

A photograph of a person walking a tightrope between two buildings. The person is silhouetted against a bright blue sky. The buildings are modern, with one on the left and one on the right. The tightrope is a thin line stretching across the frame. The overall mood is adventurous and daring.

Meer ruimte voor avontuurlijk gedrag

*Verslag van de werkconferentie
'Omroep en Cultuur' die plaatsvond
op 27 april 2010 en werd georganiseerd
door het Ministerie van OCW,
de Nederlandse Publieke Omroep en
de Cultuurformatie*

*Een vijftigtal mensen uit de culturele sector en de (publieke)media
ging met elkaar in gesprek in de IJ Kantine te Amsterdam.*

Aan het programma werkten onder anderen mee:

Hans van Beers (gespreksleiding),

Marjan Hammersma (directie media OCW),

Monique Vogelzang (directie kunsten OCW),

Madeleine de Cock Buning (Commissariaat voor de Media),

Ruurd Bierman (NPO)

Bert Holvast (Cultuurformatie).

*Samenwerkingsprojecten tussen de AVRO en het Nederlands Uitburo,
tussen Radio 4 en orkesten en ensembles, tussen NPS/het Klokhuis en het
Nationaal Historisch Museum werden gepresenteerd.*



Omroep en cultuur: ruimte voor avontuurlijk gedrag

Drie casussen waarin de publieke omroep succesvol samenwerkt met de cultuursector stonden centraal op de werkconferentie 'Omroep en Cultuur', die op 27 april 2010 plaatsvond in de IJ Kantine in Amsterdam-Noord. De auteursrechten en regelgeving lijken niet langer onneembare vestingen in deze samenwerking te zijn. Nieuwe mogelijkheden liggen in het verschiet.

De AVRO en het Uitburo werken aan een levendige uitbreiding van de populaire uitgaanssite de Cultuurgids en maken het audiovisuele materiaal rond concerten, theater of exposities op internet toegankelijk. Ook het Virtueel Muziekhuis, een samenwerkingsproject van Radio 4 met orkesten en ensembles, moet een schat aan archiefmateriaal ontsluiten en kan een breed publiek enthousiasmeren voor klassieke muziek. In de derde casus werken de NPS en het Nationaal Historisch Museum samen aan een omvangrijke serie afleveringen van Het Klokhuis rond de vijftig vensters van de Canon van de geschiedenis van Nederland.

Bert Holvast van de Cultuurformatie hoopt aan de hand van deze casussen een stevige stap vooruit te zetten: "Elkaar als kunstensector en omroepwereld vrijblijvend de liefde te verklaren is een fase die ver achter ons ligt", houdt hij de aanwezigen voor. "Zoals ook te krappe budgetten, het auteursrecht of de regelgeving niet langer een alibi zijn om de liefde tot onmogelijke liefde te verklaren." Deze werkconferentie dient om de knelpunten te overwinnen en de drie projecten ziet hij als toekomstverkennde initiatieven: "Maak ruimte voor avontuurlijk gedrag!" De bijeenkomst, een initiatief van het Ministerie van OCW, de Cultuurformatie en de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), is het vervolg op een eerdere conferentie in juni 2008. Die maakte duidelijk dat rechten en regelgeving de grote obstakels waren in de samenwerking, waarop voormalig minister Plasterk toezegde het beleid op dit terrein te verhelderen. Op zijn verzoek presenteerde het Commissariaat voor de Media in september 2009 een brief en drie maanden later een brochure* met een toelichting op de samenwerkingsmogelijkheden. Met de kanttekening dat samenwerking tussen omroepen en culturele instellingen soms ook strandt om andere redenen, waaronder de cultuurverschillen tussen beide werelden.

STOKPAARDJES

Onder het motto 'de brug bouwen terwijl je er op loopt', heet gespreksleider **Hans van Beers** de aanwezigen in de bovenzaal van de IJ Kantine welkom. "We voeren vandaag geen discussie over de vraag of er meer of minder kunst op televisie moet en ook niet of kunst al dan niet een plek op prime time verdient", stelt hij met een verwijzing naar bekende stokpaardjes. "Goede kunst levert niet zomaar goede televisie op. Al klinkt een Mahlersymfonie in de concertzaal nog zo prachtig, het is oersaai televisie. De meeste kunstmensen kijken dan zelf ook liever naar voetbal."

De betreffende brief van het Commissariaat voor de Media noemt hij 'een kille demonstratie van het feit dat kunst en televisie twee media zijn die sterk van elkaar verschillen'. "Deze werkconferentie is er echter niet om te verzanden in de regelgeving", benadrukt hij net als Bert Holvast. "Maar om te kijken wat er wél mogelijk is en hoe de samenwerking is te stimuleren."

