

Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005

Regeling van het Commissariaat voor de Media van 5 juli 2005 houdende beleidsregels omtrent sponsoring publieke omroep (Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005)

Het Commissariaat voor de Media, Gelet op de artikelen 134 en 135 van de Mediawet, Gelet op artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht;

Besluit:

Artikel 1. Strekking van de regeling
De beleidsregels vastgesteld in deze regeling hebben betrekking op de wettelijke voorschriften die zijn opgenomen in de bijlage bij deze regeling.

Artikel 2. Definities

In deze regeling wordt verstaan onder:

- de wet: de Mediawet;
- het besluit: het Mediabesluit;
- leader: een inleidend gedeelte van een programmaonderdeel;
- evenementensponsor: een persoon, bedrijf of instelling die een financiële of andere bijdrage heeft verstrekt aan de totstandkoming van een evenement.

Artikel 3. Definitie programmaonderdeel

- Onder 'duidelijk afgebakend onderdeel van een programma', bedoeld in artikel 1, onderdeel g, van de wet, wordt verstaan een onderdeel van een programma dat duidelijk is onderscheiden van het voorgaande en volgende onderdeel van een programma.
- Onder 'als zodanig herkenbaar onderdeel van een programma', bedoeld in artikel 1, onderdeel g, van de wet, wordt verstaan een onderdeel van een programma dat:
 - voor het gemiddelde publiek als programmaonderdeel herkenbaar is, en
 - zowel inhoudelijk als qua vormgeving verschilt van het voorgaande en volgende onderdeel van een programma.

Artikel 4. Bijdrage van ondergeschikte betekenis

- Onder 'sponsoren van een programmaonderdeel', bedoeld in artikel 1, onderdeel II, van de wet, wordt niet verstaan het verstrekken van een bijdrage die in het programmaonderdeel niet of niet identificeerbaar wordt getoond of vermeld en,
 - door een derde in bruikleen is gegeven of,
 - in verhouding tot de totale kosten van de totstandkoming of aankoop van het programmaonderdeel van ondergeschik-

te betekenis is, maar in ieder geval niet hoger is dan € 500,- per bijdrage voor televisie en € 100,- per bijdrage voor radio.

2. Het vermelden of tonen, aan het begin of aan het einde van een programmaonderdeel, van een naam of (beeld)merk van degene die een bijdrage, als bedoeld in het eerste lid, heeft verstrekt, is een niet-toegestane vermijdbare reclameuiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet, tenzij hiervoor ontheffing is verleend op grond van artikel 52, derde lid, van de wet.

3. Dit artikel is niet van toepassing ten aanzien van bijdragen van de personen, bedrijven of instellingen, bedoeld in artikel 56a, vijfde lid, van de wet.

Artikel 5. Bijdrage van overheidsinstellingen, omroepinstellingen of (co)producenten

Onder 'sponsoren van een programmaonderdeel', bedoeld in artikel 1, onderdeel II, van de wet, wordt niet verstaan het verstrekken van een bijdrage ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van een programmaonderdeel door:

- overheidsinstellingen en andere instellingen die geen particuliere onderneming uitoefenen;
- de omroepinstelling die het programmaonderdeel waarvoor de bijdrage wordt verstrekt, verzorgt;
- de (co)producent die zich gewoonlijk bezighoudt met de vervaardiging van audiovisuele producties en geheel of gedeeltelijk is belast met de productie van het programmaonderdeel waarvoor de bijdrage wordt verstrekt.

Artikel 6. Programmaonderdelen die gesponsord mogen worden

- Onder 'programmaonderdelen van culturele aard', bedoeld in artikel 52a, tweede lid, onderdeel a, van de wet, wordt in beginsel verstaan: programmaonderdelen die, aan de hand van het in het kader van de programmavoorschriften voor de betrokken omroep gehanteerde systeem van programma-indeling, zijn ingedeeld als programmaonderdelen van culturele aard.
- Onder 'sportwedstrijd', bedoeld in artikel 52a, tweede lid, onderdeel b, van de wet, wordt verstaan: een sportwedstrijd als gedefinieerd in artikel 1 onderdeel qq van de wet.
- Onder 'sportevenement', bedoeld in artikel 52a, tweede lid, onderdeel b, van de wet, wordt verstaan:

een samenstel van sportwedstrijden, waarbij publiek aanwezig is en dat niet voornamelijk is bestemd om als programma te worden uitgezonden.

4. Onder 'evenement ten behoeve van ideële doeleinden', bedoeld in artikel 52a, tweede lid, onderdeel c, van de wet, wordt verstaan: een evenement zoals bedoeld in artikel 1, onderdeel pp van de wet, dat hoofdzakelijk ten doel heeft een ideële doelstelling te bevorderen, waarbij publiek aanwezig is en dat niet voornamelijk is bestemd om als programma te worden uitgezonden.

Artikel 7. Definitie van naam en (beeld)merk

In de artikelen 52b, tweede lid, en 56a, vijfde lid, van de wet, en artikel 31 van het besluit, wordt verstaan onder:

- naam: de statutaire naam of handelsnaam van de sponsor, onderscheidenlijk evenementensponsor zoals vermeld in het handelsregister;
- merk: een handelsmerk, zijnde een vast herkenningsteken in de vorm van een woord of combinatie van letters, cijfers of tekens, die al dan niet op originele of karakteristieke wijze zijn vormgegeven, ter onderscheiding van de onderneming van de sponsor, onderscheidenlijk de evenementensponsor, of waaronder de sponsor, onderscheidenlijk evenementensponsor, zijn producten of diensten in de handel brengt, ter onderscheiding van gelijksoortige producten of diensten die van anderen afkomstig zijn;
- beeldmerk: een logo, zijnde een vast herkenningsteken in de vorm van een figuur, afbeelding of combinatie van letters, cijfers of tekens, die op originele of karakteristieke wijze zijn vormgegeven, ter onderscheiding van de producten, diensten of de onderneming van de sponsor, onderscheidenlijk de evenementensponsor.

