

Instructie: Rollenspel EU

Korte omschrijving werkvorm

De Europese Commissie stelt voor om het aantal minuten reclame op televisie terug te dringen en productplaatsing als vorm van reclame te beperken. De Commissie heeft in dit wetsvoorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen, maar in het Europees Parlement leeft dit wel.

In een vergadering van het Europees Parlement presenteert de Europese Commissie het wetsvoorstel. Daarna presenteren alle fracties hun standpunt. Vervolgens stellen de fracties vragen aan de Commissie en aan elkaar. Er zijn ook journalisten aanwezig.

In dit rollenspel bestaat het Europees Parlement uit 5 fracties waarin fractieleden met verschillende nationaliteiten zitten. Elke bijbehorende regering heeft een eigen standpunt over het wetsvoorstel waar het in dit rollenspel over gaat. De fractieleden bepalen zelf of en zo ja hoeveel zij zich laten beïnvloeden door het standpunt van hun regering. Tegelijkertijd speelt fractiediscipline ook in het Europees Parlement een grote rol.

Leerdoel

Deelnemers ervaren hoe het Europees Parlement democratische besluiten neemt.

Duur

60-75 minuten

Benodigheden

Werkblad voor elke fractie met:

1. de rolomschrijving en de strategie van de fractie;
2. de casus (het wetsvoorstel van de Europese Commissie);
3. standpunten van de nationale regeringen over het wetsvoorstel;
4. de verklaring van de Raad van de Europese Unie.

Naambordjes:

1. fractie Levend Wit
2. fractie RozenRood
3. fractie Liberaal Blauw
4. fractie Geel minder Europa
5. fractie Groen
6. voorzitter
7. Europese Commissie
8. Journalisten

Programma en handleiding rollenspel

1. Instructie en rolverdeling (15 minuten)

- a. Instrueer de deelnemers:
 1. Leg (indien nodig) uit wat het Europees Parlement doet en wat de belangrijkste actoren in de EU zijn ((zie verderop bij achtergrondinformatie).
 2. Verloop rollenspel: vertel de deelnemers wat de punten 2 t/m 6 zijn en dat je later verder uitlegt wat de bedoeling is.
 3. Presenteer kort het voorstel
- b. Verdeel de rollen: deelnemers krijgen een rol als fractielid, Commissielid of journalist. De docent is adviseur voor de fracties en de Commissie. Hij of zij loopt rond en geeft tips. Een begeleider is de voorzitter van de vergadering van het Europees Parlement.
- c. Geef elke deelnemer een werkblad.

2. Fractieberaad + wandelgangen (15 minuten)

- a. Vraag de deelnemers het voorstel en de rol op het werkblad te lezen.
- b. Vraag de fracties een fractievoorzitter en een woordvoerder aan te wijzen. Vraag de Europese Commissie de eurocommissaris aan te wijzen.
- c. Laat de fracties hun standpunt bepalen, een amendement maken en argumenten bedenken voor dit amendement. Dit heet het fractieberaad.
- d. Laat de fracties bij andere fracties “in de wandelgangen” langslipen om te lobbyen.
- e. Laat de fracties tot slot, voordat de vergadering begint, intern hun standpunt en argumenten afstemmen.

3. De journalisten ondervragen fracties en Commissie (in diezelfde 15 minuten)

- a. Tijdens het fractieberaad lopen de journalisten rond om standpunten van de fracties te noteren.
- b. Tijdens het lobbyen in “de wandelgangen” geeft de Commissie een persconferentie over het wetsvoorstel. De journalisten kunnen vragen stellen.
- c. Laat de journalisten tot slot de standpunten en de antwoorden van de Commissie in een schema opschrijven, bijvoorbeeld op een (digi)bord of een flipover.