* Titel brief: 'samenwerking publieke omroep-culturele instellingen',
'brochure publiek-private samenwerking'



Na een korte introductie van de sprekers bijten **Monique Vogelzang** en **Marjan Hammersma** het spits af. Als verantwoordelijken van respectievelijk de Directie Kunsten en Directie Media, Letteren en Bibliotheken van OCW blikken zij terug op de voorgeschiedenis. Naar aanleiding van de oproep van minister Plasterk om de samenwerking steviger van de grond te krijgen, namen de twee directies het voortouw voor de conferentie in 2008. Daar kwam naar voren dat veel goede ideeën geen werkelijkheid zouden worden door de mediawetgeving. “Is dat wérkelijk zo?”, is hun retorische vraag. “De mediawet is niet het enige obstakel in de samenwerking. Bovendien is de regelgeving niet statisch en de interpretatie ervan verandert onder invloed van nieuwe ontwikkelingen.”

Het advies aan de aanwezigen is dan ook: “Ontwikkel de ideeën die er zijn en ga vervolgens het gesprek daarover aan met het Commissariaat voor de Media. Er is vaak meer mogelijk dan je denkt.”

Juist nu de subsidies voor omroep en cultuur onder vuur liggen, is het van belang de krachten te bundelen en het maatschappelijk draagvlak te vergroten, benadrukken zij. Voor de culturele sector blijft de televisie een belangrijke etalage en hoeder van het cultureel erfgoed.

Andersom kan de cultuursector de televisieprogrammering verrijken en specifieke publieksgroepen bereiken. “Het is onze taak die samenwerking binnen de wettelijke mogelijkheden te stimuleren. Daar waar wij vaststellen dat er fricties zijn, kunnen wij kijken waar het beleid te verbeteren valt.”

Sinds de vorige conferentie hebben alle partijen zich ingezet de samenwerking te bevorderen, benadrukken zij; nu is het tijd aan de hand van de drie casussen de balans op te maken.

Ruurd Bierman, lid van de Raad van Bestuur van de NPO, vindt dat er sinds de vorige werkconferentie tal van bruggen zijn geslagen tussen de eilanden, waarmee hij cultuur en omroep vergelijkt. Hij verwijst onder meer naar contacten in de afgelopen periode met de Uitmarkt, IDFA, Oerol en Lowlands en het debat rond Toneel op Twee. “AVRO, NPS en VPRO verzorgen veel kunst en cultuur op radio, televisie en internet en zijn als sponsor of mediapartner betrokken bij festivals en andere evenementen. Daarnaast is er aandacht voor cultuur bij andere omroepen, in programma’s als het journaal of DWDD. Ruim 5 % van onze tv-programmering bestond in 2009 uit kunstinformatie, 3,5 % uit muziek en dans, meer dan 5 % uit Nederlandse fictie en nog eens bijna 2% uit cabaret en satire.”

Hij schetst een rooskleurig toekomstbeeld: “De programmering van de publieke omroep zal zich in toenemende mate uitstrekken tot andere platforms dan de traditionele hoofdnetten en zenders. Om aan te sluiten bij het brede publiek maar ook bij kleinere en specifieke publieksgroepen. Daarin zijn de contacten met het culturele veld steeds belangrijker”, voorspelt hij. Ook in het eerder dit jaar verschenen Concessiebeleidsplan voor de periode 2010-2016 is kunst opnieuw een speerpunt, zegt hij.

Om daadwerkelijk een stap vooruit te kunnen zetten, is een antwoord op de volgende vragen van belang: “Hoe gaan we om met de auteursrechten? Aan welke eisen moet een culturele instelling voldoen om als zodanig aangemerkt te worden? Wat is de definitie van ‘gelijkwaardigheid’ in de samenwerking tussen omroep en culturele instelling?”

“De regelgeving op dit gebied wordt als een moeras ervaren”, benadrukt hij nog maar eens.



“Omroepen zijn huiverig en plegen zelfcensuur om het risico op een boete van het Commissariaat voor de Media te vermijden.”

