



Regionale Publieke Omroep

Handleiding Regionale Mediaraad



Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	De regionale mediaraad In de Mediawet	4
3	De regionale mediaraad Positie, representativiteit en profiel	5
4	De regionale mediaraad In de praktijk	7
5	Verantwoording	10
6	Modelreglement regionale mediaraad	12
	Bijlage 1 Relevante wetteksten (MW2008)	19
	Bijlage 2 Richtlijnen voor een verslag van de regionale mediaraad	24
	Bijlage 3 Voornemens van rpmi's in het concessiebeleidsplan (cbp) 2017-2025 www.liefdevoorderegio.nl .	26

1 Inleiding

Regionale publieke media-instellingen (rpmi's) hechten zeer aan regionale binding. De regionale mediaraad vervult daarin een belangrijke rol. In het concessiebeleidsplan 'Liefde voor de regio' (cbp) verwoorden de rpmi's het belang van de regionale mediaraden.

De regionale mediaraad is de naam voor het representatieve statutaire orgaan dat iedere regionale omroep heeft en dat het media-aanbod beleid bepaalt. De wettelijke bepaling voor dit orgaan is gelijk gebleven. De rpmi's hebben in het cbp wel de ambitie uitgesproken om de verantwoording door de regionale mediaraad te versterken. Om de regionale mediaraden daarbij te ondersteunen is deze Handreiking geschreven. De handreiking is gebaseerd op de Handreiking PBO die is opgesteld door de regionale omroepen in ROOS-verband na afstemming met het Commissariaat voor de Media. In deze nieuwe handreiking, die de naam Handleiding regionale mediaraden, heeft gekregen, zijn de voornemens van de rpmi's die verwoord zijn in het cbp en de RPO begroting verwerkt. De rpmi's blijven individueel verantwoordelijk voor hun beleid ten aanzien van de regionale mediaraad. Deze Handleiding is bedoeld om meer eenheid in beleid te stimuleren.

De Stichting Omroep Limburg draagt de verzorging van het media-aanbod op aan de bedrijven van L1. Door deze constructie zijn er soms afwijkende situaties. Dat neemt niet weg, dat op hoofdlijnen en qua intentie in Limburg hetzelfde geldt als in de overige provincies.

2 De regionale mediaraad

In de Mediawet

Voor aanwijzing als regionale publieke media-instelling (regionale omroep) komen rechtspersonen naar Nederlands recht in aanmerking nadat Provinciale Staten heeft geadviseerd over de vraag of de instelling voldoet aan de mediawettelijke vereisten. Een aanwijzing als regionale omroep wordt steeds voor vijf jaar verstrekt.

Om een aanwijzing als regionale omroep te krijgen, dienen Provinciale Staten het Commissariaat voor de Media te adviseren over de vraag of de instelling voldoet aan de eisen die Mediawet artikel 2.61 lid 2 stelt. Daarin is bepaald dat voor aanwijzing slechts instellingen in aanmerking komen die:

- a. rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid zijn;
- b. zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel stellen het op regionaal respectievelijk lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in een provincie, een gemeente of een deel van de provincie waarop de instelling zich richt leven, en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen; en
- c. volgens de statuten een orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt en dat representatief is voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie of gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.

In de praktijk is de rechtspersoon die de aanwijzing krijgt een stichting. Het bestuur van de stichting is verantwoordelijk voor het functioneren van de media-instelling. Onderdeel van de media-instelling is het orgaan dat het media-aanbod bepaalt (de regionale mediaraad). De regionale mediaraad valt dus onder de verantwoordelijkheid van het bestuur van de stichting.

De provincie bewaakt formeel de representativiteit van de regionale mediaraad. Bij de aanwijzing van de organisatie heeft de provincie hierover dus advies uitgebracht. Het Commissariaat voor de Media kan de provincie ook tussentijds vragen om advies uit te brengen, bijvoorbeeld als er twijfel bestaat over de representativiteit van de regionale mediaraad.

Op basis van de wet heeft de provincie dus een bewakende en geen bepalende taak gekregen als het gaat om de representativiteit van de regionale mediaraad. Een beslissende taak van de provincie bij de benoeming kan in strijd zijn met de programmatische onafhankelijkheid van de omroep. Als daar toch voor wordt gekozen, is het aan te raden om dit vooraf voor te leggen voor advies aan het Commissariaat voor de Media. De artikelen van de Mediawet zijn opgenomen in bijlage 2.

3 De regionale mediaraad

Positie, representativiteit en profiel

De regionale mediaraad heeft binnen de regionale omroep een eigen positie en taak. In de Mediawet is deze taak vastgelegd als het bepalen van het media-aanbodbeleid. Verder is in de wet vastgelegd dat het orgaan representatief is voor belangrijke stromingen in het verzorgingsgebied van de omroep.

Positie

De regionale mediaraad is een statutair orgaan van de omroep. *Het interne aanspreekpunt voor de regionale mediaraad voor het media-aanbodbeleid, is de hoofdredacteur, of de functionaris die de redactionele onafhankelijkheid bewaakt.* De regionale mediaraad is onafhankelijk van andere organen binnen de omroep en onafhankelijk van commerciële en overheidsinvloeden.

Het lidmaatschap van de regionale mediaraad is dus niet verenigbaar met een lidmaatschap van landelijke of provinciale overheidsbesturen, zoals de Kamers der Staten Generaal, College van Provinciale of Gedeputeerde Staten. Dat geldt ook voor een betrekking bij een ministerie, of de provincie. Tenslotte is het mediaraadslidmaatschap niet verenigbaar met een bestuurslidmaatschap of dienstbetrekking bij een commerciële of publieke omroep. Dit betekent onder meer dat mediaraadsliden geen leden kunnen zijn van het bestuur of raad van toezicht en niet werkzaam kunnen zijn bij de rpmi waarvoor ze mediaraadslid zijn. ^[1]

In het bijgevoegde modelreglement dat samen met het Commissariaat voor de Media is opgesteld wordt 9 als minimum aantal leden vastgesteld. Over het algemeen hebben de regionale mediaraaden 9 tot 15 leden.

Representatief

De leden van de regionale mediaraad zijn representatief voor de hoofdstromingen die genoemd zijn in de Mediawet (artikel 2.61 lid 2.c.). Dat betekent representatief voor de belangrijkste maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen die in het verzorgingsgebied voorkomen. Over het algemeen zijn de volgende stromingen vertegenwoordigd:

- Agrariërs
- Kunst en Cultuur
- Levensbeschouwelijke groeperingen
- Natuur en Milieu
- Onderwijs en Educatie
- Recreatie en Toerisme
- Sport
- Welzijn en Zorg
- Gehandicapten
- Werkgevers/Ondernemers
- Werknemers

Deze stromingen zijn geen voorschrift. Per omroep kan rekening houdend met het verzorgingsgebied vastgesteld worden welke maatschappelijke groeperingen belangrijk zijn voor een representatieve samenstelling.

Naast de vertegenwoordiging van deze stromingen is in het cbp opgenomen dat de rpmi's streven naar een bredere representativiteit. "De leden vormen daarom zoveel mogelijk een representatieve afspiegeling van de inwoners van de regio. Het gaat daarbij zowel om representativiteit vanuit het maatschappelijke achterveld, als vanuit de geografische spreiding en de doelgroepen van het mediaaanbod in de desbetreffende regio. Het bewaken van deze representativiteit in een regio ligt in handen van de regionale mediaraad zelf." (cpb, p. 23)

Bij de samenstelling van de mediaraad kan daarom tevens gekeken worden naar een afspiegeling naar leeftijd, man/vrouw, etnisch culturele achtergrond en spreiding over de regio. Dit kunnen kenmerken zijn die meegenomen worden in het profiel van een raadslid. Bij sommige rpmi's zijn jongeren, ouderen, culturele minderheden of vrouwen als aparte stromingen vertegenwoordigd.