Artikel 8. Plaats van de sponsorvermelding

- In artikel 52b, eerste lid, van de wet, en artikel 31, eerste lid, van het besluit, wordt onder 'aan het begin of aan het einde' mede verstaan: aan het begin en aan het einde.
- Vermelding of vertoning van de sponsor of evenementensponsor als zodanig, op een andere plaats dan aan het begin of het einde van een programmaonderdeel, is een niet-toegestane vermijdbare reclameuiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet, tenzij hiervoor ontheffing is verleend op grond van artikel 52, derde lid, van de wet.

3. Het vermelden of tonen van een naam of (beeld)merk van een sponsor in de titel of leader van een (gedeelte van een) gesponsord programmaonderdeel, is geen sponsorvermelding als bedoeld in artikel 52b, eerste lid, van de wet, en is een niet-toegestane vermijdbare reclame-uiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet.

4. Het vermelden of tonen van een naam of (beeld)merk van een evenementensponsor in de titel of leader van een programmaonderdeel, bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement, is geen vermelding als bedoeld in artikel 31, eerste lid, van het besluit.

5. Het vermelden of tonen van een beeldmerk van een evenementensponsor in de titel of leader van een programmaonderdeel, bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement, is een niet-toegestane vermijdbare reclame-uiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet.

6. Het vermelden of tonen van een naam of merk van een evenementensponsor in de titel of leader van een programmaonderdeel, bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement, is een toegestane vermijdbare reclame-uiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet, voor zover deze vermeldingen en de vermelding van de titel in het programmaonderdeel, niet overheersend zijn in de zin van artikel 30a, eerste lid, van het besluit.

Artikel 9. Sponsorvermelding ter informatie van het publiek

Het publiek wordt in ieder geval geacht geïnformeerd te zijn op de wijze, bedoeld in artikel 52b, eerste lid, van de wet, indien voorafgaande aan de vermelding van de naam of het (beeld)merk van de sponsor de volgende mededeling duidelijk leesbaar of hoorbaar wordt gedaan:

- a. 'dit programma is (mede) mogelijk gemaakt door' of,
- b. 'dit programma is gesponsord door'.

Artikel 10. Naam, merk en/of beeldmerk

1. Bij de vermelding van de sponsors, bedoeld in artikel 52b, eerste lid, van de wet, mogen naam, merk en beeldmerk zoals bedoeld in artikel 7, gezamenlijk of in combinatie met elkaar worden vermeld of getoond.

2. Bij deze vermelding wordt per sponsor niet meer dan één naam, één merk en één beeldmerk vermeld of getoond.

3. Het bepaalde in het eerste en tweede lid is van overeenkomstige toepassing voor de vermelding bedoeld in artikel 31, eerste lid, van het besluit.

Artikel 11. Wervende sponsorvermelding
Een vermelding als bedoeld in artikel 52b, eerste lid, van de wet, en artikel 31, eerste lid, van het besluit, voldoet in ieder geval aan de wettelijke definitie van reclameboodschap, indien:

- a. een product of dienst dan wel de consumentenverpakking van een product, waarneembaar en identificeerbaar, geheel of gedeeltelijk, wordt vermeld of getoond;
- b. met gebruikmaking van beeld of geluid, direct of indirect, wordt verwezen naar een product of dienst dan wel de consumentenverpakking van een product;
- c. aan een naam of (beeld)merk kwalificaties worden gegeven;
- d. een slagzin, geheel of gedeeltelijk, wordt vermeld of getoond;
- e. een herkenningsmelodie, geheel of gedeeltelijk, wordt gespeeld;
- f. een adres, telefoonnummer, faxnummer, wordt vermeld of getoond;
- g. de bedrijfsgebouwen of -middelen van de sponsor, geheel of gedeeltelijk, worden vermeld of getoond;
- h. de vormgeving duidelijke overeenkomsten vertoont met de vormgeving van een product van de sponsor of van de consumentenverpakking van een product van de sponsor.

Artikel 12. Niet beeldvullend

De vermelding van de sponsors is 'niet beeldvullend' in de zin van artikel 52b, tweede lid, van de wet, indien het tonen van de naam of het (beeld)merk is aangevuld met een duidelijk leesbare mededeling zoals 'dit programma is (mede) mogelijk gemaakt door'.

Artikel 13. Producten of diensten van een sponsor

In een gesponsord programmaonderdeel zijn producten of diensten van een sponsor niet 'getoond of vermeld' in de zin van artikel 52b, derde lid, van de wet, indien het gemiddelde publiek niet in staat is de desbetreffende producten of diensten te identificeren.

Artikel 14. Sponsorbijdrage rechtstreeks van de sponsors

Sponsorbijdragen die niet namens een publieke omroepinstelling door (co) producenten bedongen of aanvaard zijn, zijn niet 'rechtstreeks van de sponsors' bedongen of aanvaard in de zin van artikel 56a, eerste lid, van de wet.

