

Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2012

Vastgesteld op 20 november 2012 door de Raad van Bestuur van de NPO

Teneinde aan te geven op welke wijze de NPO uitvoering zal geven aan de uit artikel 2.133 Mediawet 2008 (hierna: Mediawet) voortvloeiende bevoegdheid om overeenkomsten ter zake van bepaalde nevenactiviteiten aan het gemeenschappelijke belang van de landelijke publieke mediadienst (hierna: LPMD) te toetsen, is op 9 juni 2009 de Beleidslijn nevenactiviteiten NPO 2009 vastgesteld. Deze beleidslijn is in 2011 vervangen door de Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2011, welke op 15 juli 2011 in werking is getreden.

De Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2012 treedt in werking per 1 december 2012. De Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2011 wordt per 1 december 2012 ingetrokken, met dien verstande dat nevenactiviteiten die voor deze datum worden aangemeld zullen worden beoordeeld aan de hand van de Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2011.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	Inleiding	3
1.1	Relevante bepalingen	5
Hoofdstuk 2	Toets	7
2.1	Welke activiteiten worden getoetst?	7
2.2	Uitgangspunt toets	9
2.3	Nevenactiviteiten Categorie A en registraties evenementen	12
Hoofdstuk 3	Procedure	14
3.1	Uitzonderingen op meldingsplicht	14
3.2	Meldingsprocedure	16
3.3	Toetsingsprocedure	17
3.4	Bezwaar	17
3.5	Evaluatie	18
Bijlage 1	– Vragenlijst	19
Bijlage 2	– Factoren t.b.v. toets aan gemeenschappelijke belang	20

Hoofdstuk 1 Inleiding

Landelijke publieke mediaopdracht

De landelijke publieke mediadienst (hierna: LPMD) heeft als taak de landelijke publieke mediaopdracht, die is omschreven in artikel 2.1 van de Mediawet, uit te voeren. Uit hoofde van de landelijke publieke mediaopdracht wordt media-aanbod op onze aanbodkanalen verspreid via diverse platforms. De landelijke publieke media-instellingen (hierna: media-instellingen) verzorgen de inhoud, het media-aanbod, op deze aanbodkanalen. Voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht, is het de taak van de Stichting Nederlandse Publieke Omroep (hierna te noemen: "NPO") het media-aanbod te coördineren en samenhangend te ordenen op en tussen de aanbodkanalen en deze te verspreiden. De NPO heeft tot taak om te selecteren op welke platforms de aanbodkanalen van de LPMD verspreid worden.

Met het oog op de uitvoering van de publieke mediaopdracht, wordt aan de media-instellingen gevraagd voor voldoende gebruiksrechten te zorgen voor verspreiding, hergebruik en ontsluiting op de aanbodkanalen (artikel 2.55 Mediawet). Welke beschikbaarstelling voor de publieke VOD-aanbodkanalen minimaal gevraagd wordt van de media-instellingen voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht, is vastgelegd in de bindende regeling beschikbaarstelling media-aanbod video on demand, welke tegelijkertijd met de beleidslijn nevenactiviteiten NPO 2012 is vastgesteld, maar in werking treedt op een nader te bepalen tijdstip.

Nevenactiviteit

Naast het verzorgen van media-aanbod in het kader van de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht, is het voor de media-instellingen mogelijk om nevenactiviteiten te verrichten. Nevenactiviteiten zijn *activiteiten, directe of indirecte deelnemingen in rechtspersonen daaronder begrepen, die niet rechtstreeks verband houden met of ten dienste staan van het ter uitvoering van de publieke mediaopdracht verzorgen van media-aanbod, met uitzondering van verenigingsactiviteiten* (art. 2.132 lid 2 Mediawet).

In artikel 2.133 Mediawet is een toetsingsbevoegdheid toegekend aan de NPO met betrekking tot overeenkomsten ter zake van nevenactiviteiten die ertoe strekken om *rechten op en de bekendheid van media-aanbod dat voor de LPMD is verzorgd of daaraan verbonden namen en merken buiten de publieke mediadienst te exploiteren*. De Raad van Bestuur van de NPO (hierna: Raad van Bestuur) is er krachtens de Mediawet toe gehouden voorafgaand aan de geplande uitvoering van de nevenactiviteit na te gaan of deze overeenkomsten in strijd zijn met het gemeenschappelijke belang van de LPMD.

Voor zover hierna in de beleidslijn wordt gesproken over nevenactiviteiten betreft het activiteiten *die ertoe strekken om rechten op en de bekendheid van media-aanbod, dat voor de LPMD is verzorgd, of daaraan verbonden namen en merken buiten de publieke mediadienst te exploiteren* (art. 2.133 Mediawet). Hieronder wordt in ieder geval, maar niet uitsluitend, verstaan het maken van afspraken met derden over het exploiteren c.q. inzetten van programma's, formats, merken, logo's, tunes, vormgeving en presentatoren, bewerkingen, characters en onderdelen van media-aanbod die herleidbaar zijn tot de oorspronkelijke programma's, formats e.d.

Wanneer publiek audiovisueel media-aanbod buiten de aanbodkanalen van de LPMD wordt verspreid, is er sprake van een nevenactiviteit die conform deze beleidslijn getoetst dient te worden, tenzij deze verspreiding valt onder promotie, dit ter beoordeling van de Raad van Bestuur.