4. Vergadering Europees Parlement (20 minuten)

- a. Zet de deelnemers in de juiste opstelling:
 1. De Europese Commissie en de voorzitter zitten vooraan
 2. 4 fractievoorzitters zitten daar tegenover, met erachter of ernaast hun fractie. Van links naar rechts (vanuit de voorzitter) zitten Groen, Rood, Blauw, Wit, Geel.
- b. De voorzitter opent de vergadering.
- c. De eurocommissaris presenteert het wetsvoorstel. (2 minuten)
- d. De woordvoerders geven de mening van hun fractie. Dat doen zij op volgorde van fractiegrootte, per fractie 1 woordvoerder. (1 minuut).
- e. Debat: de deelnemers kunnen vragen aan de Commissie en aan elkaar stellen. Als ‘interruptiemicrofoon’ gebruikt u een attribuut, bijvoorbeeld een stift o.i.d.. Alleen de deelnemer die het attribuut vastheeft mag spreken.
- f. Stemming door handopsteken (leg als nodig uit dat de meerderheid wint).

5. De Raad van de Europese Unie keurt het voorstel goed

De voorzitter leest de verklaring van de Raad van de Europese Unie voor.

Vertel de deelnemers dat ook in het echt over deze richtlijn in de Europese Unie is gesproken.

Het volgende is besloten:

De Raad van de Europese Unie (ook wel EU-Raad of Raad van Ministers genoemd) heeft na 5 uur vergaderen een besluit genomen over de Richtlijn "Televisie zonder grenzen". De Raad van de Europese Unie accepteert de wijzigingen van het Europees Parlement en hiermee gaat zij akkoord met het standpunt van het Europees Parlement. De Richtlijn "Televisie zonder grenzen" is aangenomen. De Richtlijn wordt over 3 maanden in de officiële publicaties van de EU gepubliceerd.

De richtlijn wordt vertaald naar alle officiële talen van de EU. Alle lidstaten hadden tot 2012 om de nationale wetten aan te passen en waar nodig nieuwe wetten aan te nemen om aan deze Richtlijn te kunnen voldoen.

6. Presentatie Journalisten en nabespreken (10 minuten)

De nabespreking begint met een korte presentatie door de journalisten over wat er gebeurde en waarom. Bespreek vervolgens met de deelnemers welke factoren invloed hebben gehad op het verloop en het resultaat van de besluitvorming.

De casus "Televisie zonder grenzen"

Probleem

De huidige televisierichtlijn dateert uit 1989. Sindsdien zijn er veel technologische en maatschappelijke ontwikkelingen geweest. Daarom heeft de Europese Commissie besloten om een nieuw wetsvoorstel voor een nieuwe richtlijn over televisiebeleid in de Europese Unie te maken. Het wetsvoorstel wordt aan het Europees Parlement gepresenteerd. Het Europees Parlement kan onderdelen aanpassen, schrappen of nieuwe onderdelen toevoegen.

Voorstel

Het wetsvoorstel van de Commissie gaat over de regulering van reclame op televisie.

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt.

Productplaatsing is een vorm van reclame. Producten worden tegen betaling gebruikt door acteurs in een film of televisieserie.

Context

De Commissie heeft in het eerste wetsvoorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Rolverdeling

In dit rollenspel zitten er 5 fracties in het Europees Parlement. De deelnemers bedenken zelf argumenten vanuit de uitgangspunten van hun fractie. Van groot naar klein:

1. *Levend Wit (grootste fractie)*

Deze politieke fractie is tevreden met de huidige situatie. De fractie zou wel graag zien dat geloof een grotere rol zou spelen in het leven van mensen en ook in de politiek. De rol van het geloof zou eigenlijk belangrijker moeten zijn dan de rol van de overheid in de samenleving. Levend Wit wil meestal niet meer regels, maar heeft liever vrijwillige afspraken (convenanten), bijvoorbeeld een gedragscode. Wel is Levend Wit voor een verbod op reclame voor alcohol.

Strategie: Overleg met Liberaal Blauw en RozenRood.

2. *RozenRood (op een na grootste fractie)*

Deze politieke fractie is soms tevreden en soms ontevreden met hoe het nu gaat. De fractie vindt dat mensen die het beter hebben best wat over mogen hebben voor mensen die het wat minder hebben, maar het is niet erg als verschillen zijn tussen mensen. Soms is het beter als de EU regelt hoe het er bij bepaalde bedrijven aan toegaat, denk bijvoorbeeld aan energiebedrijven en aan het openbaar vervoer. Uiteindelijk gaat het erom dat we het allemaal goed hebben. Kinderen zijn kwetsbaar en moeten beschermd worden.