SNELCURSUS MEDIARECHT

Hans van Beers introduceert commissaris **Madeleine de Cock Buning** die hierin namens het Commissariaat voor de Media helderheid zal scheppen, als ‘streng maar rechtvaardig’. “Het commissariaat is er niet op gericht onnodige obstakels op te werpen”, beaamt zij, “maar zet zich in voor een werkbare en rechtvaardige vorm van samenwerking.” Om betrokkenen uit ‘het moeras’ te trekken biedt de commissaris een kapstok voor de bespreking van de drie casussen. Wat volgt is een snelcursus mediarecht aan de hand van een serie sheets, waarin zij de relevante regelgeving van verhelderend commentaar voorziet*. Belangrijk is de recente verruiming van de samenwerkingsmogelijkheden tussen publieke media instellingen en culturele instellingen. Daarbij gaat het om een gelijkwaardige vorm van crossmediale samenwerking. Deze wordt niet aangemerkt als sponsoring of een nevenactiviteit en hoeft dus niet de toets op relatie, kostendekkendheid en marktconformiteit te doorstaan. “Bij de beoordeling van de gelijkwaardigheid kijkt het Commissariaat zowel naar personele, financiële als immateriële zaken”, benadrukt zij. De partners moeten al bij aanvang gebruik maken van elkaars expertise en de samenwerkingsperiode duurt maximaal drie jaar, met mogelijke verlenging. Na afloop volgt de evaluatie door het Commissariaat voor de Media. **Ruurd Bierman** en **Hans Maarten van den Brink**, directeur van het Mediafonds, zien een adder onder het gras: “In de loop van de samenwerking kan de verhouding tussen de bijdragen van partijen wijzigen waardoor je plotseling in een ander regime valt. Het ‘nevenactiviteitenregime’ als de bijdrage van de omroep groter is of het ‘sponsoringregime’ als de bijdrage van de samenwerkingspartner groter is.” Beide regimes doen geen recht aan het doel van de samenwerking waar het hier om gaat, vinden zij. De discussie hierover steekt ook naar aanleiding van de drie casussen die volgen steeds de kop op.

Andere verruimingen van de regelgeving roepen minder discussie op. Het is toegestaan de naam van een culturele instelling te vermelden in de titel van een programma, evenals de diensten of producten van die instelling. Om een terugkerend misverstand uit de weg te helpen: “Positief recenseren, vermelden hoeveel kaartjes er zijn en tegen welke prijs is allemaal toegestaan”, benadrukt **Madeleine de Cock Buning**. “Wat niet mag is een oproep tot bezoek aan een cultuurevenement.”

Culturele instellingen zijn in de ogen van het Commissariaat: uitvoerders van podiumkunsten, musea, filmhuizen en bioscopen, culturele centra, culturele festivals, erfgoedinstellingen en ondersteunende instellingen. De vraag komt naar voren wat in dit verband wordt verstaan onder ‘meer dan normale winst’. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als een omroep fungeert als springplank voor een culturele instelling.

Bert Holvast bedankt de commissaris voor haar heldere uitleg, die zij tijdens de bespreking van de casussen zal vervolgen. Als opmaat naar de presentaties legt hij de nadruk op de digitale actualiteit: “Zowel omroepen, mediabedrijven als culturele instellingen missen een



pasklaar antwoord op de explosie aan communicatie op sociale media via de computer of het mobieltje. Het aantal twitteraars steeg in 2009 met 500% naar 75 miljoen. Nu zijn het er al 105 miljoen, zo maakte Twitter vorige week bekend. Google vermeldt dat in 2013 60% van internet uit filmpjes zal bestaan. De digitalisering zorgt ervoor dat het media-aanbod haast onbeperkt kan worden uitgebreid.”

De samenwerkingsprojecten verhouden zich tot dit soort ontwikkelingen, die zich dagelijks vernieuwen. Nieuwe media en podia worden nu al gebouwd, zegt hij, door zowel omroepen als musea, door mediabedrijven én theatergezelschappen. Zo ontstaan er bijvoorbeeld tal van ‘paramuseale activiteiten’ doordat musea hun activiteiten tot ver buiten hun gebouw voortzetten. “Deze nieuwe, fascinerende ruimte voor samenwerking tussen omroep en cultuur vraagt inderdaad ook om herdefiniëring van regels en afspraken voor deze samenwerking”, zegt hij.

Tot de aanwezigen: “U wordt gevraagd -en zo nodig door de voorzitter gedwongen!- vanmiddag al uw vragen, gedachten en opmerkingen concreet te maken door deze expliciet te betrekken op de drie projecten die aan u worden gepresenteerd.”

Cultuurgids+ CASUS 1: AVRO EN UITBURO

Margot Gerené, directeur van het Nederlands Uitburo en **Peter Joziase**, hoofd business development van de AVRO, starten de presentatie van hun casus met een filmpje rond de website van De Cultuurgids (cultuurgids.avro.nl). AVRO en Uitburo zien mogelijkheden om in het verlengde hiervan het audiovisuele materiaal rond kunstuitingen, van zowel de omroepen als culturele instellingen, digitaal toegankelijk te maken. In de eerste plaats voor podia, musea, gezelschappen en andere cultuurorganisaties maar ook om in te spelen op de consument.