De toets van de Raad van Bestuur verschilt inhoudelijk van die van het Commissariaat voor de Media uit artikel 2.132 Mediawet. Het Commissariaat voor de Media toetst of de nevenactiviteit verband houdt met of ten dienste staat van de verwezenlijking van de landelijke publieke mediaopdracht, op marktconforme wijze wordt verricht en kostendekkend is. De Raad van Bestuur gaat na of de overeenkomst ter zake van een nevenactiviteit in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD. Deze toetsingsbevoegdheden bestaan dan ook zelfstandig naast elkaar.

In deze beleidslijn wordt uiteengezet op welke wijze de Raad van Bestuur invulling geeft aan zijn toetsingsbevoegdheid op het gebied van nevenactiviteiten en waaraan een nevenactiviteit moet voldoen om niet in strijd te zijn met het gemeenschappelijke belang van de LPMD. De Raad van Bestuur onderkent dat het voor media-instellingen en producenten van belang kan zijn de mogelijkheid te hebben om het door hen geproduceerde media-aanbod en de daaraan verbonden namen en merken als nevenactiviteit te exploiteren. Echter daarbij moet benadrukt worden dat voor de Raad van Bestuur de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht altijd de prioriteit heeft, nu de uitvoering daarvan de legitimiteit van de LPMD als geheel waarborgt.

In deze beleidsregels zullen allereerst de relevante wettelijke bepalingen en hun achtergronden worden besproken. Daarna wordt in hoofdstuk 2 de toets aan het gemeenschappelijke belang van de LPMD overeenkomstig het voorgaande uitgewerkt. Hoofdstuk 3 bevat de praktische zaken ten aanzien van de meldingsprocedure van nevenactiviteiten bij de Raad van Bestuur.

1.1 Relevante bepalingen

De toetsingsbevoegdheid van het Commissariaat voor de Media is vastgelegd in de volgende bepaling:

Artikel 2.132 Mediawet

1. De publieke media-instellingen mogen alleen na voorafgaande toestemming van het Commissariaat nevenactiviteiten verrichten.

2. Nevenactiviteiten zijn activiteiten, directe of indirecte deelnemingen in rechtspersonen daaronder begrepen, die niet rechtstreeks verband houden met of ten dienste staan van het ter uitvoering van de publieke mediaopdracht verzorgen van media-aanbod, met uitzondering van verenigingsactiviteiten.

3. Toestemming kan alleen worden gegeven als een nevenactiviteit verband houdt met of ten dienste staat van de verwezenlijking van de publieke mediaopdracht, op marktconforme wijze wordt verricht en ten minste kostendekkend is.

De toetsingsbevoegdheid van de Raad van Bestuur van de NPO is vastgelegd in de volgende bepalingen:

Artikel 2.133 Mediawet

Op overeenkomsten ter zake van nevenactiviteiten die er toe strekken om rechten op en de bekendheid van media-aanbod dat voor de landelijke publieke mediadienst is verzorgd of daaraan verbonden namen en merken buiten de publieke mediadienst te exploiteren, zijn de artikelen 2.110 tot en met 2.112 van overeenkomstige toepassing, met dien verstande dat de termijn, bedoeld in artikel 2.111, eerste lid, twee maanden is.

Artikel 2.110 Mediawet

De landelijke publieke media-instellingen sturen een afschrift van een sponsorovereenkomst aan de raad van bestuur:

- a. binnen één week na het tot stand komen daarvan; of*
- b. als het media-aanbod eerder wordt verspreid naar het publiek, vóór laatstgenoemd moment.*

Artikel 2.111 Mediawet

1. Als de raad van bestuur binnen twee weken na ontvangst van het afschrift van de sponsorovereenkomst, of in het geval van artikel 2.110, onderdeel b, vóór de beoogde datum van verspreiding, schriftelijk heeft meegedeeld dat de sponsorovereenkomst in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de landelijke publieke mediadienst, wordt het media-aanbod waarop de overeenkomst betrekking heeft niet verspreid, tenzij de overeenkomst wordt ontbonden of gewijzigd.

2. In het geval de raad van bestuur aanvullende informatie verlangt, moet voor de toepassing van het eerste lid de schriftelijke mededeling zijn gegeven binnen twee weken nadat de aanvullende informatie is ontvangen.

Artikel 2.112 Mediawet

De artikelen 2.110 en 2.111 zijn van overeenkomstige toepassing op de wijziging van een sponsorovereenkomst.

Toelichting wetgever op artikel 2.133 Mediawet (Kamerstuk 2008 Memorie van Toelichting, 31 356, nr. 3, blz. 55)

Het exploiteren van rechten op programma's, namen en merken die voor de publieke mediadienst zijn ontwikkeld behoren ook tot de nevenactiviteiten. Voor deze nevenactiviteiten wordt in artikel 2.135 (Huidig artikel 2.133) geregeld dat de raad van bestuur op dezelfde wijze als bij het aangaan van sponsorcontracten vooraf kan kijken of daarmee niet het belang van de publieke mediadienst wordt geschaad. Zo kan een gestructureerd rechtenbeleid vorm krijgen en wordt bijvoorbeeld «weglekken» van gezichtsbepalende content voorkomen. De procedure is dezelfde als bij het aangaan van sponsorcontracten (artikelen 2.110 tot en met 2.112): omroepen moeten contracten met derden vooraf aan de raad van bestuur zenden. Als de raad van bestuur vindt dat de overeenkomst in strijd komt met het gemeenschappelijk belang van de landelijke publieke omroep, dan kan hij dat aangeven. Is dat het geval, dan moet het contract ontbonden of aangepast worden.