Strategie: Overleg met Groen.

3. *Liberaal Blauw (middelgrote fractie)*

Deze politieke fractie is tevreden met de huidige situatie in Europa. De fractie vindt dat als mensen hard werken, ze daar ook voor beloond mogen worden. Wat dat betreft is het niet aan de EU om zich daar veel mee te bemoeien, dat kunnen mensen best met elkaar regelen. Vervolgens mogen mensen zelf beslissen hoe ze leven en wat ze kopen met het geld dat ze hebben verdiend, de EU heeft daar niets mee te maken. De media moeten dan ook vrij zijn om te bepalen wat zij wanneer op tv uitzenden.

Strategie: Overleg met Geel Minder Europa.

4. *Geel Minder Europa (kleine fractie)*

Deze politieke fractie is niet tevreden met hoe het nu gaat. Er moet een einde komen aan de regelzucht uit Europa! De fractie vindt dat Europa te veel macht heeft en dat elk land zoveel mogelijk zijn eigen regels moet kunnen houden. Geel Minder Europa vindt dat elk land wel voor zichzelf kan beslissen welke regels het wel of niet wil. Nationale gewoontes en gebruiken moeten zoveel mogelijk gerespecteerd worden.

Strategie: Zoek contact met Liberaal Blauw om samen te strijden voor minder regels.

5. *Groen (kleinste fractie)*

Deze politieke fractie vindt dat er nog veel te verbeteren valt. De fractie vindt bijvoorbeeld de verschillen tussen arme en rijke mensen te groot en dat het de taak van de overheid is daar iets aan te doen. Maar het allerbelangrijkste is dat we goed zorgen voor het milieu. Dit kan door te zorgen dat mensen minder gaan consumeren. Ook overgewicht moet door de overheid bestreden worden.

Strategie: Overleg met RozenRood

Aantal deelnemers per rol

- in de bovenste rij staat het aantal deelnemers in de groep
- in de kolommen staat het aantal leerlingen per rol.

Totaal	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20
Wit	8	8	8	7	7	7	7	6	6	6	5
Rood	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	3
Blauw	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
Geel	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2
Groen	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
Cie*	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pers	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

* Europese Commissie

Tijd te kort?

Heb je geen 75 minuten om dit rollenspel te spelen? Speel het rollenspel zonder journalisten en/of speel als begeleider of docent zelf de rol van Europese Commissie, dat bespaart wat tijd.

Achtergrondinformatie

Europees Parlement

Het Europees Parlement (EP) is de enige Europese instelling die rechtstreeks gekozen wordt door de burgers. Het EP heeft 705 leden uit de 27 lidstaten. Nederland heeft 29 Europarlementariërs. Het EP komt ongeveer elke maand twee keer bijeen voor de plenaire vergadering. Deze worden of in Brussel (tweedaagse vergaderingen) of in Straatsburg (vierdaagse vergaderingen) gehouden. De meeste Europarlementariërs zijn lid van een Europese fractie. Europese fracties bestaan uit nationale politieke fracties uit allerlei lidstaten die op Europees niveau samenwerken. Ze zijn gegroepeerd naar ideologie. Je kunt het vergelijken met de politieke fracties van de Tweede Kamer, met het verschil dat mensen uit verschillende lidstaten samen in één fractie zitten.

De Europese Commissie

Het bestuur van de EU. Elke lidstaat levert één commissaris. De Commissie vormt het dagelijks bestuur van Europa, de commissarissen zijn een soort ministers. Elke commissaris is verantwoordelijk voor een beleidsterrein. Er werken ook veel ambtenaren bij de Europese Commissie die alle commissarissen ondersteunen en die hen helpen bij het maken van wetten (Europese richtlijnen). De Europese Commissie is er voor het algemeen belang van Europa en niet het belang van een lidstaat. Daarom moet elke commissaris medewerkers hebben uit andere lidstaten.