Margot Gerené: “Het consumentengedrag verandert, mensen zijn steeds meer multimediaal ingesteld en willen zelf ook iets toevoegen: hun eigen mening geven op weblogs of de informatie in de eigen sociale netwerken integreren.” Audiovisueel materiaal blijkt mensen langer vast te houden op internet en hen actief tot cultuurbezoek aan te zetten. “Dit alles vraagt om nieuwe marketingtechnieken die ook de voor- en napret rond het cultuurbezoek stimuleren.”

Belangrijk is de invoering van een zogeheten cultureel identificatienummer, ofwel CIDN. “Bijvoorbeeld Hamlet van het Ro Theater: alle content rond die voorstelling krijgt eenzelfde nummer dat in een register is terug te vinden. Zo kun je ook andere informatie daaraan linken. Het Ro Theater kan zelf op dit platform kijken, de content op de eigen site pluggen en dit twitteren naar hun publiek, dat het vervolgens weer op hun Facebook zet. Zo verspreidt het zich dus razendsnel!”

Het landelijk CDIN register moet bij voorkeur binnen een jaar operationeel zijn. De pilot van AVRO en Uitburo dient om te kijken of het idee werkt en inderdaad op de juiste plekken



terechtkomt. Tegelijkertijd is het een toekomstverkenning, met het doel de samenwerking naar steeds meer partijen uit te breiden.

“Vindt u dit een goed idee, om elkaars materiaal op deze manier beschikbaar te stellen?”, vraagt gespreksleider **Hans van Beers**. Het lijkt een culturele variant van Marktplaats, waar je aan de hand van een uniek nummer wat in stopt en wat uithaalt, is de nuchtere conclusie in de zaal.

Bram de Ronde, zakelijk leider van het Ro Theater, vraagt zich af “waar mijn informatie in zo’n systeem naar toe gaat?” Er is een groot verschil met de voor iedereen toegankelijk filmpjes op YouTube, benadrukken de initiatiefnemers. “Je bepaalt zelf hoe open de informatie is, vergelijkbaar met Uitzending Gemist: je stopt het materiaal in een systeem en kiest hoe lang en waarvoor het gebruikt mag worden. Het platform is in principe bedoeld voor de zakelijke gebruikers, maar die kunnen het vervolgens zelf op open kanalen publiceren.” Nu maakt iedereen zijn eigen filmpjes en houdt ze vervolgens voor zich. Waarmee een schat aan audiovisueel materiaal verborgen blijft voor een potentieel publiek.

Jet de Ranitz, zakelijk leider Nederlands Danstheater, zegt dat hun eigen filmpjes slechter zijn dan die van de omroep en vraagt zich af of die met dit systeem toch zijn te uploaden. Ook heeft zij veel NPS materiaal. “Hoe ga je daar mee om zonder de NPS voor de schenen te schoppen?”, vraagt zij zich af.

“Als de kwaliteit van een filmpje niet goed is, wordt het waarschijnlijk weinig bekeken maar uploaden is toegestaan”, is het antwoord. Het is de bedoeling dat ook de NPS in dit project wordt betrokken en in dat geval levert de tweede vraag evenmin een probleem op.

NPO CULTUURPLATFORM

Hans van Beers is sceptisch: “Zijn al die andere omroepen plotseling zomaar bereid hun spullen op internet te plaatsen?”, vraagt hij. De AVRO wil het plan samen met de NPS en VPRO verder ontwikkelen. “Het is geen ‘AVRO-dingetje’”, stelt **Peter Joziasse**. “Het gaat uiteindelijk om een veel breder NPO cultuurplatform.”

De NPS beschikt verreweg over de grootste hoeveelheid materiaal. Gaat het hier om een gezamenlijke toekomstwens?, vraagt **Hans van Beers** nogmaals. “De NPS zegt ja en wij ook”, antwoordt **Ruurd Bierman** waarmee hij min of meer de weg vrijmaakt voor dit project. Het feit dat dit materiaal met publiek geld is gemaakt en dus ook publiek toegankelijk moet blijven zal in zijn optiek voorwaarde zijn voor de Raad van Bestuur van de NPO om toestemming te geven. AVRO, NPS en VPRO die de handen ineen slaan? **Hans van Beers** vindt het haast te mooi om waar te zijn.

Na de eerste euforie over de potentie van dit plan dienen zich toch beren op de weg aan. “Hoe gaan we in dit geval om met de mediawetgeving?”, vervolgt **Hans van Beers**. De samenwerking tussen AVRO en Uitburo in de Cultuurgids is aangemerkt als een sponsor-overeenkomst. Bij de uitwerking van dit ‘Marktplaatsverhaal’ zijn echter veel meer partijen betrokken. Hoe gaan zij dat aanpakken?, vraagt men zich af.