Profiel

De leden van de regionale mediaraad kunnen op verschillende wijze geworven worden. De twee meest voorkomende manieren zijn: afvaardiging via vooraf aangewezen organisaties en een open werving via advertenties. Een andere wijze is dat de leden zelf nieuwe leden zoeken binnen hun sector.

Bij de eerste manier wordt de representativiteit gewaarborgd door organisaties aan te wijzen die deel uitmaken van een van de gewenste stromingen. In het tweede geval wordt bij de werving aangegeven aan welke eisen de kandidaten dienen te voldoen. Belangrijke kenmerken zijn dat zij door ervaring en werkzaamheden aantoonbare kennis hebben van de stroming, een goede band met de stroming hebben en ook bekend zijn als representant van de stroming en benaderbaar zijn door mensen en organisaties.

Van de leden wordt naast kennis van een stroming ook verwacht dat zij de missie en de programmatische uitgangspunten van de rpmi onderschrijven, zich inzetten voor het algemeen belang van de rpmi en opereren zonder last en ruggespraak.

De kwalificaties kunnen opgenomen worden in een profiel van (nieuwe) leden. Deze profielen kunnen zowel gebruikt worden bij de werving van leden via advertenties als bij de afvaardiging via organisaties. In dat laatste geval kunnen de organisaties die leden aanwijzen rekening houden met de gewenste kwalificaties.

Verschillende omroepen voeren een selectie- of intakegesprek met aspirant nieuwe leden. De gesprekken worden gevoerd door bijvoorbeeld de hoofdredacteur, bestuurder en voorzitter mediaraad (Omroep Zeeland) ofwel 3 leden van de regionale mediaraad (Omroep West), ofwel hoofdredacteur en voorzitter mediaraad met een voordracht aan de directeur/bestuurder (RTV Noord).

Het bewaken van deze representativiteit in een regio blijft uiteindelijk een verantwoordelijkheid van de bestuurder, ook als het in handen is gelegd van de regionale mediaraad, zoals in het CBP is verwoord. De bestuurder van de rpmi blijft verantwoordelijk voor het voldoen aan de mediawet en is erop aanspreekbaar.

[1] Bij L1 is de situatie iets anders omdat er een scheiding is tussen de aangewezen rpmi (de Stichting Omroep Limburg) en het uitvoerende bedrijf (L1). De regionale mediaraad valt onder het bestuur van Stichting Omroep Limburg. Het lidmaatschap is onverenigbaar met het lidmaatschap van bestuur van Stichting Omroep Limburg, de directie, de Raad van Commissarissen of medewerker van L1.

4 De regionale mediaraad

In de praktijk

“De regionale publieke omroepen beloven iedere regio een betrouwbare journalistieke basisvoorziening met informatie, cultuur en educatie. Een voor iedereen en altijd bereikbare basisvoorziening; een spilfunctie in de ontwikkeling van de journalistiek en het cultuurdragerschap in de regio. Het vertalen van de journalistieke basisvoorziening in een concreet programmaschema is de taak van iedere individuele regionale omroep, waarbij de regionale mediaraad het programmabeleid vaststelt en de financiële mogelijkheden per publieke media-instelling een rol spelen.” (cbp, p. 19, 20)

De regionale mediaraad vergadert in de regel 4 keer per jaar met uitzonderingen naar beneden (3 maal per jaar) en uitzonderingen naar boven (6 maal per jaar). In het bijgevoegde modelreglement is de ondergrens vastgelegd op 3 vergaderingen per jaar. Minder vergaderingen kan de continuïteit en de betrokkenheid bij de omroep schaden.

Vergadercyclus

Over het algemeen is de vergadercyclus als volgt:

- vaststelling media-aanbodbeleid komende seizoen (bijv. najaar)
- bespreken maatschappelijke trends op lange termijn (bijv. winter)
- evalueren programmering aan de hand van het media-aanbodbeleid (bijv. voorjaar)
- brainstorm/klankbord sessie over specifiek programmacategorie (bijv. zomer)

Hoe werkt een regionale mediaraad?

Het kader voor de regionale mediaraad zijn de publieke media-opdracht, de programmavoorschriften uit de Mediawet en de voornemens van de rpmi's zoals vastgelegd in het cbp 'Liefde voor de regio'. De betreffende artikelen uit de Mediawet zijn in de bijlage 1 opgenomen. Het meerjarenbeleid van de omroep wordt vertaald naar de begroting voor het komende en de daarop volgende 4 jaar. Deze begroting van de rpmi dient afgestemd te zijn op de RPO begroting (MW. art 2.170 lid 4). Bijlage 3 bevat de afspraken uit het cbp.

Het cbp, het meerjarenbeleid, de missie en programmatische uitgangspunten van de omroep vormen het kader voor de regionale mediaraad bij de jaarlijkse vaststelling van het media-aanbodbeleid.

Vaststelling en de evaluatie van het gevoerde programmabeleid

Voorafgaand aan ieder jaar wordt het media-aanbodbeleid van een rpmi door de regionale mediaraad vastgesteld (bepaald). De hoofdredactie van de regionale omroep bereidt het media-aanbodbeleid voor.

Het bestuur is verantwoordelijk voor het functioneren van de rpmi en daarom wordt het vastgestelde beleid ter accordering voorgelegd aan het bestuur, dat toetst of het beleid binnen de afspraken van het cbp en de begroting (financiële kaders) valt. Het accorderen door het bestuur kan vooraf of achteraf gebeuren, afhankelijk van de procedure waar een rpmi voor kiest.

In de praktijk is het beleid voordat het voorgelegd wordt aan de regionale mediaraad vastgesteld door het MT, of Dagelijks Bestuur van de omroep, dus door de directeur en hoofdredacteur. De directeur is bij veel omroepen ook de bestuurder.

Een enkele omroep heeft ervoor gekozen dat de bestuurder het beleid voorlegt aan de regionale mediaraad. Een punt van aandacht is in hoeverre dit past bij de bewaking van de redactionele onafhankelijkheid, een taak die de hoofdredacteur heeft of een daarvoor aangewezen functionaris van de omroep.

De hoofdredactie van de omroep geeft uitvoering aan het beleid door dit te vertalen in een programmering en een aanbod op diverse kanalen. Het aanbod wordt jaarlijks geëvalueerd door de regionale mediaraad om te bezien of het uitvoering geeft aan het media-aanbodbeleid.

Participatie en consultatie

Bij een aantal regionale mediaraaden is een speciale vergadering/bijeenkomst gewijd aan consultatie of onderzoek. Het doel hiervan voor de mediaraad en de omroep is dat men breed geïnformeerd wordt over de wensen, de ideeën en de ontwikkelingen van een bepaalde sector en de band met hen versterkt.

In het cbp is een paragraaf gewijd aan het inzetten van participatie en consultatie om de rol van de regionale mediaraad te versterken.

“De wijze waarop via online en mobiele kanalen contact met het publiek wordt aangegaan, kent kansen voor onderzoek en participatie die de rol van de regionale mediaraad verder kan versterken. Zo wordt het in de toekomst mogelijk om de regionale mediaraad niet langer vertegenwoordigd, maar participatief vorm te geven. Ook fysieke ontmoetingen bieden kansen voor participatie. De regionale omroepen gaan hier gericht aan werken, bijvoorbeeld door consultaties te organiseren rondom specifieke aandachtsgebieden in een regio. Dat kan bijvoorbeeld gaan om cultuur, minderheden, natuur & milieu en jongeren. Bij consultaties gaat het publiek het online of fysieke gesprek aan met journalisten. De regionale mediaraad is dan toehoorder en kan de uitkomsten gebruiken bij de uitvoering van zijn taken. Hetzelfde geldt voor de uitkomsten van het jaarlijks in opdracht van de regionale omroepen uit te voeren kwalitatief sectoronderzoek.” (cbp, p. 23,24)

Publieksparticipatie via online en mobiele kanalen

In het cbp is dus verwoord dat publieksparticipatie via online en mobiele kanalen ingezet wordt voor de regionale mediaraad.