Toelichting wetgever op artikel 2.133 Mediawet (Kamerstuk 2008 Nota n.a.v. het verslag, 31 356, nr. 7, blz. 38)

De goedkeuring van de raad van bestuur voor nevenactiviteiten is vereist wanneer omroepen rechten op programma's, namen en merken die voor de publieke kanalen zijn ontwikkeld buiten het publieke bestel willen exploiteren. De ratio hiervan is dat het hier gaat om rechten, merken en namen die met publieke middelen gefinancierd zijn. De raad van bestuur beoordeelt of dit zodanig gebeurt dat het belang van de publieke omroep als geheel niet wordt geschaad en dat derden, buiten het publieke bestel, bevoordeeld worden.

De exploitatiemogelijkheden van audiovisueel materiaal zijn niet meer beperkt tot de traditionele radio- en televisiekanalen van de publieke omroep. Programmamateriaal wordt tegenwoordig geproduceerd mede met het oog op multimediaal (her)gebruik. Dat is ook voor producenten en anderen buiten de publieke omroep interessant. Bij materiaal dat voor de publieke omroep is geproduceerd berusten de rechten daarvan in steeds meer gevallen niet alleen meer bij de publieke omroepen. Om te voorkomen dat materiaal dat voor de publieke omroep is geproduceerd op een gemakkelijke manier kan verdwijnen waardoor de publieke programmering of de samenwerking en coördinatie binnen de publieke omroep schade oploopt, is er een toets van de raad van bestuur. Deze toets is vooral ook een instrument om een verstandig en afgewogen rechtenbeleid binnen de publieke omroep te ontwikkelen. Dat is een zaak van gemeenschappelijk belang van de publieke omroep die valt onder de verantwoordelijkheid van de raad van bestuur.

Hoofdstuk 2 Toets

In het kader van artikel 2.133 Mediawet dient de Raad van Bestuur na te gaan of voorgenomen nevenactiviteiten van media-instellingen nadelige gevolgen kunnen hebben voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht en derhalve strijd opleveren met het gemeenschappelijke belang van de LPMD. Het is de primaire taak van de landelijke publieke media-instellingen te zorgen voor een optimale uitvoering van de publieke mediaopdracht.

Het is in het belang van alle landelijke publieke media-instellingen en de LPMD als geheel dat nevenactiviteiten de uitvoering van de gezamenlijke mediaopdracht niet op nadelige wijze beïnvloeden. Kenmerkend voor het gemeenschappelijke belang is dat zij de gehele LPMD raakt. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om het behoud van pluriformiteit en het imago, maar ook de doelmatige inzet van publieke middelen behoort hiertoe.

2.1 Welke activiteiten worden getoetst?

De toets van de Raad van Bestuur concentreert zich op de volgende nevenactiviteiten:

- A. Het verkopen of in licentie geven van (delen van) publiek media-aanbod aan bedrijven die zich bezighouden met het (doen) verzorgen van media-aanbod en/of het (doen) aanbieden van een mediadienst en het media-aanbod toegankelijk maken voor het Nederlands publiek;
- B. Het verkopen of in licentie geven van (delen van) media-aanbod aan bedrijven die zich niet primair bezighouden met het verzorgen van media-aanbod en/of het aanbieden van een mediadienst en het media-aanbod toegankelijk maken voor het Nederlands publiek;
- C. Het inzetten of ter beschikking stellen van personeel dat, of expertise die verband houdt met het exploiteren van rechten op en de bekendheid van media-aanbod dat voor de LPMD is verzorgd en de daaraan verbonden namen en merken.

Alleen activiteiten die onder deze drie categorieën vallen, zullen worden getoetst aan het gemeenschappelijke belang van de LPMD, omdat bij het verrichten van deze activiteiten het gemeenschappelijke belang van de LPMD sneller kan worden geraakt dan bij andere nevenactiviteiten, zoals bijvoorbeeld het verstrekken van merklicenties zonder inhoudelijke bemoeienis of het uitgeven van dvd's en cd's.

Wel behoudt de Raad van Bestuur zich het recht voor andere activiteiten nader te toetsen indien de melding hiertoe aanleiding geeft. De Raad van Bestuur zal hier uiterst terughoudend mee omgaan en alleen overgaan tot toetsing, indien de omstandigheden van het geval dit rechtvaardigen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een nevenactiviteit die bestaat uit het verlenen van een licentie aan

een commerciële derde ten behoeve van gebruik in een context die schadelijk is voor het imago en/of afbreuk doet aan de basiswaarden van de LPMD.

Toelichting categorieën

Categorie A

De LPMD geeft uitvoering aan de landelijke publieke mediaopdracht door het verspreiden van media-aanbod dat voldoet aan de vereisten van artikel 2.1 van de Mediawet via zijn aanbodkanalen. Indien door middel van nevenactiviteiten derden in de gelegenheid worden gesteld om vergelijkbare activiteiten te verrichten met publiek media-aanbod en dit toegankelijk te maken voor het Nederlands publiek, kan dit het gemeenschappelijke belang van de LPMD raken. Dit zal bijvoorbeeld het geval zijn als de LPMD zich niet meer kan onderscheiden van andere mediadiensten. De LPMD kan zich alleen onderscheiden wanneer publiek media-aanbod gedurende een bepaalde periode exclusief via aanbodkanalen van de LPMD te zien/beluisteren is in een context die recht doet aan de vereisten uit artikel 2.1 van de Mediawet.

Voorbeelden van activiteiten uit categorie A die worden getoetst:

- Het in licentie geven van (delen van) media-aanbod aan een derde die dit programma aanbiedt in een mediadienst;
- Het in licentie geven van fragmenten, welke verder gaat dan de gebruikelijke praktijk van fragmentenlevering op incidentele basis (zie verder paragraaf 3.1).