Misschien is gelijkwaardige samenwerking een geschikte optie voor de samenwerking tussen AVRO en Uitburo. Maar hoe ga je dan om met andere partners, zoals bijvoorbeeld een individuele instelling als Theater Carré?



“We hebben ernaar gekeken en het is een hartstikke leuk project”, vindt **Madeleine de Cock Buning**. “Maar hiermee grijp je behoorlijk in de markt in. Daarom blijft het voor het Commissariaat van belang er terughoudend mee om te gaan. Voor ons is de gelijkwaardigheid van de samenwerking niet geheel duidelijk.” Als het project daar niet aan voldoet, moet het achteraf worden aangemerkt als nevenactiviteit, wat haar in dit geval geen probleem lijkt. **Peter Joziasse** zegt, zoals ook eerder naar voren kwam, dat je van tevoren vaak niet weet hoe een samenwerkingsvorm zich ontwikkelt. “Je kunt het pas na drie jaar formeel vast laten stellen en wilt natuurlijk niet het risico lopen op een boete”, beaamt **Ruurd Bierman**. Het onderwerp ligt gevoelig. **Hans Maarten van den Brink** vraagt zich af wat de meerwaarde is van de regels rond gelijkwaardigheid.

Madeleine de Cock Buning heeft echter een oplossing: “Bij een twijfelgeval de samenwerking eerst melden als nevenactiviteit en van daaruit doorgroeien naar gelijkwaardigheid.” Ook voor een ander struikelblok in deze casus ziet zij een mogelijke oplossing. “Waarom is het Uitburo volgens het Commissariaat geen culturele instelling?”, vraagt **Willemijn Maas**, directeur van de AVRO. “Het gaat om kaartjes verkopen”, is het antwoord. Maar als het Uitburo zich profileert als ondersteunend voor de culturele instellingen ligt het anders. “Eventueel zou je een aparte rechtspersoon kunnen oprichten om deze activiteit in onder te brengen.” Veel juridische regels zijn fluïde, benadrukt **De Cock Buning**. “Het is mogelijk om met ons van gedachten te wisselen en gezamenlijk tot een aanvaardbare oplossing te komen.”

Virtueel Muziekhuis

CASUS 2: RADIO 4, ORKESTEN EN ENSEMBLES

“Een briljant en noodzakelijk plan!”, zegt **Hans van Beers** over het Virtueel Muziekhuis van Radio 4 in samenwerking met orkesten en ensembles. De internetsite voor klassieke muziek moet een platform bieden aan de schat aan archiefmateriaal van de NPO. In het archief van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid ligt zo’n 30.000 uur aan concertregistraties opgeslagen. “Als die banden vol muzikaal materiaal van vroeger tot nu liggen te verpulveren, moet je ze zien te conserveren en tegelijkertijd een verbinding leggen met de actualiteit”, vertellen directeur **Johan Dorrestein** van de Amsterdamse Cello Biënnale en **Rob Heukels** van Heukels Advies.

Ze zijn voor Radio 4 bezig met verkennen van het materiaal en het digitaliseren daarvan. “Een Virtueel Muziekhuis kan concerten een volgend leven geven en verrijken met extra content, om een nieuw publiek voor klassieke muziek bereiken. Ons streven is dit idee steeds verder te verbreden en ook andere podia te creëren, naast internet misschien ook inspelen op nieuwe mobiele distributiemogelijkheden.” Ook wordt gedacht aan samenwerking met Kennisnet, voor kunsteducatie op scholen.

Het initiatief vraagt ook van musici een mentaliteitsomslag: “Zij moeten zich realiseren dat hun band met het publiek niet stopt op het moment dat mensen de concertzaal verlaten of de radio uitzetten. Op internet gaat het non-stop door en ook daar moeten musici een actieve rol gaan spelen.”



“Wat houdt musici tegen zich hieraan te verbinden?”, vraagt **Hans van Beers**. “Dat zij hun traditionele manier van produceren moeten doorbreken”, denken de initiatiefnemers. “Zich ook bezig moeten houden met het geven van interviews en het maken van filmpjes rond ‘the making of’. Zij moeten dus uit hun eigen wereld stappen en meewerken aan een andere vorm van muziekjournalistiek. Dat is nogal een hobbel voor hen.” Maar in plaats van het geijkte concert in besloten sfeer zou dit de muur rond klassieke muziek neerhalen, benadrukken zij. “We zouden het platform het liefst in het hart van het Nederlandse muziek-leven positioneren, als ‘the place to be’ voor liefhebbers van klassieke muziek.”