Raad van de Europese Unie

Als de Raad van de Europese Unie bij elkaar komt, dan komen de ministers van alle lidstaten verantwoordelijk voor het onderwerp dat aan de orde is bij elkaar. Soms komen de ministers van milieu bij elkaar, soms de ministers van economische zaken etc.

Europese Raad

Als alle regeringsleiders bij elkaar komen, dan heet dat de Europese Raad. De Europese Raad coördineert het beleid van de EU en neemt belangrijke besluiten. In de Europese Raad (maar ook in de Raad van de Europese Unie) worden de belangen van de individuele lidstaten behartigd. Elke minister gaat naar de Raad met een eigen agenda en probeert het belang van het eigen land te verdedigen. Maar uiteindelijk moeten ze er natuurlijk samen uitkomen.

De route van een besluit

Stap 1

De Europese Commissie bereidt het eerste concept voor. Zij heeft het initiatiefrecht, dat wil zeggen dat de Commissie voorstellen mag doen aan het Parlement. Dit voorstel wordt gepresenteerd in de Raad en het Europees Parlement.

Stap 2

Het voorstel wordt gepresenteerd. De fracties in het Europees Parlement hebben een overleg waarin zij hun standpunten bepalen. Daarna debatteert het Europees Parlement over het voorstel. Het Europees Parlement kan onderdelen van het voorstel aanpassen. Ze doen dat door een amendement (wetswijziging) in te dienen. Daarna wordt er gestemd. Sommige amendementen worden aangenomen en andere niet. De in het Europees Parlement aangenomen amendementen worden verwerkt in het voorstel en dat gaat naar de Raad.

Stap 3

Als de Raad akkoord is met de aanpassingen van het EP, dan wordt het voorstel aangenomen met de amendementen. Als de Raad het niet eens is met het Europees Parlement, geeft hij zijn eigen visie op een voorstel. Hij kan dan amendementen van het EP overnemen of schrappen. De Raad neemt een "gemeenschappelijk standpunt" in. Het nieuwe voorstel dat nu ontstaat, gaat terug naar het Europees Parlement.

Stap 4

Het Parlement bespreekt de aanpassingen van de Raad. Als het EP akkoord gaat met de aanpassingen van de Raad (een „gemeenschappelijk standpunt“) is het voorstel aangenomen. Als het niet akkoord gaat wordt het besluit niet genomen. Het kan ook opnieuw amendementen indienen. Die gaan dan weer naar de Commissie.

Stap 5

De Commissie laat weten welke amendementen zij acceptabel vindt en welke niet en het voorstel gaat naar de Raad. Mocht zij niet akkoord gaan dan komt er een bemiddelingscomité.

Stap 6

De Raad is nu weer aan zet. Als de Raad akkoord gaat, dan is het voorstel aangenomen (zonder de amendementen die de Commissie niet acceptabel vond). Als hij niet akkoord gaat, gaat een bemiddelingscomité onderhandelen met alle instanties. In dit besluitvormingsproces moeten uiteindelijk alle drie instituties het met elkaar eens zijn.

De Europese Commissie

Jullie voorstel “Televisie zonder grenzen”:

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Europese Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in haar eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Vijf fracties in het Europees Parlement

In dit rollenspel bestaat het Europees Parlement uit 5 fracties.

- Levend Wit
- Liberaal Blauw
- RozenRood
- Geel Minder Europa
- Groen

Persconferentie

Naast de 5 fracties zijn er ook journalisten aanwezig. Daarom geven jullie een persconferentie. De journalisten kunnen vragen stellen over het voorstel.

- Bedenk goed waarom jullie dit voorstel in willen voeren.
- Bedenk goed waarom jullie voorstel niet gaat over reclame voor ongezond eten en drinken.

De vergadering

In de vergadering presenteer je het voorstel (wie van jullie gaat dit doen?). Daarna geven alle fracties hun standpunt. Vervolgens mogen de fracties vragen stellen aan elkaar en aan jullie als Europese Commissie.