Categorie B

Het gemeenschappelijke belang van de LPMD kan ook worden geraakt wanneer er op andere wijze dan via een mediadienst publiek media-aanbod wordt verspreid naar het Nederlands publiek. Deze activiteiten kunnen vergelijkbaar zijn met de activiteiten die de LPMD verricht ter uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht. Ook kunnen zij op een andere manier het gemeenschappelijke belang van de LPMD raken, bijvoorbeeld door het gebruik van publiek media-aanbod of publieke merken in een (uitgesproken) commerciële context.

Voorbeelden van activiteiten uit categorie B die worden getoetst:

- Het in licentie geven van (delen van) media-aanbod ten behoeve van educatief gebruik;
- Het in licentie geven van delen van media-aanbod, zoals muziek of characters ten behoeve van gebruik voor promotionele activiteiten van een derde.

Categorie C

De derde categorie van activiteiten wordt getoetst omdat hierbij personeel en expertise worden ingezet die normaal gesproken zouden worden ingezet voor het uitvoeren van de landelijke publieke mediaopdracht. Door de inzet hiervan ten behoeve van nevenactiviteiten kan de aandacht in de

perceptie van het publiek bij deze activiteiten van de media-instellingen niet (alleen) meer bij de uitvoering van de landelijke publieke media-opdracht komen te liggen.

Voorbeelden van activiteiten uit categorie C die worden getoetst:

- Het inzetten van een bekende presentator voor een debat.
- Het (doen) organiseren van een evenement dat gebaseerd is op media-aanbod dat is verzorgd door een publieke media-instelling, waarbij personeel en/of expertise van de media-instelling wordt ingezet.
- Het deelnemen door de media-instelling in een rechtspersoon die mediadiensten aanbiedt.

2.2 Uitgangspunt toets

De Raad van Bestuur hanteert bij de nevenactiviteitentoets als uitgangspunt dat een nevenactiviteit niet in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, tenzij:

1. de nevenactiviteit **afbreuk** doet aan de **mogelijkheden voor de LPMD om het media-aanbod in te zetten** voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht;
2. de nevenactiviteit leidt tot **vereenzelviging** van derden met de LPMD, en/of;
3. de nevenactiviteit plaatsvindt in een **context die schadelijk is** voor het imago en/of afbreuk doet aan de basiswaarden van de LPMD, en/of;
4. de nevenactiviteit op andere wijze leidt tot **verzwakking** van de LPMD met zijn aanbodkanalen, bijvoorbeeld door versnippering van aanbod en/of afbreuk aan het vermogen van de publieke mediadienst om zich te kunnen onderscheiden.

Om vast te stellen of hiervan sprake is, zal de Raad van Bestuur in ieder geval, voor zover relevant, de factoren uit bijlage 2 in ogenschouw nemen.

Toelichting uitzonderingen op het uitgangspunt

Hieronder worden de definities van bovenstaande vier uitzonderingen op het uitgangspunt gegeven en wordt uiteengezet hoe deze uitzonderingen zich kunnen voordoen bij nevenactiviteiten. Deze toelichting is mede tot stand gekomen naar aanleiding van nevenactiviteiten die tot op heden door de Raad van Bestuur zijn beoordeeld.

Voor een volledig overzicht van de beoordelingen verwijzen wij naar het register, (<http://www.publiekeomroep.nl/organisatie/regelingen>), waar de gemotiveerde beoordelingen van nevenactiviteiten te vinden zijn.

1. Afbreuk mogelijkheden voor de LPMD om het media-aanbod in te zetten

Ter uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht wordt het media-aanbod dat door de landelijke publieke media-instellingen is geproduceerd of aangekocht, verspreid door de NPO via de aanbodkanalen van de LPMD (artikel 2.1, 2.2 en 2.55 tweede lid van de Mediawet). Van afbreuk kan sprake zijn wanneer dit door de nevenactiviteit niet of in mindere mate mogelijk is.

Om uitvoering te kunnen geven aan de publieke mediaopdracht is het van belang dat nevenactiviteiten de mogelijkheden voor verspreiding van media-aanbod in het kader van de landelijke publieke mediaopdracht, de onderscheidende (exclusieve) positie van de LPMD als aanbieder hiervan en de functie van de publieke aanbodkanalen niet inperken.

De Raad van Bestuur bekijkt bij het beoordelen van nevenactiviteiten onder meer of er inbreuk wordt gemaakt op de minimaal vereiste mogelijkheden voor de LPMD om van het media-aanbod gebruik te maken ten behoeve van de landelijke publieke media-opdracht. (artikel 2.55 lid 2 van de Mediawet).

Er kan bij nevenactiviteiten strijd zijn met het gemeenschappelijke belang van de LPMD doordat de onderscheidendheid van de aanbodkanalen van de LPMD ten opzichte van de aanbieder van bijvoorbeeld de mediadienst waarop de nevenactiviteit wordt verricht, vermindert. De LPMD onderscheidt zich door het aanbieden van kwalitatief hoogwaardig media-aanbod. Het is van belang dat dit media-aanbod voor het publiek als zodanig herkenbaar is en vindbaar is bij de LPMD. Wanneer dit media-aanbod tevens op andere plaatsen, dus buiten de aanbodkanalen van de LPMD te zien is, is de LPMD niet meer in staat om zich met dit media-aanbod te onderscheiden. Ten behoeve van de onderscheidendheid moet de LPMD de mogelijkheid hebben om het media-aanbod in ieder geval gedurende het eerste jaar na eerste uitzending enkel via de aanbodkanalen van de LPMD te verspreiden, zodat de LPMD en de publieke media-instelling zich met dit aanbod kunnen affichereren, profileren en onderscheiden. Daarna zijn er -wanneer aan bepaalde voorwaarden wordt voldaan- mogelijkheden om media-aanbod als nevenactiviteit via vod-kanalen van derden te exploiteren (zie verder paragraaf 2.3).