Ines Mochel, beleidsmedewerker bij de VSCD was enige tijd geleden aanwezig bij een bijeenkomst in Het Concertgebouw over de collectieve promotie van muziek. “Daar moet contact mee gelegd worden”, vindt zij. “Ook daar leeft het idee om een breder publiek te bereiken.”

UIT DE MODDER

Hans Maarten van den Brink benoemt de twee invalshoeken die in deze casus van belang zijn. “Het een draait om gezamenlijk aandacht vragen voor wat er cultureel speelt, het ander gaat over het ontsluiten van materiaal en achteraf regelen van de rechten.”

Het idee is om de content voorlopig ‘on demand streaming’ aan te bieden en mogelijk via een beveiligde download met tijdelijk gebruik. Naar het voorbeeld van Muziekweb.nl van de Centrale Discotheek Rotterdam.

De verdere ontwikkeling van het Virtueel Muziekhuis vraagt echter om overleg met en over: cao’s, musici, solisten, ensembles, uitgevers of auteursrechtorganisaties. Een mogelijke constructie is een samenwerkingsovereenkomst waarbij orkesten en ensembles het bezit van hun auteursrechten inbrengen, zodat zij ook inkomsten ontvangen. Dergelijke ideeën moeten onderzocht worden in samenwerking met de Raad van Bestuur van de NPO, vindt men, in een ‘taskforce rechten’.

De term ‘auteursrechten’ doet de discussie onvermijdelijk opvlammen. **Michiel de Rooij**, directeur van FlinckFilm: “Het gaat om een redelijke, billijke vergoeding van die rechten. Een omroep doet het ‘om niet’ terwijl een uitgever het voor geld aanbiedt. De makers hebben die inkomsten nodig.” **Jet de Ranitz** vertelt dat in de cao voor de dans afspraken zijn vastgelegd over naburige rechten. Zij vindt dat de omgang met freelancers anders is, die moeten er immers van leven.

De een ziet kansen in overleg met auteursrechtenorganisaties als Buma: “Die willen meestal alleen innen maar kunnen zelf ook baat hebben bij een collectieve overeenkomst.” Anderen zijn van mening dat directies hierover ‘beter moeten dealen met hun artiesten’. Wellicht is de bal door te spelen naar OCW. Is er door hen een constructie te bedenken dat door een omroep uitgezonden concerten vervolgens rechtenvrij ter beschikking komen?

Madeleine de Cock Buning: “Al is een concert of registratie betaald met publieke middelen, de auteursrechten liggen nu eenmaal bij de makers. Je kunt niet om die rechten heen. Probeer er dus met elkaar uit te komen.” OCW zou wél kunnen mediëren: “Help de partijen uit de modder”, zegt zij.



Johan Dorrestein ziet wel mogelijkheden om tot afspraken te komen: “Ensembles zijn soepeler dan orkesten maar ook daar komt meer openheid om een en ander te regelen met de musici. Steeds meer orkestleden raken overtuigd van het belang van een initiatief als dit voor de klassieke muziekwereld.” **Marjan Hammersma**: “Het idee is juist dat er meer publiek en belangstelling komt voor hun activiteiten, zowel in de zaal als via andere kanalen. Dat moet je benadrukken om ze over de streep te trekken.”

Bert Holvast vindt dat je de ruimte moet nemen om dit soort zaken uit te werken maar ondertussen wel moet doorpakken. “De locomotief gaat het station uit en vervolgens kijk je welke treinen daarbij aangehaakt kunnen worden. Maar laat die locomotief niet wachten tot iedereen eindelijk zover is.”

Klokhuis over de Canon

CASUS 3: NPS (HET KLOKHUIS) EN NATIONAAL HISTORISCH MUSEUM

De productie van de omvangrijke serie afleveringen van Het Klokhuis rond de vijftig vensters van de Canon van Nederland moet bij voorkeur al in september 2010 van start gaan. De samenwerking tussen omroep en culturele instelling lijkt hier als vanzelfsprekend te verlopen.

Loes Wormmeester, eindredacteur van Het Klokhuis, en **Hubert Slings**, hoofd educatie van het Nationaal Historisch Museum (NHM) vinden elkaar in een brede blik op hun vakgebied. **Hubert Slings** ziet het gebouw dat het museum huisvest slechts als een onderdeel van zijn werkterrein. Het gaat hem om de collectie en alle mogelijke initiatieven om die naar buiten te brengen, van een promotietrein door Nederland tot samenwerking met de NPS. Investeren in nieuwe media en technologie heeft daarin de toekomst.