Artikel 15. Evenement niet bestemd om als programma te worden uitgezonden

Een evenement, als bedoeld in artikel 52a, tweede lid, van de wet, en artikel 31, eerste lid, van het besluit, wordt geacht niet voornamelijk bestemd te zijn om als programma te worden uitgezonden, indien:

- a. bij het evenement ook publiek aanwezig zou zijn geweest wanneer het niet als programmaonderdeel zou zijn of worden uitgezonden, en
- b. het evenement ook zou hebben plaatsgevonden wanneer het niet als programmaonderdeel zou zijn of worden uitgezonden.

Artikel 16. Slotbepaling

1. Deze regeling treedt in werking met ingang van 1 augustus 2005.
2. De regeling van het Commissariaat voor de Media van 15 augustus 2000 houdende beleidsregels omtrent sponsoring publieke omroep (Beleidsregels sponsoring publieke omroep) wordt ingetrokken.
3. Deze regeling wordt aangehaald als Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005.
4. Deze regeling wordt bekendgemaakt door kennisgeving ervan in de Staatscourant en op de internetsite van het Commissariaat voor de Media (www.cvdmm.nl).

Commissariaat voor de Media.

Voorzitter,
J. van Cuilenburg.
Commissaris,
I. Brakman.

Bijlage Beleidsregels sponsoring publieke omroep

Artikel 1, aanhef en onderdelen g en ll, van de Mediawet

In deze wet en de daarop berustende bepalingen wordt verstaan onder:
g. programma-onderdeel: een duidelijk afgebakend en als zodanig herkenbaar onderdeel van een programma;
ll. sponsors van een programma-onderdeel: het verstreken van financiële of andere bijdragen door een overheidsbedrijf of particuliere onderneming die zich gewoonlijk niet bezighoudt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties, ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van een programma-onderdeel, teneinde de uitzending daarvan als programma-onderdeel te bevorderen of mogelijk te maken;
pp. evenement: een tevoren georganiseerde publieke gebeurtenis op het terrein van sport en cultuur;
qq. sportwedstrijd: een wedstrijd of de voorbereiding op een wedstrijd, georganiseerd door of onder auspiciën van de door het NOC*NSF erkende nationale sportorganisaties en hun geledingen, of door vergelijkbare internationale, al dan niet overkoepelende sportorganisaties, dan wel een andere wedstrijd of de voorbereiding op een wedstrijd van een sport die door het NOC*NSF als sport is aangemerkt.

Artikel 52. van de Mediawet

1. De programma's van instellingen die zendtijd hebben verkregen bevatten geen reclameboodschappen tenzij zulks bij deze wet uitdrukkelijk wordt toegestaan.
2. De programma's als bedoeld in het eerste lid bevatten voorts geen andere reclame-uitingen tenzij dit niet vermijdbaar is. Bij algemene maatregel van bestuur kan worden bepaald in welke

gevallen een reclame-uiting in een programma niet vermijdbaar kan worden geacht, alsmede wanneer het is toegestaan dat programma's reclame-uitingen bevatten.

3. Onze Minister kan in bijzondere gevallen ontheffing verlenen van het bepaalde in de eerste volzin van het tweede lid. Hij kan deze bevoegdheid delegeren aan het Commissariaat voor de Media.

4. Behoudens toestemming van het Commissariaat bevatten programma's van instellingen die zendtijd hebben verkregen geen oproepen in het kader van ledenwerving, verenigingsactiviteiten of nevenactiviteiten.

Artikel 52a. van de Mediawet

1. Programma-onderdelen van instellingen die zendtijd hebben verkregen worden niet gesponsord.

2. Het eerste lid is niet van toepassing op:
a. programma-onderdelen van culturele aard,

b. programma-onderdelen, bestaande uit het verslag of de weergave van een of meer sportevenementen of sportwedstrijden;

c. programma-onderdelen bestaande uit het verslag of de weergave van evenementen ten behoeve van ideële doeleinden.

3. Programma-onderdelen als bedoeld in het tweede lid worden niet gesponsord indien:

a. deze geheel of gedeeltelijk bestaan uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie; of

b. in het bijzonder zijn bestemd voor minderjarigen beneden de leeftijd van twaalf jaar.

Artikel 52b. van de Mediawet

1. In afwijking van de eerste volzin van artikel 52, tweede lid, worden aan het begin of aan het einde van een gesponsord programma-onderdeel van een instelling die zendtijd heeft verkregen, ter informatie van het publiek alle sponsors vermeld.

2. Met betrekking tot een gesponsord programma-onderdeel voor televisie duurt de vermelding van de sponsors in totaal ten hoogste vijf seconden. De vermelding gebeurt door middel van naam of (beeld)merk. Voor zover de vermelding niet plaatsvindt op de aan- of aftitelrol, bestaat zij uitsluitend uit stilstaande beelden. De vermelding is niet beeldvullend en is voorts zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan de definitie van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk.

3. In een gesponsord programma-onderdeel worden geen producten of diensten van een sponsor getoond of vermeld, indien deze een sponsorbijdrage in geld heeft verstrekt.

4. Het eerste tot en met derde lid zijn van overeenkomstige toepassing op een programma-onderdeel waarvoor een

overheidsinstelling of een andere instelling dan bedoeld in artikel 1, onderdeel II, een financiële of andere bijdrage heeft verstrekt ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van dat programma-onderdeel, teneinde de uitzending daarvan als programma-onderdeel te bevorderen of mogelijk te maken.