- Spreek af wie het voorstel presenteert.
- Wie beantwoordt de vragen (of doen jullie dit samen)?

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Fractie Levend Wit

Deze politieke fractie is tevreden met de huidige situatie. De fractie zou wel graag zien dat geloof een grotere rol zou spelen in het leven van mensen en ook in de politiek. De rol van het geloof zou eigenlijk belangrijker moeten zijn dan de rol van de overheid in de samenleving. Levend Wit wil meestal niet meer regels, maar heeft liever vrijwillige afspraken. Bijvoorbeeld een gedragscode. Wel is Levend Wit voor een verbod op reclame voor alcohol. Jullie zijn de grootste fractie in het Europees Parlement. In de fractie zitten Nederlanders, Fransen, Zweden en Polen. Zorg ervoor dat binnen je fractie elk van deze nationaliteiten voorkomen. Deze fractieleden hebben niet altijd dezelfde mening over elk onderwerp.

Jullie mening

Probeer vanuit de bovenstaande beschrijving te bedenken of deze fractie voor of tegen de maatregelen is. En waarom?

- Bedenk of jullie voor of tegen zijn.
- Welke argumenten kun je hierbij bedenken?

Strategie

- Overleg met Liberaal Blauw en RozenRood.
- Bedenk goed met welke (andere) fracties je voor dit onderwerp het best kunt samenwerken. Je moet een meerderheid halen om te winnen!

Het debat

In het debat moeten jullie vertellen wat jullie standpunt is. Wie gaat het woord voeren?

- Kies een woordvoerder.

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Fractie RozenRood

Deze politieke fractie is soms tevreden en soms ontevreden met hoe het nu gaat. De fractie vindt dat mensen die het beter hebben best wat over mogen hebben voor mensen die het wat minder hebben, maar het is niet erg als er verschillen zijn tussen mensen. Soms is het beter als de EU regelt hoe het er bij bepaalde bedrijven aan toegaat, denk bijvoorbeeld aan energiebedrijven en aan het openbaar vervoer. Uiteindelijk gaat het erom dat we het allemaal goed hebben. Kinderen zijn kwetsbaar en moeten beschermd worden. Jullie zijn qua grootte de tweede fractie. In de fractie zitten Nederlanders, Polen, Fransen en Zweden. Deze fractieleden hebben niet altijd dezelfde mening over elk onderwerp.

Jullie mening

Probeer vanuit de bovenstaande beschrijving te bedenken of deze fractie voor of tegen de maatregelen is. En waarom?

- Bedenk of jullie voor of tegen zijn.
- Welke argumenten kun je hierbij bedenken?

Strategie

- Overleg met Groen
- Bedenk goed met welke fracties je voor dit onderwerp het beste kunt samenwerken. Je moet een meerderheid halen om te winnen!

Het debat

In het debat moeten jullie vertellen wat jullie standpunt is. Wie gaat het woord voeren?

- Kies een woordvoerder.

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezonder eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Fractie Liberaal Blauw

Deze politieke fractie is tevreden met de huidige situatie in Europa. De fractie vindt dat als mensen hard werken, ze daar ook voor beloond mogen worden. Wat dat betreft is het niet aan de EU om zich daar veel mee te bemoeien, dat kunnen mensen best met elkaar regelen. Vervolgens mogen mensen zelf beslissen hoe ze leven en wat ze kopen met het geld dat ze hebben verdiend, de EU heeft daar niets mee te maken. De media moeten dan ook vrij zijn om te bepalen wat zij wanneer op tv uitzenden. Jullie zijn qua grootte de derde fractie. In de fractie zitten Nederlanders, Fransen, Zweden en Polen. Zorg ervoor dat zoveel mogelijk van deze nationaliteiten in je fractie vertegenwoordigd zijn. Deze fractieleden hebben niet altijd dezelfde mening over elk onderwerp.

Jullie mening

Probeer vanuit de bovenstaande beschrijving te bedenken of deze fractie voor of tegen de maatregelen is. En waarom?

- Bedenk of jullie voor of tegen zijn.
- Welke argumenten kun je hierbij bedenken?

