

Bezorgdheid over mediarichtlijn EU

De Europese richtlijn 'Audio-visuele mediadiensten' bevat veel onduidelijkheden en veroorzaakt onrust. **MEDIA**

Het wetsvoorstel dat ervoor moet zorgen dat de EU-richtlijn in de Mediawet wordt opgenomen, heeft volgens advocaat **Marieke Neervoort** van Solv Advocaten grote gevolgen voor de mediabranche. Uit onderzoek dat het advocatenkantoor gisteren heeft gepresenteerd blijkt dat de reikwijdte een van de knelpunten oplevert. Voorheen gold de Mediawet namelijk uitsluitend voor traditionele omroepen. Straks gaat hij ook gelden voor on-demand diensten. Daaronder worden diensten verstaan zoals UPC die aanbiedt, maar ook filmpjes en tv-programma's die via internet opgevraagd kunnen worden. Neervoort: 'Dat betekent dat websites die filmpjes bieden in sommige gevallen ook

aan de Mediawet moeten gaan voldoen, alsof ze een omroep zijn. De regels worden in één klap naar nieuwe-mediabedrijven doorgetrokken. Dit veroorzaakt opschudding en bezorgdheid in de markt.'

ONDERSCHIED Een tweede punt van zorg betreft het onderscheid tussen lineaire en non-lineaire uitzendingen, oftewel traditionele broadcasting en on-demand. 'Het wetsvoorstel gaat ervan uit dat het onderscheid altijd duidelijk is, maar dat is niet zo. Wat te denken van een tv-uitzending met rode-knop-optie, waarbij de kijker informatie, reclame of een stemapplicatie te zien krijgt? Een on-demand element in een gewone tv-uitzending: is dat nu lineair of non-lineair?'

Voor non-lineaire diensten gelden minder strenge reclameregels. 'Veel respondenten vrezen dat media-aanbieders gaan proberen zoveel



Marieke Neervoort

mogelijk content non-lineair aan te bieden, om onder het zwaardere reclameregime uit te komen.'

RECLAMETIJD De richtlijn introduceert daarnaast het begrip 'redactionele verantwoordelijkheid'. Dit is essentieel bij de vraag of een aanbieder aan de richtlijn moet voldoen. Ook dat begrip levert volgens Neervoort problemen op: 'Als je een site hebt met user-generated content, maak je de filmpjes niet zelf, maar maak je misschien wel

een selectie. Heb je dan wel of geen redactionele verantwoordelijkheid?' Tot slot voorziet Neervoort moeilijkheden met de gedetailleerde regels omtrent reclame, sponsoring en productplacement. 'Op tv mag maximaal 20 procent van de uitzendtijd uit reclame bestaan. Maar als bij televisie-uitzendingen via internet een banner boven de player te zien is, hoe meet je dan het percentage reclametijd?'

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap kon desgevraagd niet inhoudelijk reageren.

De Europese richtlijn 'Audiovisuele mediadiensten zonder grenzen' moet uiterlijk eind 2009 worden geïmplementeerd in de Nederlandse Mediawet, die op 1 januari in werking trad. Daarvoor ligt nu een wetsvoorstel bij de Tweede Kamer.

www.solv.nl

<http://tinyurl.com/mediarichtlijn>

Adformatie



Bezorgdheid over mediarichtlijn EU

De Europese richtlijn 'Audiovisuele mediadiensten zonder grenzen' moet uiterlijk eind 2009 worden geïmplementeerd in de Nederlandse Mediawet, die op 1 januari in werking trad. Daarvoor ligt nu een wetsvoorstel bij de Tweede Kamer.

www.solv.nl
http://tinyurl.com/mediarichtlijn

Other news snippets and advertisements from the page, including a large image of a person's face and various text blocks.