Artikel 56a. van de Mediawet

1. Onverminderd artikel 52a, eerste en derde lid, mogen instellingen die zendtijd hebben verkregen, sponsorbijdragen uitsluitend rechtstreeks van de sponsors en door middel van een schriftelijke overeenkomst bedingen of aanvaarden.

2. Instellingen die zendtijd hebben verkregen voor landelijke omroep, doen binnen één week na de totstandkoming van een overeenkomst als bedoeld in het eerste lid, doch in ieder geval vóór de beoogde datum van uitzending van het programma-onderdeel waarop de overeenkomst betrekking heeft, een afschrift hiervan toekomen aan de raad van bestuur.

3. Indien de raad van bestuur een dergelijke overeenkomst in strijd acht met het gemeenschappelijke belang van de landelijke omroep, en de raad van bestuur dit binnen twee weken na ontvangst van het afschrift van de overeenkomst, doch in ieder geval vóór de beoogde datum van uitzending van het programma-onderdeel waarop de overeenkomst betrekking heeft, schriftelijk heeft medegedeeld aan de instelling die de overeenkomst heeft overgelegd, neemt deze instelling het programma-onderdeel waarop de overeenkomst betrekking heeft, niet in haar programma op, tenzij de overeenkomst wordt ontbonden of gewijzigd.

4. Indien de overeenkomst wordt gewijzigd, zijn het tweede en derde lid van overeenkomstige toepassing.

5. Instellingen die zendtijd hebben verkregen, bedingen of aanvaarden geen sponsorbijdragen van personen, bedrijven of instellingen:

a. die zich voornamelijk bezighouden met de productie of verkoop van sigaretten of andere tabaksproducten, of
b. die gebruik maken van namen, of (beeld)merken die tevens worden gebruikt door personen, bedrijven of instellingen als bedoeld in onderdeel a, of daarmee een zo sterke gelijkenis vertonen dat het publiek redelijkerwijs de indruk krijgt dat het mede de naam of het (beeld)merk van een persoon, bedrijf of instelling als bedoeld in onderdelen a betreft.

6. Indien een gesponsord programma-onderdeel uit het buitenland is aangekocht en ten behoeve van het buitenlandse publiek reeds als programma is uitgezonden, is dit artikel slechts van toepassing, voor zover de sponsorbijdragen worden verstrekt ten behoeve van

de aankoop van het programma-onderdeel door de instelling die zendtijd heeft verkregen.

Artikel 31. van het Mediabesluit

1. Een programma-onderdeel, bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement dat niet voornamelijk bestemd is om als programma te worden uitgezonden, mag gedurende ten hoogste vijf seconden, aan het begin of aan het einde van het programma-onderdeel, vermijdbare reclame-uitingen bevatten, bestaande uit de namen of (beeld)merken van die personen, bedrijven of instellingen, die een belangrijke, schriftelijk overeengekomen bijdrage hebben geleverd aan de totstandkoming van het evenement. De vermelding of vertoning is zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan de definitie van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk, van de Mediawet. Indien het een programma-onderdeel voor televisie betreft, bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement dat is geproduceerd door of in opdracht van een instelling die zendtijd heeft verkregen en dat niet voornamelijk is bestemd om als programma te worden uitgezonden, geschiedt de vertoning of vermelding uitsluitend via stilstaande beelden.

2. Het eerste lid is niet van toepassing ten aanzien van personen, bedrijven of instellingen:

a. die zich voornamelijk bezighouden met de productie of verkoop van sigaretten of andere tabaksproducten, of

b. die gebruik maken van namen of (beeld)merken die tevens worden gebruikt door personen, bedrijven of instellingen als bedoeld onder a, of daarmee een zo sterke gelijkenis vertonen dat het publiek redelijkerwijs de indruk krijgt dat het mede de naam of het (beeld)merk van een persoon, bedrijf of instelling als bedoeld in onderdeel a betreft.

Toelichting

Algemeen

Op 1 september 2000 is de regeling Beleidsregels sponsoring publieke omroep in werking getreden. De toezichts- en beschikkingenpraktijk die op basis van deze regeling zijn ontstaan zijn aanleiding geweest om deze regeling te actualiseren.

Voorts is bij wet van 30 oktober 2003 (Stb. 485) de Mediawet gewijzigd met het oog op noodzakelijke verbeteringen van de wet en de uitvoering daarvan. Op 31 december 2003 is de gewijzigde Mediawet in werking getreden. De wijzigingen uit deze wet zijn mede verwerkt in deze regeling.

Deze BSPO 2005 komt geheel in de plaats van de BSPO van 15 augustus 2000, die daarmee gelijktijdig komt te vervallen.

Artikelsgewijs

Artikel 2 Definities

De in deze regeling gebruikte begrippen uit de Mediawet hebben dezelfde betekenis als in artikel 1 van die wet is omschreven. Voor zover er in deze regeling begrippen worden gebruikt die niet zijn omschreven in artikel 1 van de wet zijn deze begrippen gedefinieerd in artikel 2 van deze regeling.

Artikel 3 Definitie programmaonderdeel

Een deel van een programma wordt als programmaonderdeel aangemerkt indien wordt voldaan aan beide criteria. Bij het criterium 'duidelijk afgebakend' gaat het er om, dat het programmaonderdeel aan het begin en aan het einde als zodanig wordt onderscheiden van de rest van het programma (door op enigerlei wijze aan- en af te kondigen), ongeacht de toegestane reclameonderbreking zoals neergelegd in artikel 41a, tweede lid, van de wet.

