

ARD en ZDF moeten online nieuwsaanbod inperken

Achtergrond - 20 juni 2018 - Auteur: Marja Verburg

De Duitse publieke omroepen moeten hun online nieuwsaanbod inperken. Met dit besluit lijkt een jarenlange strijd tussen de omroepen en krantenuitgevers beslecht. Duitse kranten, die hun inkomsten al jaren zien teruglopen, noemden de uitgebreide gratis nieuwsvoorziening van ARD en ZDF oneerlijke concurrentie.

- *Nieuwssites van de Duitse publieke omroep moeten zich voortaan meer concentreren op audio en video en minder op tekst*
- *In ruil mogen de omroepen films, series en sportuitzendingen langer online aanbieden*
- *Film- en tv-producenten zijn boos: zij vrezen dat hun inkomsten dalen*

Wat de Duitse publieke omroep op internet wel en niet mag, was tot nu toe onduidelijk. Over publicaties op internet stond in de wet dat de publieke omroep online geen 'presseähnliche' producten mag aanbieden. Daarbij gaat het vooral om het gebruik van tekst. Matthias Döpfner, voorzitter van de bond van Duitse krantenuitgevers (BDZV), pleitte eerder voor een 33/66-procent-concept. Daarbij bestaan de nieuwssites van de publieke omroepen dan voor maximaal een derde uit tekst en voor minimaal tweederde uit video en audio. Bovendien zouden teksten niet te lang online mogen blijven. Maar wanneer een artikel precies *presseähnlich* is, en hoe lang teksten te zien mogen zijn, daarover verschilden de meningen.

De minister-presidenten van de deelstaten, die in de [Rundfunkkommission](#) over het Duitse mediabeleid beslissen, konden het de afgelopen maanden ook niet eens worden over een nieuwe zogenoemde *Telemedienauftrag*. Uiteindelijk besloten de krantenuitgevers en de publieke omroepen zelf om de tafel te gaan zitten. Dat leidde tot een compromis dat vorige week door de minister-presidenten is overgenomen. De deelstaatparlementen moeten het besluit nog wel goedkeuren.

Minder tekst, meer audio en video

In Nederland dringen kranten er ook al jaren op aan de online activiteiten van de omroepen te beperken ([zie deze brandbrief uit 2015](#)). Vorig najaar schreven de vijf grootste kranten weer zo'n [verzoek](#) aan minister Slob, verantwoordelijk voor mediabeleid. Nederlandse journalisten zien Duitsland als voorbeeld van hoe de verhouding tussen de publieke omroep en de kranten geregeld moet zijn, zei Frits Campagne, voorzitter van de brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven NDP en voormalig directeur van De Persgroep, vorig jaar in het FD ([lees hier het NDP-standpunt over het online aanbod van de publieke omroep](#)).

Het compromis houdt in dat de nieuwssites en de nieuws-apps van de publieke omroepen ARD, ZDF en Deutschlandradio zich voortaan sterker moeten concentreren op audio en video. Ze mogen nu wel zelf bepalen hoe lang die bijdragen online blijven staan. Daarnaast mogen de omroepen hun mediatheken uitbreiden met onder meer Europese series, films en documentaires. Voor alle producties, ook Duitse, geldt dat ze 30 dagen online mogen blijven staan, in plaats van de zeven dagen die tot nu toe golden. Sportuitzendingen zijn voortaan zeven dagen in plaats van 24 uur beschikbaar in de mediatheek.

De bedoeling is dat er een arbitragecommissie komt waarin vertegenwoordigers van de omroepen en de krantenuitgevers zitten, die uitspraak doet bij onenigheid over tekstbijdragen van de omroepen. Tekstbijdragen zijn overigens niet helemaal verboden, transcripties van uitzendingen mogen bijvoorbeeld wel - Deutschlandfunk, onderdeel van Deutschlandradio, schrijft regelmatig interviews uit op zijn nieuwssite.

Betaalmuren

De omroepen en de kranten zijn tevreden met het compromis, maar in de praktijk zal er nog heel wat discussie volgen, zei mediajournalist Christoph Sterz vorige week tegen [Deutschlandfunk](#). Döpfner vindt het belangrijk dat nu in één blik duidelijk is dat nieuwssites van de publieke zenders een ander zwaartepunt hebben dan die van de kranten. "Dan hoeven er geen woorden te worden geteld." Hij bendarukte dat met de nieuwe *Telemedienauftrag* de pluriformiteit van de media behouden kan blijven. En de omroepen en de kranten kunnen nu samenwerken in de concurrentiestrijd met grote Amerikaanse bedrijven als Facebook en Google, zo zei hij op de [site van de BDZV](#).

De omroepen en de kranten zijn tevreden met het compromis, maar in de praktijk zal er nog heel wat discussie volgen

Er was de kranten veel aan gelegen tot een nieuwe regeling te komen. Hun

inkomsten dalen, vooral door teruglopende advertentie-inkomsten ([zie hier cijfers van de BDZV](#)). Om toch geld te verdienen, ook met de papieren uitgaven, schermen Duitse kranten een deel van hun websites af voor niet-betalend publiek. Maar winst maken ze met hun betaalmuren niet, gaf Döpfner eind vorig jaar toe.

Film- en tv-producenten 'verbijsterd'

ZDF-intendant Thomas Bellut is blij met de uitgebreidere mogelijkheden van de mediatheek. “We hebben nu nieuwe mogelijkheden op internet en kunnen deze nieuwe wereld beter doorgronden”, zei hij. Helemaal onbeperkt mag het aanbod van de mediatheken niet zijn, omdat de publieke zenders niet te veel concurrentie mogen vormen voor de commerciële zenders. Ook moeten de zenders producenten meer betalen als een productie langer online beschikbaar blijft.

Vertegenwoordigers van de Duitse film- en tv-industrie - onder hen ook regisseurs en draaiboekauteurs - zijn boos over het compromis. Nu hun producties langer in de mediatheken van de publieke zenders te zien blijven, kunnen zijn hun films of documentaires moeilijker aan anderen, zoals streamingdiensten, aanbieden. Daarmee vallen inkomsten weg, vrezen ze. Ze zijn “verbijsterd dat de politiek het bezwaar van de audiovisuele culturele en creatieve industrie compleet genegeerd heeft”, meldt [Spiegel Online](#). Het antwoord van de cultuursenator van de deelstaat Hamburg daarop is dat de zenders en de producenten het samen eens moeten worden over nieuwe verdienmodellen. De deelstaten verwachten van hen dat ze daar uitkomen.

Dit is een artikel gedownload via duitslandinstituut.nl.

Artikel:

<https://www.duitslandinstituut.nl/artikel/26606/ard-en-zdf-moeten-online-nieuwsaanbod-inperken>