Het gemeenschappelijke belang van de LPMD kan ook worden geraakt wanneer een nevenactiviteit de functie van aanbodkanalen van de LPMD hindert. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer door exploitatie van media-aanbod via een derde, het betreffende media-aanbod niet meer beschikbaar is voor de aanbodkanalen van de LPMD terwijl het publiek, gelet op de publieke mediaopdracht en de functie daarbij van het aanbodkanaal wel beschikbaarheid van het media-aanbod verwacht en mag verwachten.

2. Vereenzelviging

Vereenzelviging houdt in dat een derde aanhaakt bij (het imago en de reputatie van) en profiteert van de associatie met de LPMD door gebruik te maken van merken en/of media-aanbod van de LPMD.

Van vereenzelviging is bijvoorbeeld sprake indien derden door gebruik te maken van media-aanbod dat te zien is (geweest) en is geproduceerd voor de LPMD kunnen profiteren van dit publieke media-aanbod door de associatie met de LPMD. Dit kan bijvoorbeeld doordat het aandeel publiek media-aanbod binnen een mediadienst buiten de LPMD erg groot is of door het gebruik van een merk dat hetzelfde of vergelijkbaar is met één van de merken van de LPMD. Voor de vraag of er sprake is van vereenzelviging kan daarnaast van belang zijn hoe het publiek dit zou kunnen waarnemen. Vereenzelviging zou ook kunnen optreden door het koppelen van een commercieel bedrijf, niet zijnde een mediabedrijf, aan bekende omroepmerken, bijvoorbeeld door het gebruik van publiek media-aanbod of daaraan verbonden namen en merken in een reclamespot.

3. Schadelijke context

Met het begrip context wordt bedoeld de omgeving waarin de nevenactiviteit plaatsvindt. Nevenactiviteiten worden hieraan getoetst om te voorkomen dat imagoschade optreedt door het uitvoeren van nevenactiviteiten.

Niet alleen bij de uitvoering van de wettelijke taakopdracht, maar ook bij het verrichten van nevenactiviteiten zijn de basiswaarden zoals onder meer uitgewerkt in artikel 2.1 van de Mediawet van belang. Dit betekent dat publiek media-aanbod en merken die in de vorm van nevenactiviteiten buiten het publieke domein worden gebruikt, niet in een context terecht mogen komen die afbreuk doet aan deze waarden of aan de merken en het media-aanbod zelf. De integriteit van de landelijke publieke mediadienst en het gemaakte media-aanbod moet boven iedere twijfel verheven zijn. Zo is het bijvoorbeeld niet gewenst dat er commerciële uitingen in of bij het publieke media-aanbod worden geplaatst. Ook doordat een derde wijzigingen kan aanbrengen in het media-aanbod kan de context schadelijk worden. Ook kan het gebruik van publiek media-aanbod of daaraan verbonden namen of merken in een evident commerciële context, zoals een reclameboodschap, afbreuk doen aan het imago, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van de LPMD, waaronder de non-commercialiteit.

4. Verzwakking

Verzwakking houdt in dat de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht op andere wijze wordt gehinderd of bemoeilijkt door het uitvoeren van de nevenactiviteit.

Verzwakking van de LPMD kan bijvoorbeeld optreden wanneer er door het uitvoeren van de nevenactiviteit een mediadienst wordt gecreëerd of ondersteund die concurreert met (één van) de aanbodkanalen van de LPMD. Hierdoor wordt de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht

gehinderd. Van dergelijke concurrentie is bijvoorbeeld sprake wanneer een kanaal van de derde qua inhoud en/of omvang en/of bereik vergelijkbaar is met de aanbodkanalen van de LPMD. Dit kan ook het geval zijn wanneer het kanaal door merkvoering of directe navigatiemogelijkheid gelinkt is met een kanaal dat qua inhoud en/of omvang en/of bereik vergelijkbaar is met de aanbodkanalen van de LPMD.

2.3 Nevenactiviteiten Categorie A en registraties evenementen

Voorwaarden voor nevenactiviteiten Categorie A

Het beschikbaar stellen van media-aanbod aan een mediadienst van een derde, nevenactiviteiten uit categorie A, is toegestaan onder de volgende cumulatieve voorwaarden. Met deze voorwaarden wordt gewaarborgd dat er geen sprake is van één van de vier uitzonderingen op het uitgangspunt dat een nevenactiviteit niet in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD.

1. De betreffende mediadienst van de derde biedt niet hoofdzakelijk publiek media-aanbod aan en lijkt qua naam- en merkvoering niet op (een van de) aanbodkanalen van de LPMD of één van haar merken.
2. Het media-aanbod wordt niet geplaatst in een context die schadelijk is voor het imago van de LPMD.
3. Het betreft media-aanbod dat meer dan 365 dagen geleden voor het eerst is uitgezonden via een lineair algemeen programmakanaal van de LPMD.
4. Het media-aanbod wordt non-exclusief ter beschikking gesteld;
5. De dienst biedt het media-aanbod aan als video-on-demand en is dus geen lineair kanaal of door naam-, merkvoering of andere directe koppeling verbonden aan een lineair kanaal. Het media-aanbod wordt bij het afspelen dus niet automatisch gevolgd door een nieuwe video;
6. Het media-aanbod wordt alleen pay per view (t-vod) aangeboden waarbij de eindgebruiker per transactie rechtstreeks aan de aanbieder een marktconforme vergoeding betaalt;
7. Het media-aanbod zoals aangeleverd door media-instellingen, wordt aan het publiek aangeboden en verkocht zonder toevoegingen, wijzigingen of inkortingen door de dienst of door derden;
8. De betreffende media-dienst of aanbieder biedt op geen enkele wijze constructies aan waarbij derden onder hun eigen naam en/of identiteit het media-aanbod of de dienst met het zich daarin bevindende media-aanbod kunnen aanbieden (bijvoorbeeld via white label constructies);
9. De nevenactiviteit gaat niet ten koste van de beschikbaarheid van het media-aanbod voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht.