Omroepen denken onder meer aan de inzet van publiekspanels. De regionale mediaraad van Omroep Zeeland wil bijvoorbeeld leden van het panel van die omroep uitnodigen om het beleid door te spreken en dat te gebruiken voor de evaluatie.

Onderzoek

Jaarlijks onderzoeken de rpmi's en de RPO gezamenlijk het bereik, de waardering en de beoordeling van de waarden van de rpmi's. De uitkomsten uit dit sectoronderzoek kan de omroep voorleggen aan de regionale mediaraad voor de uitvoering van zijn taak. Rpmi's kunnen tevens aanvullend onderzoek doen dat gebruikt kan worden voor de regionale mediaraad.

Bijeenkomsten

Een voorbeeld van consultatie zijn de Arenabijeenkomsten die de Stichting Omroep Limburg organiseert voor L1. De Arenabijeenkomsten hebben tot doel om het debat aan te gaan met representanten van maatschappelijke stromingen over de regionale omroep; te achterhalen of het media-aanbodbeleid voldoet aan wensen/verwachtingen en om verantwoording af te leggen. In de inleiding is reeds gewezen op de bijzondere positie van Stichting Omroep Limburg waar de mediaraad is onder gebracht in een aparte stichting.

RTV Oost heeft in samenwerking met het Trendbureau Overijssel een eerste bijeenkomst met 30 Overijselaars georganiseerd in 2017 en bij het media-aanbod voor 2018 rekening gehouden met de resultaten die dat overleg heeft opgeleverd. In 2018 en volgende jaren gaat de omroep op zoek naar innovatieve manieren om de dialoog met het publiek verder te structureren en te intensiveren. **(Begroting RPO 2018, p. 27)**

Toegankelijkheid

Voor de representativiteit is het belangrijk dat de leden ook bekend zijn bij de stromingen en benaderbaar. Dit kan ondersteund worden door de leden van de regionale mediaraad te vermelden op de site van de omroep met naam en toenaam. Omroep Flevoland is van oudsher een goed voorbeeld en heeft inmiddels veel navolgers gekregen. Op de site van veel regionale omroepen staat informatie over de taak van de regionale mediaraad met een vermelding van de leden en welke stroming ze vertegenwoordigen en er kan een reactie gemaild worden aan het secretariaat.

Evaluatie van het media-aanbodbeleid

“Iedere regionale omroep heeft een orgaan dat het media-aanbodbeleid vaststelt en evalueert: de regionale mediaraad. Het gaat daarbij om de volle breedte van het media-aanbod, van online en mobiele content tot sociale media en televisie- en radioprogramma’s. De regionale mediaraad legt bevindingen vast in een verslag dat dient als verantwoording aan het publiek. Dit gebeurt aan de hand van criteria die recht doen aan de publieke waarden van het media-aanbodbeleid. Het gaat bijvoorbeeld om het onderscheidende regionale karakter, om het bereik of om de impact voor de democratische samenleving, coherente gemeenschappen of regionale cultuur.” **(cbp, p. 23)**

In het cbp zijn waarden genoemd die de regionale mediaraaden zullen bewaken zoals onafhankelijkheid, evenwichtigheid, actualiteit, pluriformiteit, diversiteit, nabijheid, eigentijdsheid, herkenbaarheid, professionaliteit, kwaliteit, interactiviteit, betrouwbaarheid, toegankelijkheid en regionale betrokkenheid. De regionale mediaraad van Omroep West werkt met waarden. De mediaraad gebruikt de volgende waarden bij zijn evaluatie: toegankelijk, dichtbij, interactie en actualiteit.

5 Verantwoording

“De regionale omroepen zien voor regionale verankering en verantwoording een belangrijke rol bij de regionale mediaraad. Iedere regionale omroep heeft een orgaan dat het media-aanbodbeleid vaststelt en evalueert: de regionale mediaraad. Het gaat daarbij om de volle breedte van het media-aanbod, van online en mobiele content tot sociale media en televisie- en radioprogramma’s. De regionale mediaraad legt bevindingen vast in een verslag dat dient als verantwoording aan het publiek. Dit gebeurt aan de hand van criteria die recht doen aan de publieke waarden van het media-aanbodbeleid. Het gaat bijvoorbeeld om het onderscheidende regionale karakter, om het bereik of om de impact voor de democratische samenleving, coherente gemeenschappen of regionale cultuur. De regionale mediaraad vervult op die manier een belangrijke rol in het samenspel tussen de regionale omroep, het publiek, in een aantal gevallen de provincie en - indirect - het Commissariaat voor de Media.” (cbp, p. 23)

Het verslag van de regionale mediaraad neemt de rpmi op in haar jaarverslag dat wordt toegestuurd aan het Commissariaat voor de Media en het Provinciebestuur. Het is ook mogelijk dat de regionale mediaraad een eigen jaarverslag verspreid om zijn wettelijk geborgde onafhankelijke positie te benadrukken.

Het programmatoezicht wordt uitgeoefend door het Commissariaat voor de Media en het betreft de mediawettelijke verplichtingen die aan de regionale omroep zijn opgelegd. Dat is onder meer het programmavoorschrift om “tenminste 50% van de zendtijd te besteden aan programmaonderdelen van informatieve, culturele en educatieve aard die in het bijzonder betrekking hebben op de provincie waarvoor het programma bestemd is”.

Een mediawettelijke verplichting waarop het Commissariaat voor de Media toeziet, is dat de regionale omroep zich richt op de bevrediging van de in de provincie levende ‘maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke behoeften’. Deze verplichting moet blijken uit het inhoudelijke verslag van de regionale mediaraad. De regionale mediaraad kan dit beoordelen omdat het zelf representatief is voor deze stromingen. De raad kan daarbij ook de resultaten gebruiken uit het sectoronderzoek naar de waardering door het publiek van de regionale omroepen op basis van een aantal waarden.

Het jaarlijkse verslag van de regionale mediaraad

Het jaarlijkse verslag van de regionale mediaraad is dus een essentieel onderdeel van de verantwoording die de omroep aflegt. Het verslag beschrijft, hoe de regionale mediaraad zijn taak heeft vervuld en het media-aanbodbeleid van de omroep heeft getoetst aan haar publieke taken, zoals die zijn vastgelegd in de Mediawet. Het jaarlijkse verslag van de regionale mediaraad wordt aangeboden aan het bestuur van de omroep. Het bestuur kan dit jaarverslag integraal of in samenvatting opnemen in zijn jaarverslag.

Een goed jaarlijks verslag van de regionale mediaraad gaat in ieder geval in op de volgende onderdelen:

- De samenstelling en representativiteit van de regionale mediaraad
- Het functioneren van de regionale mediaraad
- De missie/publieke taak van de omroep

- De publieke/programmatische uitgangspunten (meerjarenbeleid)
- De vaststelling van het media-aanbodbeleid
- De evaluatie van het beleid aan de hand van het programma-aanbod
- Eventueel de resultaten uit consultatie en onderzoek

Openbaar maken verslag en informeren

Het jaarlijkse verslag wordt door het bestuur van de omroep gestuurd aan het Commissariaat voor de Media.

Het verdient aanbeveling om het verslag onderwerp van gesprek te laten zijn tussen het bestuur van de regionale omroep, een vertegenwoordiging van de regionale mediaraad en leden van het Provinciaal bestuur. Natuurlijk heeft de provincie geen zeggenschap over de inhoud van de programma's en het functioneren en de samenstelling van een regionale mediaraad. De programmatische autonomie staat niet in de weg dat de publieke omroep de provincie over deze zaken informeert. De provincie dient vanzelfsprekend bij een informatieve bijeenkomst de programmatische autonomie te respecteren.

Ook de samenstelling van de regionale mediaraad is onderwerp van het jaarverslag en kan onderwerp van het gesprek zijn met de provincie om recht te doen aan de bewakende rol die de provincie hierbij heeft.

