

STAP
T.a.v. Ir. W.E. van Dalen
Postbus 8181
3503 RD UTRECHT

O N D E R
O N S O R
L T U U R
N E T E M
S C H A P

Den Haag

Ons kenmerk

Uw brief van

Uw kenmerk

22 DEC. 2008

MLB/JZ/90.527

19 november 2008

2008.139 ew

Onderwerp

Implementatie AVMD-Richtlijn in de Mediawet

Geachte heer Van Dalen,

Hartelijk dank voor bovengenoemde brief. In uw brief verzoekt u mij artikel 15 van de gewijzigde EU Richtlijn "Televisie zonder grenzen" (de Audiovisuele Mediadiensten richtlijn) te implementeren in de Mediawet. Verder informeert u mij over de klachtenprocedure bij de Stichting Reclamecode rondom een televisiecommercial. Naar aanleiding van uw brief het volgende.

1. Implementatie van de AMVD richtlijn

U wijst op artikel 15 van de huidige richtlijn "Televisie zonder Grenzen" dat in Nederland is geïmplementeerd door zelfregulering, namelijk de Nederlandse Reclame Code. Dat is juist. Het uitgangspunt van mediaregulering is dat inhoudelijke (reclame)normen via zelfregulering worden geïmplementeerd. Voor dit uitgangspunt is gekozen vanuit het principe dat de overheid zo weinig mogelijk bemoeienis heeft met het *inhoudelijke* toezicht op concrete/individuele media-uitingen.

In de Audiovisuele Mediadiensten Richtlijn (AVMD-Richtlijn) is artikel 15 niet gewijzigd ten opzichte van de Televisierichtlijn. Ik zie daarom geen aanleiding om in de implementatiewet van de AVMD-Richtlijn op dit punt iets op te nemen. Echter in een ander wetsvoorstel, namelijk het voorstel voor een nieuwe Mediawet (waarover volgende week in de Eerste Kamer wordt gestemd) is wel een nieuwe regeling ten aanzien van de *uitzendtijden* van alcoholreclame opgenomen. Deze regeling vloeit voort uit het Coalitieakkoord en bevat een verbod voor alcoholreclame tussen 06.00 en 21.00 uur op radio en televisie. Met deze regeling voegt Nederland zich bij de meerderheid van de EU-lidstaten met een (gedeeltelijk) verbod op alcoholreclame.

2. De Europese Commissie

U kondigt aan naar de Europese Commissie (en het Europese Hof van Justitie) te gaan naar aanleiding van een uitspraak van de Reclame Code Commissie over een televisiecommercial van Heineken. U acht

MLB/JZ/90.527

de betreffende commercial in strijd met artikel 15 van de AVMD-Richtlijn en wijst daarbij in algemene zin op de beperkingen van zelfregulering (Nederlandse Reclame Code en de Stichting Reclame Code).

De Europese Commissie houdt toezicht op de correcte naleving van EU Richtlijnen en heeft vanuit die rol, zoals u bekend, al twee keer onderzoek gedaan naar de implementatie van artikel 15 van de AMVD-Richtlijn in de Nederlandse regelgeving. Zij deed dit naar aanleiding van klachten van STAP. In beide gevallen liet de Europese Commissie aan Nederland weten twijfels te hebben over de correcte naleving van artikel 15 van de Richtlijn. De Nederlandse autoriteiten hebben de Commissie, naar aanleiding van het eerste informatieverzoek in 2003, uitgebreid geïnformeerd over de zelfreguleringsystematiek van de Nederlandse Reclame Code en de Stichting Reclame Code (met de Mediawettelijke aansluitplicht voor omroepen en de overeenkomst tussen omroepen en de Stichting Alcoholreclame waarin zij zich verbinden aan de uitspraken van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep).

Dit onderzoek is door de Europese Commissie gesloten op basis van de conclusie dat de klachten van STAP ongegrond zijn omdat de implementatie door Nederland van artikel 15 van de betreffende Richtlijn "geschikt, voldoende en doeltreffend is om de doelen van de richtlijnbevestiging te bereiken" (ik verwijs naar de brief van de Commissie van 17 november 2003 gericht aan STAP en in kopie gezonden aan de Nederlandse autoriteiten).

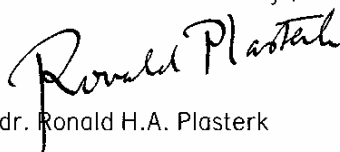
De Europese Commissie is dit jaar een tweede onderzoek gestart naar aanleiding van het door STAP aan haar toegezonden rapport '*Alcoholreclame aangeklaagd*'. Hierop hebben de Nederlandse autoriteiten gereageerd in een brief van 18 februari jl. Daarin is naar de conclusie in bovengenoemd onderzoek uit 2003 verwezen en is de Commissie geïnformeerd over de verdergaande bepaling in het wetvoorstel voor de nieuwe Mediawet (het gedeeltelijk alcoholreclameverbod). Daarbij is ook de achtergrond van de bepaling toegelicht (doelstelling van volksgezondheid/ontmoediging van alcoholgebruik onder jongeren).

Directoraat-Generaal 'Informatiemaatschappij en Media' van de Europese Commissie heeft Nederland bij brief van 15 april 2008 laten weten dat het, naar aanleiding van de door Nederlandse verschaft informatie, "niet van plan is om aan de Commissie voor te stellen in dit dossier een inbreukprocedure ten opzichte van Nederland te starten". Tot op heden is inderdaad in dit dossier niets meer van de Commissie vernomen.

Ik hoop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,



dr. Ronald H.A. Plasterk