betreffende jaar. Momenteel kijkt OCW, samen met het Commissariaat, naar een mogelijke herziening van de toezichtskostenregeling. Dit mede naar aanleiding van bezwaren van commerciële omroepen die weliswaar in potentie een groot deel van de Nederlandse huishoudens kunnen bereiken maar in werkelijkheid slechts een gering bereik of marktaandeel hebben. Zij vinden dat de huidige systematiek onrechtvaardig voor hen uitpakt.

Daarnaast zijn er andere categorieën commerciële programma-aanbieders waarnaar gekeken wordt. Het gaat dan om aanbieders die in Nederland gevestigd zijn maar zich voornamelijk of uitsluitend op het buitenland richten⁶, aanbieders van diensten op aanvraag of aanbieders van programma's die uitsluitend op internet zitten. Het in vraag 3 genoemde criterium van het aantal luisteraars (*«actual audience»*) wordt ook meegenomen in het onderzoek.

Het streven is om de toezichtskostenregeling met ingang van 2012 te hebben aangepast.

⁴ Het aantal luisteraars is namelijk relevant voor de prijs die een omroep kan vragen voor reclamezendtijd en verkochte reclamezendtijd maar weer deel uit van de omzet waarover het percentage wordt geheven.

⁵ Regeling van de Minister van Onderwijs, Cultuur van 18 december 2008, houdende uitvoeringsregels van de Mediawet 2008, Stcrt. 2008, 252.

⁶ Voor deze aanbieders vallen de kosten doorgaans juist erg laag uit omdat de Regeling uitgaat van huishoudens in Nederland die in staat zijn het programma te ontvangen.