6 Modelreglement regionale mediaraad

Het hierna volgende modelreglement is gebaseerd op het modelreglement voor het PBO dat in samenwerking met het Commissariaat voor de Media in 2009 is opgesteld. De aanpassing van het modelreglement dient goedgekeurd te worden door de bestuurders van de omroepen en zal voorgelegd worden aan het ORO.

Inhoudsopgave

Modelreglement regionale mediaraad

- 1.1 Taak regionale mediaraad
- 1.2 Samenstelling regionale mediaraad
- 1.3 Benoeming leden regionale mediaraad
- 1.4 Defungeren leden regionale mediaraad
- 1.5 Besluitvorming regionale mediaraad
- 1.6 Vorm en geldigheidsduur vastgesteld media-aanbodbeleid

Toelichting

- 2.1 Algemeen
- 2.2 Relevante bepalingen

1.1 Taak regionale mediaraad

1. De regionale mediaraad bepaalt het media-aanbodbeleid van de regionale publieke media-instelling, rekening houdend met het in artikel 2.70 van de Mediawet opgenomen programmavoorschrift.
2. De regionale mediaraad stelt jaarlijks het media-aanbodbeleid vast dat door (het bestuur en/of) de hoofdredactie is opgesteld en toetst het beleid aan de missie/publieke taak en de publieke/programmatische uitgangspunten.
3. De regionale mediaraad evalueert of het door hem vastgestelde beleid voor het media-aanbod wordt uitgevoerd.
4. De regionale mediaraad rapporteert zijn bevindingen tenminste eenmaal per jaar aan het bestuur van de regionale publieke media-instelling (rpmi).
5. Het bestuur neemt jaarlijks de rapportage van de regionale mediaraad over de uitvoering van het door hem vastgestelde media-aanbodbeleid op in het jaarverslag van de rpmi en zendt het aan Commissariaat voor de Media.
6. Op verzoek van (het bestuur en/of) de hoofdredacteur van de rpmi kan de regionale mediaraad hem adviseren over aangelegenheden die direct verband houden met het media-aanbodbeleid.

1.2 Samenstelling regionale mediaraad

1. De regionale mediaraad is representatief voor de belangrijkste in het verzorgingsgebied voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen en streeft naar een evenredige vertegenwoordiging naar leeftijd, geslacht en regionale spreiding.
2. De regionale mediaraad bestaat uit ten minste 9 leden die een van de in het eerste lid genoemde stromingen vertegenwoordigen.
3. De regionale mediaraad kan, naast de in het tweede lid genoemde representatieve leden, bestaan uit leden op persoonlijke titel. De representatieve leden vormen te allen tijde een meerderheid ten opzichte van de leden op persoonlijke titel.
4. Leden van de regionale mediaraad opereren zonder last of ruggespraak.
5. Tot lid van de regionale mediaraad kan uitsluitend worden benoemd een persoon die de leeftijd van 16 jaar heeft bereikt en die woonachtig is in het verzorgingsgebied van de regionale publieke media-instelling.
6. Met het lidmaatschap van de regionale mediaraad zijn onverenigbaar:
 - een lidmaatschap van een van beide Kamers der Staten Generaal, het provinciaal bestuur en provinciale staten.
 - een dienstbetrekking bij een ministerie of provincie.
 - een bestuurslidmaatschap van of een dienstbetrekking bij een publieke media-instelling.
 - een betrekking bij de regionale omroep.
 - betrokkenheid bij een productiebedrijf waaraan de regionale publieke media-instelling de verzorging van (een deel van) haar media-aanbod heeft uitbesteed.
7. De regionale mediaraad wijst uit zijn midden een voorzitter aan.

1.3 Benoeming leden regionale mediaraad

1. De leden van de regionale mediaraad worden voorgedragen en benoemd op de wijze als in de statuten van de regionale publieke media-instelling is voorzien.
2. Een vacature dient zo spoedig mogelijk, doch uiterlijk binnen 6 maanden te worden vervuld.
3. De leden van de regionale mediaraad worden voor een periode van 5 (desgewenst 4, of 3) jaar benoemd met de mogelijkheid van één herbenoeming voor dezelfde periode.(desgewenst. De regionale mediaraad stelt een rooster van aftreden op).

1.4 Defungeren leden regionale mediaraad

Een lid van De regionale mediaraad defungeert door

1. verloop van de benoemingstermijn, al dan niet op basis van een rooster van aftreden;
2. onverenigbaarheid van functies;
3. disfunctioneren.

1.5 Besluitvorming regionale mediaraad

1. De regionale mediaraad vergadert ten minste driemaal per jaar, waarvan in ieder geval éénmaal ten behoeve van de vaststelling van het media-aanbodbeleid en één maal voor de evaluatie van het programma-aanbod, en voorts zo dikwijls als de voorzitter dit nodig acht, of ten minste de helft van het aantal leden, of het bestuur van de regionale publieke media-instelling daarom verzoekt.
2. De vergaderingen van de regionale mediaraad worden bijgewoond door leden van het bestuur van de rpmi en/of door leden van de (hoofd)redactie die door het bestuur zijn aangewezen. De leden van het bestuur en van de (hoofd)redactie hebben geen stemrecht in de regionale mediaraad-vergadering.
3. De oproeping voor de vergadering geschiedt door of namens het bestuur van de rpmi.
4. De termijn van oproeping en kennisgeving bedraagt ten minste twee weken.
5. Van iedere vergadering wordt een verslag gemaakt, waarin ook vermeld wordt welke leden aanwezig zijn en welke leden verhinderd met of zonder kennisgeving.
6. Het bestuur van de rpmi is verantwoordelijk voor het functioneren van de regionale mediaraad en draagt zorg voor toereikende ondersteuning en faciliteiten voor de regionale mediaraad.
7. De regionale mediaraad beraadslaagt en besluit omtrent de vaststelling van het media-aanbodbeleid, uitsluitend indien tenminste de helft plus één van zijn leden aanwezig is.
8. Besluiten worden genomen bij meerderheid van stemmen; bij het staken van de stemmen beslist de voorzitter.

1.6 Vorm en geldigheidsduur vastgesteld media-aanbodbeleid

1. Het door de regionale mediaraad vastgestelde media-aanbodbeleid wordt vastgelegd in een schriftelijk document en binnen 4 weken na vaststelling overhandigd aan het bestuur.
2. Het door de regionale mediaraad vastgestelde media-aanbodbeleid geldt voor één jaar of bij een meerjarenbeleid voor zoveel jaren als afgesproken.
3. Het media-aanbodbeleid dient (voor of na behandeling in de regionale mediaraad) geaccordeerd te worden door het bestuur.
4. Het door de regionale mediaraad vastgestelde media-aanbodbeleid kan door de regionale mediaraad tussentijds gewijzigd worden op voorstel van de (hoofd)redactie of het bestuur.

Toelichting

2.1 Algemeen

In het cbp, Liefde voor de regio, hebben de rpmi's het mediawettelijke orgaan dat het media-aanbodbeleid bepaalt, de naam regionale mediaraad gegeven.

De regionale mediaraad is door de wetgever belast met de opdracht om het media-aanbodbeleid van de regionale publieke media-instelling te bepalen. In artikel 2.61 van de Mediawet is een voorschrift opgenomen dat betrekking heeft op de samenstelling van dit orgaan. Een nadere aanduiding van het media-aanbodbeleid dan wel op welke wijze de regionale mediaraad dat beleid moet vaststellen en waarmee de regionale mediaraad daarbij rekening moet houden ontbreekt in de Mediawet.