Registraties evenementen

Een bijzondere positie is er gecreëerd voor de registratie van evenementen. Wanneer er sprake is van media-aanbod dat bestaat uit de registratie van een evenement, geldt dat het gedurende het evenement mogelijk is om (delen van) deze registratie ook uit te zenden op de website van het betreffende evenement.

Hoofdstuk 3 Procedure

Op basis van de Mediawet dienen media-instellingen alle nevenactiviteiten die vallen onder artikel 2.133 Mediawet vooraf bij de Raad van Bestuur te melden. Uitvoering van een nevenactiviteit zonder dat aan deze meldingsplicht is voldaan zal dan ook strijd met de Mediawet opleveren.

3.1 Uitzonderingen op meldingsplicht

De Raad van Bestuur maakt op deze meldingsplicht een uitzondering voor de volgende activiteiten:

1. Het op incidentele basis verkopen of in licentie geven van programmafragmenten aan mediabedrijven, dat niet verder gaat dan de gebruikelijke praktijk van fragmentenlevering;
2. Het (doen) uitgeven van onverkorte vastleggingen van media-aanbod op fysieke dragers, zoals dvd's en cd's;
3. Het in het kader van een cofinancierings- en of sponsorovereenkomst verlenen van gebruiksrechten van het media-aanbod waarop deze overeenkomsten zien, mits het gaat om kleinschalig, niet-exclusief gebruik met een niet-commercieel doel van een beperkte hoeveelheid mediaaanbod door de cofinancier of sponsor zelf;
4. De verkoop van media-aanbod via de afdeling NPO Sales aan buitenlandse partijen die zich niet primair richten op het Nederlands publiek.

Vanwege de omvang c.q. de frequentie van de activiteiten genoemd onder 1 en 2 behoeven deze activiteiten niet afzonderlijk te worden gemeld. Wel kan de Raad van Bestuur steekproefsgewijs bij een media-instelling een overzicht opvragen van deze nevenactiviteiten.

Deze uitzonderingen laten onverlet de meldingsplicht bij het Commissariaat voor de Media op grond van artikel 2.132 Mediawet.

Toelichting uitzonderingen op de meldingsplicht

1. Fragmenten

De uitzondering heeft betrekking op de gebruikelijke praktijk van levering van fragmenten op incidentele basis. Wanneer de levering van fragmenten aan een bepaalde partij naar zijn aard en omvang meer omvat dan deze omschrijving, dient dit wel te worden aangemeld bij de Raad van Bestuur. Dit is het geval wanneer het gaat om een grote hoeveelheid fragmenten of de levering een structureel karakter heeft. (Zie het oordeel van de Raad van Bestuur inzake NOS - Verlening toestemming aan de Rijksvoorlichtingsdienst voor het gebruik van beeldfragmenten op het RVD

YouTube-kanaal d.d. 25 november 2009.) Ook moet fragmentenlevering worden gemeld indien een fragment voor een specifiek, evident commercieel, doel wordt verstrekt zoals het maken van een reclamespot.

2. Onverkorte vastleggingen op fysieke dragers

Wat betreft de activiteiten bestaande uit *'Het (doen) uitgeven van onverkorte vastleggingen van media-aanbod op fysieke dragers'* benadrukt de Raad van Bestuur dat deze uitzondering op de meldingsplicht alleen geldt indien wordt voldaan aan de volgende twee voorwaarden:

- er is sprake van een onverkorte vastlegging van media-aanbod op fysieke dragers, en
- de exploitatie van media-aanbod vindt plaats nadat het media-aanbod is verspreid via de aanbodkanalen van de LPMD.

Een dergelijke activiteit moet dus wel worden gemeld, indien niet is voldaan aan beide bovenstaande voorwaarden of indien de afspraken mede zien op andere exploitatievormen.

3. Sponsoring en cofinanciering

Overeenkomstig artikel 2.110 Mediawet dienen media-instellingen sponsor- en cofinancieringsovereenkomsten te melden bij de Raad van Bestuur. Hierin worden soms afspraken gemaakt over het verlenen van rechten voor het gebruik van het media-aanbod dat mede mogelijk is gemaakt door de sponsorbijdrage. Deze rechtenverlening levert een nevenactiviteit van de media-instelling op. Voor zover deze afspraken zien op kleinschalig – niet-exclusief – gebruik met een niet-commercieel doel van een beperkte hoeveelheid media-aanbod door de sponsor zelf, geeft de NPO bij toetsing van de sponsorovereenkomst aan dat deze nevenactiviteit niet apart gemeld hoeft te worden.