Voor wat betreft de onderbreking van het verslag van een evenement of voorstelling is artikel 41a, eerste lid, onderdeel d, van de wet toepasselijk.

Bij het criterium 'als zodanig herkenbaar' gaat het om de inhoud en vormgeving van het onderdeel. Hierbij moet bijvoorbeeld gedacht worden aan het onderwerp van het programmaonderdeel en de wijze waarop het gepresenteerd wordt.

In de praktijk is gebleken dat met name bij de uitzending van sportevenementen bij de omroepen onduidelijkheid kan bestaan over het begrip programmaonderdeel. Indien voor of na de uitzending dan wel tijdens een onderbreking van het verslag of de weergave van een sportwedstrijd, een zogenaamde beschouwing wordt uitgezonden waarin hoofdzakelijk de wedstrijd dan wel de teams, spelers of trainers die betrokken zijn bij deze wedstrijd aan de orde komen, wordt deze beschouwing door het Commissariaat niet als apart programmaonderdeel aangemerkt. De voor-, tussen- en nabeschouwingen verschillen dan namelijk inhoudelijk onvoldoende van het verslag of de weergave van de wedstrijd, en zij vormen tezamen één programmaonderdeel. In de meeste gevallen zullen deze beschouwingen ook qua presentatie onvoldoende verschillen van de wedstrijd. Dit is bijvoorbeeld het geval indien de beschouwingen worden uitgezonden vanuit hetzelfde stadion of gepresenteerd door dezelfde presentatoren.

Artikel 4 Bijdrage van ondergeschikte betekenis

Uit de wetsgeschiedenis blijkt dat het de bedoeling van de wetgever is geweest niet-financiële bijdragen van ondergeschikte betekenis zonder welke het programmaonderdeel ook tot stand was gekomen en uitgezonden, niet als spon-

sorbijdragen in de zin van de wet aan te merken (zie ook Kamerstukken II 1994/95, 23 752, nr. 5, blz. 5).

Het Commissariaat beschouwt daarom niet identificeerbare bijdragen die in verhouding tot de totale kosten van het programmaonderdeel of de serie programmaonderdelen van ondergeschikte betekenis zijn dan wel in bruikleen worden gegeven niet als sponsorbijdragen.

Niet identificeerbare bijdragen zijn bijdragen die in het programmaonderdeel niet worden getoond of vermeld of in het programmaonderdeel niet identificeerbaar tot de verstrekker van de bijdrage worden getoond of vermeld.

Voorbeelden van bijdragen bedoeld in het eerste lid van dit artikel zijn het in bruikleen geven van de kleding, de catering, bloemstukken en andere kleine decorversieringen. Gelet hierop betreft het in ieder geval bijdragen met een lage economische waarde. Ter nadere bepaling van de ondergeschiktheid van de bijdrage is in het artikel een maximum bedrag van € 500,- (marktconforme prijzen) per bijdrage gegeven. Dit bedrag is ongeveer 1% van de gemiddelde bruto directe programmakosten per uur bij de publieke omroep in 2002. Voor radio-programma's is een vijfde van dat bedrag genomen, dus € 100,- per bijdrage.

Financiële bijdragen, ongeacht de omvang ervan, kunnen in geen geval van ondergeschikte betekenis zijn.

Vermelding aan het begin of einde van een programmaonderdeel van een naam, of (beeld)merk van degene die een bijdrage heeft verstrekt die niet als sponsorbijdrage wordt aangemerkt, is een niet-toegestane vermijdbare reclameuiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet. Programma's van publieke omroepinstellingen (met uitzondering van de STER) bevatten geen vermijdbare reclame-uitingen tenzij het is toegestaan op grond van de artikelen 28 tot en met 32 van het besluit. Ingevolge artikel 29 van het besluit mogen alleen programmaonderdelen van informatieve of educatieve aard onder bepaalde voorwaarden vermijdbare reclame-uitingen bevatten in de vorm van het vermelden van namen van bedrijven of instellingen. Eén van de voorwaarden is dat de vermelding past binnen de context van het programma. Vermelding aan het begin of einde van een programmaonderdeel van degene die een bijdrage heeft verstrekt die niet als sponsorbijdrage wordt aangemerkt past niet in de context van het programma en is derhalve ook bij een informatief of educatief programma niet toegestaan.

Teneinde het mogelijk te maken bovenbedoelde (rechts)personen te bedanken voor hun bijdrage heeft het Commissariaat bij besluit van 15 augustus 2000 aan de publieke omroepinstellingen voor deze vermeldingen onthef-

ping verleend van het bepaalde in de eerste volzin van artikel 52, tweede lid, van de wet. Op grond van dit laatstgenoemde besluit mag vermelding van deze personen alleen plaatsvinden op de titelrol of, voor zover het radio betreft, bij de afkondiging van het programmaonderdeel en mag de vermelding uit niet meer bestaan dan de woorden 'met dank aan' gevolgd door de (handels)naam van degene die de bijdrage heeft verstrekt. Indien de vermelding van bedrijven of instellingen die een bijdrage als bedoeld in het eerste lid van artikel 4 hebben verstrekt geschiedt overeenkomstig het bepaalde in het tweede lid, gaat het Commissariaat ervan uit dat met deze vermelding niet beoogd wordt reclame te maken. Vermelding van bedoelde bedrijven en instellingen is in dat geval derhalve niet in strijd met artikel 52, eerste lid, van de wet.