Ook **Loes Wormmeester** definieert Het Klokhuis niet simpelweg als een televisieprogramma. “Onze expertise is breder: op visuele en innovatieve wijze informatie overdragen. De educatieve waarde van het programma heeft te maken met de variatie aan manieren waarop wij informatie bij de kijker brengen.”

De taakverdeling is helder: Het Klokhuis ontwikkelt de vijftig televisieafleveringen en zendt deze uit. Canonexpert NHM checkt van tevoren de inhoud en verzorgt de educatieve toepassing zoals op de reeds bestaande canonwebsite ‘entoen.nu’ en screenings in het museum in Arnhem.

“Ook de afspraken met de commissie Van Oostrom, die de Canon van Nederland samenstelde, verliepen vlekkeloos. “Dat ging allemaal heel snel, die gesprekken met de betrokken partijen. Iedereen wil groots en meeslepend aandacht besteden aan de historie van Nederland.”

VONDELING

Juristen moeten het een en ander in contractvorm vastleggen en daar lijkt het lastig. “Er zijn in dit geval twee mogelijke samenwerkingsvormen. Een jeugdprogramma mag worden gefinancierd door een culturele organisatie. Die formule gebruiken wij, met een licentie



voor het beschikbaar stellen van het educatief materiaal aan het NHM. De mediawet vraagt van cofinanciers een CBF-keurmerk maar het NHM voldoet niet aan een van de vereisten daarvoor, namelijk dat het NHM minimaal drie jaar moet bestaan.”

De tweede mogelijkheid is publiek private samenwerking, maar de eis van gelijkwaardigheid is in dit stadium nog niet te staven. Het NHM heeft bijvoorbeeld meer betaald dan de NPS.

Hans Maarten van den Brink denkt aan de volgende constructie: “Als het museum de filmpjes produceert en verkoopt aan de NPS is het financieel gelijkwaardig.” Dit gaat echter alleen op voor samenwerking met een producent, reageert **Madeleine de Cock Buning**. De definitie van wat ‘een producent’ is, lijkt naar zijn idee verouderd. Juist musea treden immers steeds vaker als producent op.

“Hoe kunnen wij de samenwerkingsovereenkomst formaliseren, zodat wij na de zomer kunnen beginnen?”, is de prangende vraag van de initiatiefnemers. De ogen zijn gericht op de aanwezigen namens het Commissariaat voor de Media, die in een onderonsje snel met elkaar overleggen. Uit de meegebrachte briefwisseling blijkt dat de NPS nog duidelijkheid over enkele details zou verschaffen. **Madeleine de Cock Buning** stelt een volgend gesprek voor: “Het zou jammer zijn als dit verzandt in juridische regelgeving waar vast een oplossing voor te vinden is.”

Ook tegen de andere aanwezigen zegt zij nogmaals: “Kom bij ons sparren. We willen het u niet onmogelijk maken maar de mediawet effectief toepassen.”

In zijn afsluiting van de werkconferentie concludeert **Bert Holvast**: “Ik zie stippen aan de horizon die snel groter worden en tot een kettingreactie van initiatieven kunnen leiden.” De crossmediale ontwikkelingen ziet hij als een sterke basis voor de samenwerking en bundeling van expertise. “Het maakt nieuw avontuurlijk gedrag mogelijk voor omroep en cultuur.”

Hij stelt voor om ‘doorwaadbare plekken te creëren’ voor de samenwerking. “Niet de hete aardappel bij OCW leggen. Maar zelf met Buma en de brancheorganisaties overleggen om tot afspraken over de auteursrechten te komen.” Het Commissariaat voor de Media is geen ‘loket waar je een vondeling neerlegt’, benadrukt hij. Je kunt met hen in overleg treden.

Hans van Beers stelt voor de drie casussen de komende tijd te blijven volgen en over enige tijd opnieuw te bespreken, om te kijken hoe ze verder zijn geëvolueerd. De middag is in zijn ogen geslaagd als de initiatiefnemers van de projecten weten hoe ze verder moeten en toezichthouders, overheden en andere betrokkenen naar huis gaan met ideeën om nieuwe ruimte voor samenwerking te creëren. Dit lijkt zeker het geval.