Strategie

- Overleg met Geel Minder Europa.
- Bedenk goed met welke (andere) fracties je voor dit onderwerp het beste kunt samenwerken. Je moet een meerderheid halen om te winnen!

Het debat

In het debat moeten jullie vertellen wat jullie standpunt is. Wie gaat het woord voeren?

- Kies een woordvoerder.

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Fractie Geel Minder Europa

Deze politieke fractie is niet tevreden met hoe het nu gaat. Er moet een einde komen aan de regelzucht uit Europa! De fractie vindt dat Europa te veel macht heeft en dat elk land zoveel mogelijk zijn eigen regels moet kunnen houden. Geel Minder Europa vindt dat elk land wel voor zichzelf kan beslissen welke regels het wel of niet wil. Nationale gewoontes en gebruiken moeten zoveel mogelijk gerespecteerd worden. Jullie zijn een kleine fractie. Als kleinere fractie moet je goed samenwerken om een meerderheid te halen. Kijk eens naar de omschrijvingen van de fracties. In de fractie zitten Nederlanders, Fransen, Polen en Zweden. Zorg ervoor dat zoveel mogelijk van deze nationaliteiten in je fractie voorkomen. Deze fractieleden hebben niet altijd dezelfde mening over elk onderwerp.

Jullie mening

Probeer vanuit de bovenstaande beschrijving te bedenken of deze fractie voor of tegen de maatregelen is. En waarom?

- Bedenk of jullie voor of tegen zijn.
- Welke argumenten kun je hierbij bedenken?

Strategie

- Zoek contact met Liberaal Blauw om samen te strijden voor minder regels.
- Bedenk goed met welke (andere) fracties je voor dit onderwerp het beste kunt samenwerken. Je moet een meerderheid halen om te winnen!

Het debat

In het debat moeten jullie vertellen wat jullie standpunt is. Wie gaat het woord voeren?

- Kies een woordvoerder.

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Fractie Groen

Deze politieke fractie vindt dat er nog veel te verbeteren valt. De fractie vindt bijvoorbeeld de verschillen tussen arme en rijke mensen te groot en dat het de taak van de overheid is daar iets aan te doen. Maar het allerbelangrijkste is dat we goed zorgen voor het milieu. Dit kan door te zorgen dat mensen minder gaan consumeren. Ook overgewicht moet door de overheid bestreden worden.

Jullie zijn een kleine fractie. Als kleinere fractie moet je goed samenwerken om een meerderheid te halen. Kijk eens naar de omschrijvingen van de fracties. In de fractie zitten Nederlanders, Fransen, Zweden en Polen. Verdeel ook de verschillende nationaliteiten binnen je fractie. Deze fractieleden hebben niet altijd dezelfde mening over elk onderwerp.

Jullie mening

Probeer vanuit de bovenstaande beschrijving te bedenken of deze fractie voor of tegen de maatregelen is. En waarom?

- Bedenk of jullie voor of tegen zijn.
- Welke argumenten kun je hierbij bedenken?

Strategie

- Overleg met RozenRood.
- Bedenk goed met welke (andere) fracties je voor dit onderwerp het beste kunt samenwerken. Je moet een meerderheid halen om te winnen!

Het debat

In het debat moeten jullie vertellen wat jullie standpunt is. Wie gaat het woord voeren?

- Kies een woordvoerder.

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezonder eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.

Journalisten

Journalisten spelen een belangrijke rol in de politiek. Zij kunnen er bijvoorbeeld voor zorgen dat er (geheime) informatie van de ene fractie bij de andere fracties komt en ze geven de burgers van Europa informatie over het reilen en zeilen van de Europese politiek. Ook mogen jullie vragen stellen aan de Europese Commissie en aan de verschillende fracties. Daarnaast spelen jullie een belangrijke rol na afloop van het debat bij de evaluatie hiervan.

Standpunt fracties

Tijdens het fractieberaad moeten jullie ervoor zorgen dat je van elke fractie weet of ze voor of tegen het standpunt zijn en wat hun belangrijkste argument is. Schrijf dit op!