Dergelijke afspraken worden ook in cofinancieringsovereenkomsten gemaakt. Bij brief van 26 april 2011 is door de Raad van Bestuur aangegeven dat cofinancieringsovereenkomsten niet meer apart, voorafgaand aan het verspreiden van het media-aanbod behoeven te worden gemeld. Voor deze melding kan worden volstaan met het toesturen van de cofinancieringsovereenkomst. Deze melding kan naar nevenactiviteiten@omroep.nl worden gestuurd of naar sponsorovereenkomsten@omroep.nl met de duidelijke vermelding dat het een cofinancieringsovereenkomst betreft waarbij rechten aan de cofinancier worden verleend. Wanneer het gaat om afspraken die zien op kleinschalig – niet-exclusief – gebruik met een niet-commercieel doel van een beperkte hoeveelheid media-aanbod door de cofinancier zelf, zullen deze afspraken niet nader worden getoetst.

4. NPO Sales

De verkoop van media-aanbod via NPO Sales aan buitenlandse partijen die zich niet primair richten op het Nederlandse publiek behoeft niet afzonderlijk gemeld te worden. NPO Sales maakt gebruik van standaardcontracten die waarborgen dat de afspraken in overeenstemming zijn met het uitgangspunt van de nevenactiviteitentoets. De melding vindt plaats door het verstrekken van overzichten door NPO Sales aan de Raad van Bestuur.

3.2 Meldingsprocedure

Alle voorgenomen nevenactiviteiten die niet zijn onder te brengen onder één van de uitzonderingen zoals omschreven in de paragraaf 'Uitzondering op meldingsplicht' dienen te worden gemeld bij de NPO. De melding bestaat uit een korte omschrijving van de activiteit, de relevante overeenkomst(en) en alle overige relevante informatie. Voor nevenactiviteiten in Categorie A dient tevens de vragenlijst uit bijlage 1 van deze Beleidslijn te worden meegestuurd. Na ontvangst van de melding wordt binnen vijf werkdagen een ontvangstbevestiging gestuurd. Indien een melding per gewone post wordt toegestuurd, gaat deze termijn van vijf werkdagen lopen vanaf de dag waarop de melding is binnengekomen en is voorzien van een datumstempel. Overeenkomsten die nog niet ondertekend zijn, worden niet in behandeling genomen, tenzij bij de melding expliciet duidelijk wordt gemaakt dat de overeenkomst niet op essentiële punten zal wijzigen. De media-instelling is overigens ook dan gehouden de definitieve, ondertekende overeenkomst zo spoedig mogelijk toe te zenden. In de ontvangstbevestiging behoudt de Raad van Bestuur zich het recht voor alsnog tot toetsing over te gaan, indien de activiteit in de definitieve, ondertekende overeenkomst afwijkt van de melding en de wijzigingen daartoe aanleiding geven. In dat geval wordt de gewijzigde overeenkomst als nieuwe melding aangemerkt.

Tevens zal de Raad van Bestuur de media-instelling in de ontvangstbevestiging laten weten of de melding aanleiding geeft tot een nader onderzoek door de Raad van Bestuur conform artikel 2.133 Mediawet. Bij het uitblijven van een aankondiging tot nader onderzoek mag de media-instelling ervan uitgaan dat de gemelde nevenactiviteit niet strijdig is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD.

Nevenactiviteiten kunnen als volgt worden gemeld bij de Raad van Bestuur:

- per gewone post: NPO, t.a.v. de Raad van Bestuur, Postbus 26444, 1202 JJ Hilversum;
- per e-mail: nevenactiviteiten@omroep.nl.

Ten behoeve van een snelle afhandeling verzoeken wij de media-instellingen de meldingen per e-mail te verrichten.

3.3 Toetsingsprocedure

Indien de Raad van Bestuur van oordeel is dat de gemelde nevenactiviteit in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, moet hij dit binnen twee maanden na melding schriftelijk mededelen. Er zal zoveel mogelijk getracht worden binnen een kortere termijn deze toets te verrichten. In dat kader is het van belang dat de media-instelling bij de melding alle benodigde informatie verstrekt, waaronder in ieder geval de relevante ondertekende overeenkomst(en) en, indien het activiteiten uit categorie A betreft, tevens de vragenlijst en alle overige informatie die naar het oordeel van de media-instelling dienstig kan zijn aan de beoordeling door de Raad van Bestuur.

In het geval de Raad van Bestuur aanvullende informatie bij de media-instelling opvraagt, is de omroep gehouden deze informatie zo snel mogelijk te verstrekken. De termijn van twee maanden gaat pas lopen na ontvangst van deze aanvullende informatie (artikel 2.133 jo. 2. 111 tweede lid Mediawet). De Raad van Bestuur zal trachten, wanneer aanvullende informatie verlangd wordt, deze zo spoedig mogelijk na de melding op te vragen.

Indien de Raad van Bestuur dit nodig acht, kan de omroep worden uitgenodigd voor een gesprek om de activiteit toe te lichten.

Indien de Raad van Bestuur binnen twee maanden na melding van de nevenactiviteit schriftelijk heeft meegedeeld dat de nevenactiviteit in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, mag de nevenactiviteit niet worden verricht.

De Raad van Bestuur houdt een openbaar register Nevenactiviteiten bij waarin elke getoetste nevenactiviteit wordt opgenomen. Vindplaats: <http://www.publiekeomroep.nl/organisatie/regelingen>.

3.4 Bezwaar

Nu de toets van nevenactiviteiten in de Mediawet zodanig is geformuleerd dat een media-instelling de activiteit mag verrichten, tenzij de Raad van Bestuur binnen twee maanden mededeelt dat de activiteit in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, zal een media-instelling de activiteit mogen verrichten wanneer zij na het verstrijken van deze periode niets van de Raad van Bestuur verneemt. Er wordt ernaar gestreefd de nevenactiviteitentoets binnen die termijn te verrichten, om zo spoedig mogelijk duidelijkheid te verschaffen over de vraag of de activiteit kan worden uitgevoerd. De (media)wettelijke systematiek biedt geen ruimte voor een positief besluit betreffende een nevenactiviteit. Dit betekent dat een oordeel van de Raad van Bestuur dat de activiteit niet in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, dan ook niet is gericht op rechtsgevolg en daarom

niet kan worden aangemerkt als een besluit in de zin van artikel 1:3 van de Algemene Wet Bestuursrecht (Awb). Hiertegen staat dan ook geen bezwaar en beroep open.