Het gevolg hiervan is dat bij het bestuur, de regionale mediaraad, de (hoofd)redactie en de overige medewerkers van regionale publieke media-instellingen onduidelijkheid bestaat over de taken en bevoegdheden van de regionale mediaraad, al dan niet in relatie tot de taken en bevoegdheden van bestuur en (hoofd)redactie. De taken en bevoegdheden van het bestuur van een regionale publieke media-instelling zijn opgenomen in Boek II van het Burgerlijk Wetboek en uitgewerkt in de statuten van deze instelling. De taken en bevoegdheden van de redactie, ook wel aangeduid met hoofdredactie, hoofdredacteur, redactiestaf of programmastaf, zijn eveneens opgenomen in de statuten en eventueel ook in een directiestatuut. In het verplicht tot stand te brengen redactiestatuut (artikel 2.88, lid 2 en lid 3, van de Mediawet) wordt daarenboven aandacht besteed aan de redactionele onafhankelijkheid ten opzichte van de sponsors. In deze opsomming ontbreekt de regionale mediaraad.

Het Commissariaat is van oordeel dat het aanbeveling verdient om door middel van het tot stand brengen van een modelreglement in ieder geval de taken en de bevoegdheden van de regionale mediaraad nader te omschrijven om ervoor te zorgen dat de regionale mediaraad zal functioneren zoals door de wetgever beoogd. Van belang is daarbij dat de betrokkenen binnen de regionale publieke media-instelling zich ervan bewust zijn dat de regionale mediaraad het media-aanbodbeleid vaststelt maar dat het bestuur verantwoordelijk is voor het overeenkomstig de Mediawet functioneren van de instelling. Het bestuur dient het beleid dan ook vooraf of achteraf te accorderen om te garanderen dat het beleid past binnen de begroting (het financiële kader) van de omroep en de afspraken die gemaakt zijn in het cbp. Het bestuur is ook verantwoordelijk voor het functioneren van de regionale mediaraad en dient te zorgen voor toereikende ondersteuning en faciliteiten.

Het modelreglement heeft tot doel de regionale mediaraad van de regionale publieke media-instelling te laten functioneren zoals door de wetgever bedoeld. De mediawettelijke taak van de regionale mediaraad is de vaststelling van het media-aanbodbeleid op grond waarvan de regionale publieke omroep haar publieke media-aanbod verzorgt. De vaststelling van de inhoud van dat media-aanbodbeleid is niet als uitgangspunt genomen voor het modelreglement. De bepaling en inhoud van dit beleid is een aangelegenheid uitsluitend van die regionale publieke omroep en haar orgaan de regionale mediaraad. Daarom is als uitgangspunt voor het modelreglement genomen de samenstelling van de regionale mediaraad, de benoeming van de leden van de regionale mediaraad en de wijze waarop het media-aanbodbeleid wordt vastgesteld.

2.2 Relevante bepalingen

1. Taak regionale mediaraad

Zoals opgenomen in de Mediawet bepaalt de regionale mediaraad het media-aanbodbeleid. Daarbij dient rekening gehouden te worden met het programmavoorschrift dat opgenomen is in artikel 2.70 van de Mediawet en dat voorschrijft dat 50% van het aanbod bestaat uit Informatie Cultuur en Educatie voor en over de eigen regio, de zogenaamde ICE-norm. Ook andere artikelen van de Mediawet vormen uitgangspunten voor de regionale mediaraad, zoals de publieke media-opdracht (artikel 2.1 lid 1) en over de publieke mediadiensten (art. 2.1. lid 2).

Het bestuur en/of hoofdredactie stelt jaarlijks een media-aanbodbeleid op voor het komende jaar dat past binnen de afspraken in het cbp en de financiële kaders van de rpmi en legt dit ter vaststelling voor aan de regionale mediaraad. Het cbp, het meerjarenbeleid, de missie en programmatische uitgangspunten van de omroep vormen het kader voor de regionale mediaraad bij de jaarlijkse vaststelling van het media-aanbodbeleid. De regionale mediaraad toetst het media-aanbodbeleid van de omroep aan de eerder genoemde wetsartikelen.

De regionale mediaraad ziet er op toe dat het vastgestelde beleid wordt uitgevoerd. Jaarlijks wordt het programma- en ruimer het media-aanbod geëvalueerd op basis van het vastgestelde media-aanbodbeleid. De evaluaties van het beleid worden gerapporteerd aan het bestuur.

De regionale mediaraad maakt jaarlijks een verslag van haar functioneren en bevindingen voor het bestuur van de omroep. De omroep neemt het verslag op in het jaarverslag en stuurt dit in ieder geval aan het Commissariaat voor de Media en aan de provincie.

2. Samenstelling regionale mediaraad

De in artikel 2.61 van de Mediawet genoemde hoofdstromingen worden in de statuten van de onderscheiden regionale publieke media-instellingen uitgewerkt in minstens negen meer concreet aan te duiden stromingen. De leden dienen representatief te zijn voor deze stromingen. Dat kan door vooraf aan te wijzen organisaties te vragen om leden af te vaardigen. Het kan ook door de werving van leden waarbij in de werving (het profiel) is opgenomen dat zij door ervaring en werkzaamheden een goede band hebben met de stroming, kennis hebben van die stroming en ook bekend zijn als representant van een stroming en benaderbaar zijn door mensen en organisaties. Naast de vertegenwoordiging van deze stromingen is een streven naar een evenredige vertegenwoordiging naar leeftijd, geslacht, etnische afkomst en in voorkomende gevallen naar geografische spreiding ook op zijn plaats.

De leden opereren zonder last en ruggespraak. Wel dienen zij door ervaring en werkzaamheden een goede band te hebben met, aantoonbare kennis te hebben van en bekend te zijn met stroming die zij als representant vertegenwoordigen.

Verder hebben omroepen de mogelijkheid om leden bijvoorbeeld met bepaalde deskundigheid (bijvoorbeeld als voorzitter) op persoonlijke titel uit te nodigen. De representatieve leden moeten altijd wel de meerderheid vormen.

De Mediawet heeft de minimumleeftijd waarop men lid kan zijn van een omroepvereniging vastgesteld op 16 jaar. Volgens het Commissariaat is het op z'n plaats ook voor het lidmaatschap van de regionale mediaraad deze leeftijdsgrens aan te houden.

De onverenigbare functies vloeien voort uit het bepaalde in artikel 2.1, tweede lid, van de Mediawet waarin is opgenomen dat het media-aanbod van de publieke mediadiensten onafhankelijk zijn van commerciële invloeden en van overheidsinvloeden. Ook binnen de regionale omroep heeft de regionale mediaraad een onafhankelijk gremium. Het lidmaatschap is daarom niet verenigbaar met het lidmaatschap van het bestuur, raad van toezicht of redactieraad of een dienstverband bij de omroep.

De voorzitter van de regionale mediaraad heeft vooral de functie om de vergaderingen van de regionale mediaraad te leiden.

3. Benoeming leden regionale mediaraad

De vacaturevervulling binnen 6 maanden is gezien de vergaderfrequentie voldoende adequaat en vormt geen bedreiging voor de representativiteit. Leden worden voor een door de omroep te bepalen termijn benoemd. Een periode van 5 jaar zou het maximum zijn voor één termijn, omdat anders de periode van de aanwijzing van de organisatie tot omroep wordt overschreden. Herbenoeming voor een tweede termijn kan als de regionale mediaraad het wenst en het bestuur van de omroep het goedkeurt. Er kan ook voor kortere periodes worden gekozen, bijvoorbeeld 4 of 3 jaar. Korter dan drie jaar is niet aan te raden omdat dat de continuïteit in de besluitvorming in gevaar brengt. Voor de continuïteit is het ook aan te raden om een rooster van aftreden op te stellen, om te voorkomen dat de leden die gelijktijdig zijn benoemd in één keer gezamenlijk aftreden.

Defungeren leden regionale mediaraad

Leden van de regionale mediaraad defungeren ondermeer door disfunctioneren. Dit disfunctioneren dient beschreven te worden. Er kan bijvoorbeeld vastgesteld worden dat een lid disfunctioneert wanneer hij een bepaald aantal vergaderingen niet bijwoont.