Persconferentie

Jullie mogen de Commissie ondervragen over haar wetsvoorstel
- Welke vragen ga je stellen? Bedenk minimaal 1 vraag per persoon!

Verslaggeving

Na afloop van het debat geven jullie een korte presentatie over wat er gebeurde en waarom.

Schema

De standpunten van de fracties en de antwoorden van de Commissie werk je uit in een groot schema, zodat je dit aan alle fracties kunt laten zien. Zorg ervoor dat het schema goed leesbaar is. Het schema moet er ongeveer zo uit zien:

Wie?	Voor of tegen?	Argumenten
<i>Europese Commissie</i>	Voor (eigen voorstel)
<i>Fractie Levend Wit</i>		
<i>Fractie RozenRood</i>		
<i>Fractie Liberaal Blauw</i>		
<i>Fractie Geel Minder Europa</i>		
<i>Fractie Groen</i>		

Het voorstel: "Televisie zonder grenzen"

De belangrijkste onderdelen van het voorstel van de Commissie zijn:

1. Per uur televisie maximaal 12 minuten reclame.
2. Productplaatsing wordt beperkt. Met productplaatsing wordt bedoeld dat producten tegen betaling door acteurs worden gebruikt in een film of televisieserie. Dit is een vorm van reclame.

De Europese Commissie heeft in zijn eerste voorstel niets opgenomen over reclame over ongezond eten en drinken gericht op kinderen. Maar in het Europees Parlement leeft dit onderwerp wel.

Standpunten van de landen: De Europese Raad of Raad van de Europese Unie

NB: Elke fractie bestaat uit leden afkomstig van verschillende landen. Sommige parlementariërs laten zich beïnvloeden door de standpunten van hun land, anderen niet.

Standpunt van Nederland

Overgewicht is in Nederland een steeds groter probleem. In de VS kennen ze het probleem al veel langer. Momenteel is in Nederland 1 op de 8 kinderen te dik. Dit is vooral bij kinderen tussen de 5 en 11 jaar het geval. De regering is een grote campagne aan het starten gericht op scholen, ouders en de kinderen zelf. In Nederland wordt productplaatsing en reclame gereguleerd door de Commissariaat voor de Media. Met de nieuwe richtlijn komen er regels uit Brussel, maar dat verandert niets in de praktijk.

Standpunt van Frankrijk

Frankrijk gelooft niet in de invloed van reclame op het gedrag van kinderen. Vooral een goede eetcultuur (en dat begint bij de ouders) is bepalend voor een gezond dieet. Productplaatsing is in Frankrijk verboden en wordt streng gecontroleerd. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Franse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Dat is van groot belang voor de film- en tv-industrie in Frankrijk. Voor Frankrijk betekenen deze nieuwe regels over productplaatsing een verruiming van de huidige Franse regels.

Standpunt van Zweden

Zweden wil graag een totaalverbod voor reclame gericht op kinderen. Kinderen zijn heel gemakkelijk te beïnvloeden. Zweden wil de kinderen dus via de wet beschermen. Over productplaatsing heeft Zweden heel strenge regels. Als er regels komen van Europa die gelijk zijn voor alle landen, dan kunnen de Zweedse tv-producties op Europees niveau beter concurreren. Als het gaat om reclame vindt Zweden 12 minuten reclame per uur televisie een prima afspraak, behalve als er kinderprogramma's worden uitgezonden. Dan wil Zweden dat er helemaal geen reclames worden uitgezonden.

Standpunt van Polen

Productplaatsing is in Polen niet verboden of streng gereguleerd. Nationale producties (denk aan film- en tv-series) worden vaak met behulp van allerlei soorten productplaatsing gefinancierd. Reclame brengt heel veel geld binnen bij de Poolse omroepen. Dat maakt het mogelijk dat relatieve arme omroepen ook tv-series, films en programma's kunnen maken. De televisie in Polen wordt voor 89% gefinancierd met inkomsten uit reclame en productplaatsing. Er wordt veel meer reclame uitgezonden dan 12 minuten per uur. Als er regels komen uit Brussel zal Polen met meer moeite tv-producties kunnen maken.