Een vermelding overeenkomstig het bepaalde in het tweede lid zou overigens wel in strijd kunnen zijn met de eerste volzin van artikel 52, tweede lid, van de wet. De vermelding van een naam van een bedrijf of instelling aan het begin of einde van een programmaonderdeel is namelijk in het algemeen een vermijdbare reclameuiting en derhalve volgens de artikelen 28 tot en met 30 van het Mediabesluit slechts in bepaalde gevallen toegestaan. In verband hiermee heeft het Commissariaat bij besluit van 15 augustus 2000 aan de publieke omroepinstellingen voor dit soort vermeldingen ontheffing verleend van het bepaalde in de eerste volzin van artikel 52, tweede lid, van de wet.

Het derde lid is toegevoegd om te voorkomen dat het wettelijk verbod sponsorbijdragen te bedingen of aanvaarden van onder andere de tabaksindustrie wordt uitgehold. Elke bijdrage van de in artikel 56a, vijfde lid, van de wet, bedoelde personen, bedrijven of instellingen wordt derhalve beschouwd als sponsorbijdrage en mag gelet op genoemd artikel niet aanvaard worden. Het derde lid moet ook voorkomen dat namen van bedoelde personen, bedrijven of instellingen worden vermeld op de titelrol of bij de aan- of afkondiging.

Artikel 5 Bijdrage van overheidsinstellingen, omroepinstellingen of (co)producenten

In dit artikel wordt met zoveel woorden bevestigd dat een overheidsinstelling (ministerie e.d.) niet wordt aangemerkt als een sponsor in de zin van de wet aangezien zij geen overheidsbedrijf is. Instellingen die geen bedrijf of onderneming uitoefenen zijn bijvoorbeeld instellingen bedoeld in artikel 3 van de wet. Het begrip 'particuliere onderneming' in artikel 1, onderdeel II, van de Mediawet wordt ruim uitgelegd en omvat mede non-profitorganisaties, voor zover zij op enigerlei wijze deelnemen aan het economisch verkeer door

middel van het leveren van goederen of diensten (Kamerstukken II 1994/95, 23 752, nr. 5, blz. 6). Een non-profitorganisatie die slechts propagandamateriaal levert met betrekking tot de organisatie of haar ideële activiteiten (bijvoorbeeld T-shirts en petjes waarop de naam van de organisatie vermeld staat) wordt in dit verband geacht niet deel te nemen aan het economisch verkeer en wordt derhalve niet beschouwd als een particuliere onderneming in de zin van de wet (Kamerstukken II 1999-00, 26 660, nr. 8, p. 10).

Verder hanteert het Commissariaat als uitgangspunt dat organisaties in de volgende categorieën in beginsel geen particuliere onderneming voeren:

- publiekrechtelijke zelfstandige bestuursorganen;
- goede-doelinstichtingen/-fondsen (met CBF-keur);
- goede-doelinstichtingen/-fondsen (zonder CBF-keur), mits uit de statuten blijkt dat sprake is van een onafhankelijke stichting en dat sprake is van onafhankelijke besluitvorming, neergelegd in een reglement, in het bijzonder met betrekking tot de toekenning van bijdragen;
- de permanente landelijke goede doelen-loterijen inclusief de sporttotalisator, die een vergunning hebben op grond van de Wet op de Kansspelen;
- overige niet commerciële stichtingen indien en voor zover de bijdrage aan het programmaonderdeel wordt bekostigd uit door de overheid verstrekte subsidies of geoormerkte budgetten, ten behoeve van een maatschappelijk relevant, niet commercieel doel.

Kenmerkend voor deze categorieën van organisaties is dat zij maatschappelijk relevante, niet-commerciële doelen nastreven. In een aantal gevallen vervullen zij door de overheid opgedragen dan wel gestimuleerde taken, blijvend uit subsidies of geoormerkte budgetten.

Niet als bij sponsoring is het ook bij deze instellingen niet toegestaan om hun producten of diensten te tonen of te vermelden, indien deze instellingen een bijdrage in geld hebben verstrekt.

In artikel 5 wordt tevens bevestigd, dat bijdragen die worden geleverd tegen marktconforme betaling door de omroepinstelling die het programmaonderdeel verzorgt of door de (co)producent die geheel of gedeeltelijk met de productie van het programmaonderdeel is belast, niet als sponsoring worden aangemerkt (Kamerstukken II 1993/94, 23 752, nr. 3, blz. 8). Vermelding van de omroepinstelling of de (co)producent op de titelrol of bij de afkondiging vanwege hun bijdrage ligt daarom niet voor de hand. Het is gebruikelijk dat beide in hun hoedanigheid van verzorger respectievelijk (co)producent van het programmaonderdeel worden vermeld.

Gezien de bovengenoemde Memorie van Toelichting heeft de wetgever met de definitie van 'sponsoren van een programmaonderdeel' de bedoeling gehad alleen de omroepinstelling die het programmaonderdeel verzorgt en de (co)producent die geheel of gedeeltelijk met de productie van het programmaonderdeel is belast, niet als sponsors aan te merken. Het verstrekken van een bijdrage door een omroepinstelling die het programmaonderdeel niet verzorgt en een (co)producent die niet geheel of gedeeltelijk met de productie van het programmaonderdeel is belast, kan wel als sponsoring worden aangemerkt.