Media-aanbodbeleid

Het media-aanbodbeleid beantwoordt in elk geval de vraag welke kanalen (radio, televisie, online en sociale media) ingezet worden, welke programma's en/of welke soort programma's door de regionale publieke media-instelling uitgezonden worden op grond van het programma-aanbodschema. Het media-aanbodbeleid geeft ook aan tot welke categorieën (informatie, cultuur en educatie) programma's behoren. De regionale mediaraad zorgt er met zijn vaststelling van het media-aanbodbeleid voor dat de met het media-aanbod nagestreefde doelstellingen worden gehaald en dat de doelgroepen worden bereikt. De regionale mediaraad ziet erop toe dat de wettelijk verplichte ICE-percentages (het programma-aanbodvoorschrift) worden gehaald. De verantwoordelijkheid voor de naleving van deze wettelijke verplichting ligt bij het bestuur van de regionale publieke media-instelling.

4. Vaststelling media-aanbodbeleid

Onder vaststelling van het media-aanbodbeleid wordt mede verstaan het door de regionale mediaraad vaststellen van het door (het bestuur en, of) hoofdredactie voorgestelde media-aanbodbeleid. Het beleid dient vooraf of achteraf geaccordeerd te worden door het bestuur. Omdat beide organen betrokken zijn bij het programmabeleid is het belangrijk dat de vergaderingen van de regionale mediaraad toegankelijk zijn voor het bestuur en de hoofdredactie. In dit kader moet niet worden vergeten dat het bestuur verantwoordelijk is voor het functioneren van de regionale publieke media-instelling en derhalve verantwoordelijk is voor het functioneren van de regionale mediaraad. Bovendien is de (hoofd)redactie verantwoordelijk voor de inhoud van de programma's, waarbij rekening wordt gehouden met het door de regionale mediaraad vastgestelde media-aanbodbeleid. De (hoofd)redactie legt daarover, op grond van de statuten, verantwoording af aan het bestuur. Dit samenspel tussen regionale mediaraad, bestuur en (hoofd)redactie maakt het noodzakelijk dat er tussen deze organen met betrekking tot (de vaststelling van) het

media-aanbodbeleid en de verzorging en verspreiding van het media-aanbod een regelmatige en voortdurende informatie-uitwisseling plaatsvindt. De vergadering van de regionale mediaraad is daartoe de aangewezen gelegenheid. De taakverdeling tussen bestuur en hoofdredactie heeft iedere omroep vastgelegd in statuten, redactiestatuten of directiestatuut. Deze taakverdeling bepaalt wie het media-aanbodbeleid voorlegt en verantwoording over de uitvoering aflegt aan de regionale mediaraad.

5. Vorm en geldigheidsduur vastgestelde media-aanbodbeleid

Om ervoor te zorgen dat alle betrokkenen bij de regionale publieke media-instelling steeds op de hoogte (kunnen) zijn van de programmatische uitgangspunten, is het volgens het Commissariaat voor de Media van groot belang, dat het media-aanbodbeleid wordt uitgeschreven en vastgelegd.

Teneinde te bewerkstelligen dat de betrokkenheid van de regionale mediaraad bij het media-aanbodbeleid geen wassen neus is, dient het media-aanbodbeleid elk jaar opnieuw aan het oordeel van de regionale mediaraad te worden onderworpen. De regionale mediaraad stelt het media-aanbodbeleid dan ook elk jaar opnieuw vast.

Het bestuur van de omroep is verantwoordelijk voor het functioneren van een omroep. Het bestuur draagt er zorg voor dat het media-aanbodbeleid past binnen de (financiële) kaders van de organisatie zoals vastgelegd in de begroting en de gemaakte afspraken in het cbp. Het bestuur dient het beleid dan ook vooraf of achteraf te accorderen om te garanderen dat het beleid past binnen de (financiële) kaders van de omroep.

Indien er een meerjarenbeleid is, dan toetst de regionale mediaraad jaarlijks de programma-voornemens voor het komende jaar aan het meerjarenbeleidsplan.

Bijlage 1

Relevante wetteksten (MW2008)

Begripsbepalingen en reikwijdte

Concessiebeleidsplan RPO:	concessiebeleidsplan RPO als bedoeld in artikel 2.60l
Omroepdienst:	mediadienst die betrekking heeft op het verzorgen van media-aanbod dat op basis van een chronologisch schema dat is vastgesteld door de instelling die verantwoordelijk is voor het media-aanbod, al dan niet gecodeerd door middel van een omroepzender of een omroepnetwerk wordt verspreid voor gelijktijdige ontvangst door het algemene publiek of een deel daarvan
Programma-aanbod:	geheel van media-aanbod dat wordt verspreid via een omroepdienst
Publieke mediadienst:	mediadienst die verzorgd wordt op grond van hoofdstuk 2;
Publieke mediaopdracht:	mediaopdracht als bedoeld in artikel 2.1, eerste lid;
Regionale publieke media-instelling:	instelling die op grond van titel 2.3 is aangewezen voor de verzorging van een regionale publieke mediadienst;
RPO:	Stichting Regionale Publieke Omroep;

Hoofdstuk 2: Publieke mediadiensten

Titel 2.1 Publieke mediaopdracht

Artikel 2.1

1. Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit:
 - a. het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen;
 - b. het kunnen inzetten van amusement als middel om een informatief, cultureel of educatief doel te bereiken of een breed en divers publiek te trekken en te binden zodat deze doelen onder de aandacht worden gebracht;
 - c. het verzorgen van publieke mediadiensten waarvan het media-aanbod bestemd is voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven; en
 - d. het stimuleren van innovatie ten aanzien van media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van de mogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken.
2. Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Zij verzorgen daartoe media-aanbod dat:
 - a. evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud;

- b. op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt;
 - c. gericht is op en een relevant bereik heeft onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdgroepen van verschillende omvang en samenstelling met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen;
 - d. onafhankelijk is van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden;
 - e. voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen; en
 - f. voor iedereen toegankelijk is.
3. Het programma-aanbod van de algemene programmakanalen van de landelijke, regionale en lokale publieke mediadiensten wordt via omroepzenders verspreid naar alle huishoudens in het verzorgingsgebied waarvoor de programma's zijn bestemd zonder dat zij voor de ontvangst andere kosten moeten betalen dan de kosten van aanschaf en gebruik van technische voorzieningen die de ontvangst mogelijk maken.

Paragraaf 2.3.1 Stichting Regionale Publieke Omroep

Artikel 2.60a

1. Onze Minister wijst een stichting aan als het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau, bedoeld in artikel 2.1.
2. De stichting, bedoeld in het eerste lid, wordt voor de toepassing van deze wet aangeduid als de RPO.
3. De RPO wordt belast met de volgende taken:
 - a. het bevorderen van samenwerking en coördinatie met het oog op de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau;
 - b. het behartigen van zaken die van gemeenschappelijk belang zijn voor de regionale publieke mediadienst en de regionale publieke media-instellingen;
 - c. het sluiten van collectieve arbeidsovereenkomsten en het vaststellen van normen voor de honorering van freelancers, mede in naam van de regionale publieke media-instellingen;
 - d. het bevorderen van een doelmatige inzet van de gelden die bestemd zijn voor de verzorging en verspreiding van het media-aanbod en het bevorderen van geïntegreerde financiële verslaglegging en verantwoording;
 - e. het inrichten, in stand houden, beheren en exploiteren en regelen van het gebruik van organen, diensten en faciliteiten, waaronder studio's en distributie-infrastructuren, die nodig zijn voor een goede uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau; en
 - f. andere taken waarmee zij bij de wet wordt belast.
4. De Kaderwet zelfstandige bestuursorganen is niet van toepassing op de RPO.