*Deelnemers Werkconferentie samenwerking
publieke omroep & culturele instellingen
27 april 2010 IJ Kantine Amsterdam*

Gespreksleider: Hans van Beers
Verslag: Anita Twaalfhoven

Naam	Positie	Organisatie
Aalberts, Babette	media & entertainment advocaat	Adam Legal
Beckx, Emma	omroepjurist	AVRO
Berg, van den, Hans Onno	directeur	VSCD
Bierman, Ruurd	lid raad bestuur	Nederlandse Publieke Omroep
Boer, Bert	hoofd marketing en communicatie	Nederlandse Museum Vereniging
Boonekamp, Doreen	directeur	Nederlands Filmfonds
Boven, van, Maarten	adjunct directeur	Paradiso
Brink, van den, Hans Maarten	directeur	Mediafonds
Cock Buning, de, Madeleine	commissaris	Commissariaat voor de Media
Croon, Carolien	directeur	Stichting Cultuurbreed
Dorrestein, Johan	zakelijk leider	Amsterdamse Cello Biënnale
Eijsbouts, Carine	media- en financieel beleid	Nederlandse Publieke Omroep
Gerené, Margot	directeur	Nederlands Uitburo
Grooten, Lene	publiciteit	Theater Max, KijkUit
Hammersma, Marjan	directeur media, letteren, bibliotheken	Ministerie van OCW
Heukels, Rob	directeur	Heukels Advies
Hilgers, Ties	directeur	Muiderslot
Holvast, Bert	procescoördinator	Cultuurformatie
Huizing, Margreet	zakelijk leider	Mug met de Gouden Tand
Ingen, van, Peter	televisiepresentator	VPRO
Ingen Housz, Freek	beleidsadviseur media, letteren, bibliotheken	Ministerie van OCW
Joziasse, Peter	hoofd business development & sales	AVRO
Klarus, Marnieke	trainee	Ministerie van OCW
Kolpa, Wim-Jan	zakelijk partner	Tijdsbeeld Media Holding B.V.
Kuitenbrouwer, Klaas	programmamanager	Virtueel Platform
Lammertse, Edgar	juridische zaken	Ministerie van OCW
Lookman, Judica	afdelingshoofd	Edu-Art
Maas, Willemijn	directeur	AVRO
Meulen, van der, Lennart	directeur	VPRO
Mewe, Martijn	algemeen secretaris	Dutch Directors Guild
MLaker, Tanja	assistent zakelijk directeur	De Nederlandse Opera
Mochel, Ines	beleidsmedewerker	VSCD
Molenaar, Linda	communicatie	Theater Zeelandia
Panday, Dhiren	juridische zaken	NPS
Peeringa, Jaco	teamleider marketing, communicatie en promotie	AVRO
Ranitz, de, Jet	zakelijk leider	Nederlands Dans Theater
Römer, Bart	portefeuille kunst & cultuur, netmanager	Ned 2

*Deelnemers Werkconferentie samenwerking
publieke omroep & culturele instellingen
27 april 2010 IJ Kantine Amsterdam*

Naam

Ronde, de, Bram
Rooij, de, Michiel
Santos Gil, dos, Alfredo
Schaap, Else
Schrurs, Peter
Slings, Hubert
Slot, Ernest
Snepvangers, Carla
Soepnel, Bart
Teeseling, van, Steven
Terpstra, Joan
Tukker, Kees
Tunnissen, Bart

Tutein Nolthenius, Chantal
Vente, Roel
Versteegh, Marianne
Vogelzang, Monique
Wehrmeijer, Eric
Westerhof, Jan
Wijk, van der, Janneke
Wormmeester, Loes

Positie

zakelijk leider
directeur
juridische zaken
omroepjurist
lid commissie media
hoofd educatie
hoofd a.i. instellingenbeleid en informatie
directeur
hoofddirecteur kunst & cultuur
coördinator bijzondere projecten
beleidsadviseur
programmaleider televisie
consultant public affairs
en project ontwikkeling
hoofd communicatie en marketing
directeur commercie
algemeen secretaris
hoofd directie kunsten
directeur
directeur radio
directeur
eindredacteur Klokhuys

Organisatie

Ro Theater
FlinckFilm
Nederlandse Publieke Omroep
AVRO
Raad voor Cultuur
Nationaal Historisch Museum
Ministerie van OCW
Nieuwe Media
NPS
Fonds BKVB
Commissariaat voor de Media
AVRO
Waag Society

Nationaal Historisch Museum
V&V Entertainment
Kunsten'92
Ministerie van OCW
RTV Rijnmond
Nederlandse Publieke Omroep
Muziek Centrum Nederland
NPS

Colofon:

Organisatie: Carine Eijsbouts, Margot Gerené, Bert Holvast,
Freek Ingen Housz, Marnieke Klarus
Verslaggeving: Anita Twaalfhoven
Vormgeving: Guus van Vorstenbosch
Logistiek: Sterre Haverkamp
Productie: de Wmij, Muziekgebouw aan het IJ,
Piet Heinkade 5, 1019 BR Amsterdam
info@wmij.nl

Achtergrondinformatie is te vinden op www.cultuurformatie.nl