Onder 'sponsoren van een programmaonderdeel' valt ook het verstrekken van een bijdrage door een (co)producent die zich gewoonlijk niet bezighoudt met omroepactiviteiten of met de vervaardiging van audiovisuele producties (Kamerstukken II 1993/94, 23 752, nr. 3, blz. 8). Deze (co)producent dient wel als sponsor te worden vermeld.

Artikel 6 Programmaonderdelen die gesponsord mogen worden

Volgens artikel 52a van de wet worden programmaonderdelen van publieke omroepinstellingen in beginsel niet gesponsord. De programmaonderdelen die wel gesponsord mogen worden staan limitatief opgesomd in het tweede lid van dit artikel. Aangezien het sponsoren van dit soort programmaonderdelen een uitzondering is op de regel dat programmaonderdelen van publieke omroepinstellingen niet gesponsord mogen worden, dient het tweede lid eng te worden uitgelegd.

In artikel 6 van de onderhavige regeling worden de soorten programmaonderdelen die wel gesponsord mogen worden nader omschreven.

In de wet is geen definitie gegeven van het begrip programmaonderdeel van culturele aard. Voorop staat dat de uitzonderingen op het sponsorverbod restrictief moeten worden toegepast. Met inachtneming hiervan wordt bij de invulling van het begrip in beginsel aansluiting gezocht bij het in het eerste lid bedoelde systeem van programma-indeling zoals dat bij de publieke landelijke omroep wordt gebruikt voor de indeling van programmaonderdelen in het kader van de programmavoorschriften, de zogenaamde MJB-indeling.

Uit de wetgeschiedenis leidt het Commissariaat af dat sponsoring van informatieve programmaonderdelen niet is toegestaan. Culturele programmaonderdelen die overwegend informatieve elementen bevatten, zoals theateragenda's of festivaljournaals, vallen daarom onder het sponsorverbod van artikel 52a, tweede lid, onderdeel a, van de Mediawet.

Ingevolge artikel 52a, derde lid, van de Mediawet mogen programmaonderdelen van publieke omroepinstellingen, die

volgens het tweede lid mogen worden gesponsord, alsnog niet worden gesponsord indien ze geheel of gedeeltelijk bestaan uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie dan wel in het bijzonder bestemd zijn voor minderjarigen beneden de leeftijd van twaalf jaar.

Programmaonderdelen, bedoeld in het tweede lid van artikel 52a van de wet, die geheel of gedeeltelijk bestaan uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie mogen niet gesponsord worden om elk risico van commerciële beïnvloeding van dergelijke programmaonderdelen uit te sluiten. Dit geldt ook voor financieel nieuws. Het is algemeen bekend dat financieel nieuws van invloed kan zijn op de financiële markt en met name de effectenbeurs.

De uitzondering op het sponsorverbod voor sportprogramma's ziet op die programmaonderdelen die daadwerkelijk en voor een wezenlijk deel bestaan uit het verslag of de weergave van een sportwedstrijd of sportevenement.

Artikel 7 Definitie van naam en (beeld)merk

Bij wijziging van de wet op 30 oktober 2003 is de formulering 'naam, handelsmerk, logo of beeldmerk', vervangen door 'naam of (beeld)merk'. Volgens de Memorie van Toelichting betreft het slechts een technische wijziging, nu 'logo' en 'beeldmerk' als synoniemen worden beschouwd en 'handelsmerk' geen onderscheidend begrip naast '(beeld)merk' wordt geacht te zijn (Kamerstukken II 2001/02, 28 476, nr. 3, p. 8 en 11). De tussen haakjes geplaatste toevoeging 'beeld' is volgens de Memorie van Toelichting opgenomen om duidelijk te maken dat ook logo's daaronder vallen. De wetgever heeft niet beoogd om aan te sluiten bij de Benelux merkenwet. Verder wordt nog opgemerkt door de wetgever dat niet alle (beeld)merken als sponsorvermelding acceptabel zijn. Bijvoorbeeld slogans, ook al zijn deze als merk gedeponeerd, zijn op grond van de Mediawet niet toegestaan.

Artikel 8 Plaats van de sponsorvermelding

Vermeldingen van programmasponsors en evenementensponsors mogen alleen plaatsvinden aan het begin of aan het einde van een programmaonderdeel (artikelen 52b, eerste lid van de wet en 31, eerste lid van het besluit). Sponsorvermeldingen tijdens het programmaonderdeel, in welke vorm dan ook, worden door het Commissariaat beschouwd als niet-toegestane vermijdbare reclameuitingen als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de wet, tenzij hiervoor ontheffing is verleend. Ook mededelingen zoals 'deze prijs wordt u aangeboden door ...' zijn derhalve niet toegestaan.

Voor sportevenementen is een onthefing verleend om, in plaats van aan het begin of het einde van het programma-onderdeel, de evenementensponsor te vermelden aan het begin of aan het einde van het verslag of de weergave van een sportwedstrijd (besluit van 15 augustus 2000, Besluit ontheffing vermelding evenementensponsor).

Het vermelden of tonen van een naam of (beeld)merk van een sponsor of evenementensponsor in de titel of leader van een programmaonderdeel is geen (sponsor)vermelding als bedoeld in artikel 52b, eerste lid, van de wet, onderscheidenlijk artikel 31, eerste lid, van het besluit. Deze vermelding dient apart en op de juiste plek plaats te vinden.

Titelsponsoring van een programma-onderdeel is niet toegestaan. Sponsoring en titelsponsoring van een gedeelte van het programmaonderdeel is evenmin toegestaan. Onder een gedeelte van een programmaonderdeel worden bijvoorbeeld items en rubrieken verstaan.