Artikel 2.60l

1. Voorafgaand aan de concessieverlening en vóór aanvang van de tweede periode van vijf jaar van de concessieperiode dient de RPO een concessiebeleidsplan RPO voor de komende vijf jaar in bij Onze Minister.
2. Het concessiebeleidsplan RPO bevat in elk geval:
 - a. een beschrijving van de wijze waarop in de komende vijf jaar de publieke mediaopdracht op regionaal niveau wordt uitgevoerd, tevens uitgewerkt in kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen voor het media-aanbod en het publieksbereik van de regionale publieke mediadienst;
 - b. aard en aantal van de programmakanalen en de daarvoor gewenste frequentieruimte;
 - c. aard en aantal van de overige aanbodkanalen;

- d. een onderbouwd overzicht van de naar verwachting benodigde organisatorische, personele, materiële en financiële middelen; en
 - e. een beschrijving van de samenwerking met de landelijke en lokale publieke media-instellingen en anderen.
3. Bij ministeriële regeling kunnen regels gesteld worden over de inrichting van het concessiebeleidsplan RPO en het tijdstip van indiening.
 4. Het bestuur van de RPO stelt het concessiebeleidsplan RPO vast na overleg met in elk geval de regionale publieke media-instellingen en, voor zover het de samenwerking betreft, de betrokken landelijke en lokale publieke media-instellingen.

Artikel 2.60m

1. De RPO maakt het concessiebeleidsplan RPO openbaar.
2. Over het concessiebeleidsplan RPO vraagt Onze Minister advies aan het Commissariaat en de Raad voor cultuur.
3. Het concessiebeleidsplan RPO heeft de instemming van Onze Minister voor zover het betreft de onderwerpen, bedoeld in artikel 2.60l, tweede lid, onder b en c, waarbij de instemming geschiedt in overeenstemming met het bepaalde in de Telecommunicatiewet.
4. Als de RPO wijzigingen wil aanbrengen in het door Onze Minister goedgekeurde deel van het concessiebeleidsplan RPO, dan neemt zij die op in de begroting. Het eerste tot en met derde lid zijn van overeenkomstige toepassing.

Artikel 2.60n

1. Mede op basis van het concessiebeleidsplan RPO sluiten Onze Minister en de RPO een prestatieovereenkomst voor de duur van het concessiebeleidsplan RPO.
2. De prestatieovereenkomst bevat afspraken over:
 - a. kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen voor het media-aanbod en het publieksbereik van de regionale publieke mediadienst;
 - b. maatregelen bij niet naleving, voor zover mogelijk binnen het bepaalde bij of krachtens deze wet; en
 - c. tussentijdse wijziging in verband met veranderende inzichten of omstandigheden.
3. De prestatieovereenkomst heeft geen betrekking op de inhoud van het media-aanbod van de regionale publieke mediadienst.

Paragraaf 2.3.1 Stichting Regionale Publieke Omroep

Artikel 2.61

1. Voor de verzorging van de publieke mediadiensten op regionaal en lokaal niveau kan het Commissariaat regionale respectievelijk lokale instellingen als publieke media-instellingen aanwijzen volgens de bepalingen van deze paragraaf.
2. Voor aanwijzing komen slechts in aanmerking instellingen die:
 - a. rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid zijn;
 - b. zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel stellen het op regionaal respectievelijk lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in een provincie, een gemeente of een deel van de provincie waarop de instelling zich richt leven, en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen; en
 - c. volgens de statuten een orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt en dat representatief is voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie of gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.

3. Aanwijzing geschiedt nadat provinciale staten hebben dan wel de gemeenteraad heeft geadviseerd over de vraag of de instelling aan de eisen, bedoeld in het tweede lid, voldoet.

Artikel 2.65

1. Een aanwijzing geschiedt op aanvraag, geldt voor vijf jaar en vervalt van rechtswege na afloop van deze periode.
2. Zonodig wijst het Commissariaat de dagen waarop en de uren waarin programma-aanbod van regionale en lokale mediadiensten wordt uitgezonden op de voor de regionale dan wel lokale publieke mediadiensten beschikbare ruimte op een omroepzender.

Artikel 2.66

1. Provinciale staten brengen dan wel de gemeenteraad brengt tijdens de aanwijzingsperiode ten minste eenmaal aan het Commissariaat advies uit over de vraag of een aangewezen regionale of lokale publieke media-instelling naar hun of zijn mening nog voldoet aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid.
2. Als tijdens de aanwijzingsperiode bij het Commissariaat ernstige twijfel bestaat of de regionale of lokale publieke media-instelling nog aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid, voldoet, kan hij een tussentijds advies vragen.

Artikel 2.67

1. Het Commissariaat trekt een aanwijzing in, als de desbetreffende regionale of lokale publieke media-instelling niet meer voldoet aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid.
2. Het Commissariaat trekt de aanwijzing van een regionale of lokale publieke media-instelling die niet meer voldoet aan artikel 2.61, tweede lid, onderdelen b of c, pas in nadat de desbetreffende media-instelling gedurende vier maanden, gerekend van de dag waarop het desbetreffende feit is geconstateerd, in de gelegenheid is gesteld opnieuw aan dit vereiste te voldoen en zij daarin niet is geslaagd.

Artikel 2.68

1. Een aanwijzing kan door het Commissariaat worden ingetrokken als:
 - a. de regionale of lokale publieke media-instelling in een periode van een jaar geen media-aanbod dat voldoet aan de eisen van deze wet heeft verzorgd en dat aanbod gedurende een ononderbroken periode van ten minste twee maanden is verspreid; of
 - b. het Commissariaat aan de regionale of lokale publieke media-instelling binnen een periode van een jaar ten minste twee maal een bestuurlijke sanctie als bedoeld in titel 7.2 heeft opgelegd voor overtreding van het bepaalde bij of krachtens deze wet of artikel 5:20 van de Algemene wet bestuursrecht.
2. Het Commissariaat beslist pas over intrekking op grond van het eerste lid, onderdeel a, nadat hij gedeputeerde staten respectievelijk het college van burgemeester en wethouders van de desbetreffende provincie of gemeente in de gelegenheid heeft gesteld binnen een door het Commissariaat te stellen redelijke termijn hun zienswijze te geven.
3. Het uitblijven van een zienswijze binnen de gestelde termijn staat aan het nemen van een beslissing door het Commissariaat niet in de weg.

Artikel 2.69

Bij ministeriële regeling kunnen nadere regels worden gesteld over:

- a. de wijze waarop aanvragen voor een aanwijzing worden ingediend;
- b. de termijn waarbinnen beslissingen op de aanvragen worden genomen;
- c. de termijn waarop adviezen als bedoeld in artikel 2.61, derde lid worden uitgebracht; en
- d. de termijn waarop beslissingen over aanwijzing of intrekking van een aanwijzing in werking treden.

Paragraaf 2.3.2 Media-aanbod van regionale of lokale publieke mediadienst

Artikel 2.70

Het programma-aanbod van de regionale en lokale publieke mediadienst bestaat per programmakanaal:

- a. voor ten minste vijftig procent van de duur uit aanbod van informatieve, culturele en educatieve aard dat in het bijzonder betrekking heeft op de provincie respectievelijk gemeente waarvoor het aanbod bestemd is; en
- b. voor ten minste uit een bij algemene maatregel van bestuur vast te stellen percentage aanbod als bedoeld in onderdeel a dat door de regionale respectievelijk lokale publieke media-instelling zelf of uitsluitend in haar opdracht is geproduceerd.

Afdeling 2.6.5 Bekostiging regionale en lokale publieke mediadiensten

Artikel 2.169a

1. De RPO dient jaarlijks vóór 15 september een begroting voor de regionale publieke mediadienst in bij Onze Minister en het Commissariaat.
2. De begroting bevat in elk geval:
 - a. een beschrijving van de wijze waarop door de RPO en de regionale publieke media-instellingen invulling wordt gegeven aan het voorgenomen media-aanbod op de verschillende aanbodkanalen, met in achtneming van het bepaalde bij of krachtens deze wet;
 - b. een overzicht van aard en aantal van de aanbodkanalen;
 - c. de financiële middelen die voor het volgende kalenderjaar nodig zijn om de voornemens met betrekking tot de regionale publieke mediadienst te verwezenlijken en een raming voor de daarop volgende vier jaar;
 - d. een toelichting op de onderscheiden onderdelen en begrotingsposten; en
 - e. een beschrijving van de samenwerking met de landelijke en lokale publieke media-instellingen en anderen.
3. De financiële middelen worden als volgt onderverdeeld:
 - a. de eigen inkomsten van de regionale publieke media-instellingen, die gebruikt moeten worden voor de verzorging van het media-aanbod; en
 - b. de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO.