Indien de Raad van Bestuur oordeelt dat de gemelde nevenactiviteit in strijd is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD, is er wel sprake van een handeling gericht op rechtsgevolg en daarmee van een besluit in de zin van artikel 1:3 Awb. Dit geldt eveneens in het geval de nevenactiviteit niet in strijd met het gemeenschappelijke belang wordt bevonden, maar er bepaalde voorwaarden aan dit oordeel worden verbonden. Bij een dergelijk oordeel zal de media- instelling erop worden gewezen dat er sprake is van een besluit in de zin van de Awb en dat het mogelijk is tegen het besluit een bezwaarschrift in te dienen, als bedoeld in artikel 7:1 Awb. De bezwaarschriftprocedure is uitgewerkt in het Reglement Bezwaarschriften Publieke Omroep, vastgesteld op 12 januari 2010.

3.5 Evaluatie

De Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO 2012 kan worden geëvalueerd.

Bijlage 1 – Vragenlijst

In te vullen door media-instellingen

Deze vragenlijst wordt ingevuld voor meldingen van nevenactiviteiten die vallen onder de volgende categorie en wordt bij de melding meegezonden:

- A. Het verkopen of in licentie geven van (delen van) publiek media-aanbod aan bedrijven die zich bezighouden met het verzorgen van media-aanbod en/of het aanbieden van een mediadienst en het media-aanbod toegankelijk maken voor het Nederlands publiek;*

De vragen verwijzen naar de vereisten voor nevenactiviteiten in deze categorie. Indien mogelijk, is verwijzing naar artikelnummers van de bij de melding overgelegde overeenkomst voldoende.

1. Biedt de betreffende mediadienst van de derde hoofdzakelijk publiek media-aanbod aan en lijkt deze qua naam- en merkvoering niet op (een van de) aanbodkanalen van de LPMD of één van haar merken?
2. Wordt media-aanbod geplaatst in een context die schadelijk is voor het imago van de LPMD?
3. Betreft het media-aanbod dat minder dan 365 dagen geleden voor het eerst is uitgezonden via een lineair algemeen programmakanaal van de LPMD?
4. Wordt het media-aanbod exclusief ter beschikking gesteld?
5. Biedt de dienst het media-aanbod aan als video-on-demand?
6. Wordt het media-aanbod alleen pay per view (t-vod) aangeboden waarbij de eindgebruiker per transactie rechtstreeks aan de aanbieder een marktconforme vergoeding betaalt?
7. Wordt het media-aanbod zoals aangeleverd door media-instellingen, aan het publiek aangeboden en verkocht met toevoegingen, wijzigingen of inkortingen door de dienst of door derden?
8. Biedt de betreffende mediadienst of aanbieder op enigerlei wijze constructies aan waarbij derden onder hun eigen naam en/of identiteit de dienst met het zich daarin bevindende media-aanbod kunnen aanbieden (white label constructies)?
9. Gaat de nevenactiviteit ten kosten van de beschikbaarheid van het media-aanbod voor de uitvoering van de landelijke publieke mediaopdracht?

Bijlage 2 – Factoren t.b.v. toets aan gemeenschappelijke belang

Na te lopen door de Raad van Bestuur

Dit zijn de factoren waarmee de Raad van Bestuur in ieder geval rekening houdt bij de beoordeling of een nevenactiviteit al dan niet strijdig is met het gemeenschappelijke belang van de LPMD. Het betreft derhalve vragen die de Raad van Bestuur naloopt in het kader van de toets. De media-instellingen hoeven deze dus niet te beantwoorden, maar maakt voor de media-instellingen inzichtelijk welke factoren van belang zijn voor de toets.

- a) Is het media-aanbod waarop de nevenactiviteit betrekking heeft beschikbaar voor de uitvoering van de landelijke publieke media-opdracht?
- b) In welke mate wordt gebruik gemaakt van het imago en/of de goodwill van de media-instelling?
 - a. worden er sterke merken van de media-instelling gebruikt?
 - b. is er betrokkenheid van gezichtsbepalende presentatoren, personages of andere medewerkers van de media-instelling?
- c) Gaat het om een structurele/langlopende activiteit c.q. gebruik?
- d) Is er sprake van exclusief gebruik door de wederpartij en/of een exclusieve samenwerking?
- e) Wat is de aard en maatschappelijke status van de wederpartij? Is het aanbieden van een mediadienst een hoofdactiviteit van deze partij?
- f) Zijn er partijen binnen de publieke mediadienst waarmee samenwerking mogelijk is met het oog op uitvoering van de activiteit? Zo ja, zijn deze partijen door de media-instelling benaderd? Zo nee, waarom niet?
- g) Hoe belangrijk is de bijdrage van de media-instelling voor het bedrijf?
 - a. Is de omvang van de bijdrage van de landelijke publieke media-instelling(en) in verhouding tot het overige aanbod van het bedrijf aanzienlijk?
 - b. Is de waarde van de bijdrage van de media-instelling aanzienlijk?
- h) Zijn er meerdere publieke media-instellingen van plan om media-aanbod aan deze partij ter beschikking te stellen?