Artikel 2.170

1. Onze Minister stelt jaarlijks vóór 1 december het totaalbudget vast dat voor het volgend jaar beschikbaar is voor de bekostiging van de regionale publieke mediadiensten. Onze Minister stelt het totaalbudget ter beschikking aan het Commissariaat.
2. Het Commissariaat kan op aanvraag van regionale publieke media-instellingen uit het budget, bedoeld in het eerste lid, een bijdrage verstrekken in de kosten die rechtstreeks verband houden met het verzorgen van regionale publieke mediadiensten, voor zover die kosten niet op andere wijze zijn gedekt. Het Commissariaat beslist jaarlijks vóór 1 januari op een aanvraag.
3. Aan de verstrekking van de bijdrage, bedoeld in het tweede lid, worden geen voorwaarden verbonden die in strijd zijn met het bepaalde bij of krachtens deze wet.
4. Een aanvraag als bedoeld in het tweede lid gaat vergezeld van een begroting die is afgestemd op de begroting, bedoeld in artikel 2.169a, eerste lid, voor dezelfde periode.

Bijlage 2

Richtlijnen voor een verslag van de regionale mediaraad

Een goed jaarlijks verslag van de regionale mediaraad gaat in ieder geval in op de volgende onderdelen:

- De samenstelling en representativiteit van de regionale mediaraad.
- Het functioneren van de regionale mediaraad.
- De missie/publieke taak van de rmi.
- De publieke/programmatische uitgangspunten (meerjarenbeleid).
- De vaststelling van het media-aanbodbeleid.
- De evaluatie van het beleid aan de hand van het programma-aanbod.
- Eventueel de resultaten uit consultatie en onderzoek.

Samenstelling en representativiteit van de regionale mediaraad

In het verslag wordt aangegeven wat de samenstelling van de regionale mediaraad is. Van de leden van de regionale mediaraad wordt aangegeven:

- de naam;
- de functie binnen de regionale mediaraad;
- namens welke stroming en organisatie zij lid van de regionale mediaraad zijn;
- de datum van benoeming;
- de benoemingsduur en datum van aftreden (eventueel op basis van een rooster van aftreden).

Ook wordt ingegaan op de representativiteit van de regionale mediaraad:

- aangegeven wordt hoe de representativiteit is gewaarborgd;
- aangegeven wordt welke vacatures er gedurende het verslagjaar waren en hoe in deze vacatures is voorzien.

Het functioneren van de regionale mediaraad

Er wordt op hoofdlijnen verslag gedaan van het functioneren van de regionale mediaraad:

- aangegeven wordt hoe vaak de regionale mediaraad vergaderd heeft en wat de agenda was van deze vergaderingen;
- aangegeven wordt welke relevante discussies hebben plaatsgevonden tijdens de vergaderingen van de regionale mediaraad.

Missie/publieke taak en publieke/programmatische uitgangspunten (meerjarenbeleid)

De regionale mediaraad handelt in overeenstemming met de Mediawet en dient de taken voor de omroep zoals opgenomen in de wet te onderschrijven. De publieke media-opdracht is in de Mediawet vastgelegd in artikel 2.1. lid 1. De uitgangspunten voor de publieke mediadiensten staan in artikel 2.2. lid 2. Het media-aanbodbeleid dient te voldoen aan het programma-aanbod voorschrift zoals vastgelegd in artikel 2.70.

De wet, het cbp, de missie, de programmatische uitgangspunten en het meerjarenbeleid zijn de kaders voor het jaarlijks vast te stellen beleid voor het komende jaar. De regionale mediaraad kan de gehanteerde kaders vermelden in het jaarverslag.

Vaststelling en de evaluatie van het gevoerde programmabeleid

Voorafgaand aan ieder jaar wordt het programmabeleid van een regionale omroep dat door de hoofdredactie is voorbereid, door de regionale mediaraad vastgesteld (bepaald).

Zowel de vaststelling (vooraf) van het media-aanbod beleid als de evaluatie (achteraf) van het uitgevoerde beleid wordt opgenomen in het jaarlijks verslag van de regionale mediaraad. In het verslag moet daaraan dan ook uitgebreid aandacht worden besteed.

In het cbp zijn waarden genoemd die de regionale mediaraaden zullen bewaken zoals onafhankelijkheid, evenwichtigheid, actualiteit, pluriformiteit, diversiteit, nabijheid, eigentijdsheid, herkenbaarheid, professionaliteit, kwaliteit, interactiviteit, betrouwbaarheid, toegankelijkheid en regionale betrokkenheid.

Resultaten uit participatie, consultatie en/of onderzoek

Als er resultaten uit publieksparticipatie, consultatie of onderzoek zijn voorgelegd aan de regionale mediaraad, dan geeft de regionale mediaraad aan op welke wijze de resultaten zijn meegenomen in de vaststelling, dan wel verantwoording van het media-aanbodbeleid.

Bijlage 3

Voornemens van rpmi's in het concessiebeleidsplan (cbp) 2017-2025 www.liefdevoorderegio.nl

- Regionale omroepen doen verslag, brengen nieuws, controleren en zorgen voor een sterkere verbondenheid in de regio. De content is uniek, urgent en kent een diversiteit aan onderwerpen en mensen. **(cbp, p. 15)**
- Regionale omroepen maken betekenis van grote (inter)nationale ontwikkelingen voor de regio duidelijk. **(cbp, p. 15)**
- Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio met eigen nieuwsproductie en een eigen nieuwsagenda. **(cbp, p.17)**
- Garantie op onafhankelijke journalistiek in iedere regio, met een eigen redactieraad, eigen redactiestatuut en een eigen regionale mediaraad. **(cbp, p. 17)**
- Verantwoording in iedere regio over maatschappelijke relevantie, urgentie en diversiteit van het regionale media-aanbod. **(cbp, p. 17)**
- De regionale publieke omroepen beloven iedere regio een betrouwbare journalistieke basisvoorziening met informatie, cultuur en educatie. Een voor iedereen en altijd bereikbare basisvoorziening; een spilfunctie in de ontwikkeling van de journalistiek en het cultuurdragerschap in de regio. Het vertalen van de journalistieke basisvoorziening in een concreet programma-schema is de taak van iedere individuele regionale omroep, waarbij de regionale mediaraad het programmabeleid vaststelt en de financiële mogelijkheden per publieke media-instelling een rol spelen. **(cbp, p. 19, 20)**
- Regionale omroepen creëren journalistieke impact. Zij hebben een eigen onderzoeksfunctie en brengen regionaal nieuws op een toegankelijke wijze. **(cbp, p. 19)**
- Regionale omroepen zijn relevant en vertalen grote en afstandelijke politieke besluiten naar effecten die het publiek persoonlijk en in de directe leefomgeving raakt. **(cbp, p. 19)**
- Regionale omroepen voorzien in de behoefte aan snel 'dagnieuws' als in de behoefte aan duidend en verdiepend nieuws over thema's die er toe doen in de regio. **(cbp, p. 19)**
- Kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek bedrijven en regio's versterken door bij te dragen aan de regionale identiteit. **(cbp, p. 20)**
- Regionale omroepen zijn sterke merken en zelf cultuurdragers die online, sociale en fysieke communities mee helpen vormen. **(cbp, p. 22)**
- Verslag kunnen doen van evenementen met een nabije organisatie in iedere regio. **(cbp, p. 21)**
- Verschillende regionale omroepen besteden op een laagdrempelige en volwaardige wijze aandacht aan streektaalen, dialecten, nieuwe en de tweede rijkstaal, de Friese taal. **(cbp, p. 22)**