In de naam van een gesponsord evenement is meestal de naam of het merk van de evenementensponsor verwerkt. Indien op radio of televisie verslag wordt gedaan van het evenement mag de naam van het evenement, op grond van artikel 30a van het Mediabeluif, terugkomen in de titel van het programmaonderdeel mits de naam of het merk van de evenementensponsor niet overheersend is in de titel van het programmaonderdeel. Dit geldt uitdrukkelijk niet voor een beeldmerk van een evenementensponsor. De vermelding of vertoning van het beeldmerk in de titel of leader van een programmaonderdeel is namelijk niet noodzakelijk voor een goed verslag of weergave van het evenement en is daarom altijd overheersend.

Voor de beantwoording van de vraag of sprake is van een evenementensponsor en dus voor de toepasselijkheid van artikel 8 BSPO is het relevant of het geld naar de omroep of naar de organisator van het evenement gaat. Evenementensponsoring houdt immers in dat de totstandkoming van het evenement wordt gesponsord, maar niet de uitzending als zodanig (Kamerstukken II 1994/95, 23 752, nr. 3, bladzijde 5).

Artikel 9 Sponsorvermelding ter informatie van het publiek

Volgens artikel 52b, eerste lid, van de wet geschiedt de sponsorvermelding 'ter informatie van het publiek'. De sponsorvermelding '...bevat dus niet meer – maar ook niet minder! – dan daartoe nodig is...' (Kamerstukken II, 1993/94, 23 752, nr. 3, blz. 10). Een sponsorvermelding geschiedt in het belang van de kijker of luisteraar, teneinde duidelijk te maken dat het programma gesponsord is, en door wie. De wetgever heeft in de Nota van Toelichting bij artikel 52h van het besluit (oud), de bepaling voor de commerciële omroep welke vergelijk-

baar is met artikel 52b van de wet, daarom aangegeven dat de vermelding of vertoning in beginsel uit niet meer bestaat dan een mededeling zoals 'dit programmaonderdeel is (mede) mogelijk gemaakt door ...' gevolgd door de naam of het beeldmerk van de sponsor (s) (Stb. 1992, 334, blz. 25).

Mededelingen zoals 'met dank aan', 'met medewerking van', 'dit programma wordt u aangeboden door', 'in samenwerking met' of 'programmaparticipatie' maken onvoldoende duidelijk dat het programma gesponsord is. Deze mededelingen geven niet ondubbelzinnig aan wat de status is van degene die een sponsorbijdrage heeft verstrekt. Bijvoorbeeld de mededeling 'met dank aan' wordt vaak gebruikt om iemand te vermelden die een andere bijdrage dan een sponsorbijdrage heeft geleverd. De mededeling 'dit programma wordt u aangeboden door' is onjuist omdat het de omroep is die een programmaonderdeel aanbiedt en niet de sponsor.

Artikel 10 Naam, merk en/of beeldmerk

Volgens artikel 52b, tweede lid, tweede volzin, van de wet gebeurt de sponsorvermelding door middel van naam of (beeld)merk. Indien in regelgeving in een opsomming van gevallen 'of' wordt gebruikt is daaronder mede begrepen de situatie dat meer dan een van de genoemde gevallen zich tegelijk voordoen (zie Aanwijzingen voor de regelgeving, Aanwijzing 63) De tussen haakjes geplaatste toevoeging 'beeld' is volgens de Memorie van Toelichting opgenomen om duidelijk te maken dat ook logo's daaronder vallen (Kamerstukken II 2001/02, 28 476, nr. 3, p. 8). Artikel 52b, tweede lid, dient derhalve zodanig geïnterpreteerd te worden dat naam, merk en beeldmerk gezamenlijk of in combinatie met elkaar mogen worden vermeld of getoond.

De zelfstandige naamwoorden 'naam of (beeld)merk' worden in genoemde bepaling niet voorafgegaan door een lidwoord. Hierdoor is niet duidelijk of één of meerdere namen, merken of beeldmerken vermeld of getoond mogen worden. De wetgever heeft echter wel aangegeven dat een sponsorvermelding niet in een wervende context mag worden geplaatst en niet in de eerste plaats geschiedt in het belang van de sponsor maar ter informatie van de kijker of luisteraar. Volgens het Commissariaat is het derhalve niet de bedoeling geweest van de wetgever per sponsor meer dan één naam, merk of beeldmerk te vermelden of tonen.

Artikel 11 Wervende sponsorvermelding

Volgens artikel 52b, tweede lid, van de wet en artikel 31, eerste lid, van het besluit is de vermelding van de programmasponsor, onderscheidenlijk evenementensponsor, zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan definitie

van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk, van de Mediawet. Volgens de eerder aangehaalde Memorie van Toelichting bij artikel 52b mag de vermelding geen wervend karakter hebben (Kamerstukken II, 1993/94, 23 752, nr. 3, blz. 10). De sponsorvermelding mag in beginsel uit niet meer bestaan dan een mededeling zoals 'dit programmaonderdeel is (mede) mogelijk gemaakt door' gevolgd door de naam of het (beeld)merk van de sponsor (s).

In artikel 11 van de regeling wordt aangegeven in welke gevallen een vermelding in ieder geval voldoet aan de wettelijke definitie van reclameboodschap. Deze opsomming is niet limitatief. Het Commissariaat heeft de afgelopen jaren ten aanzien van dit soort gevallen geoordeeld dat de sponsorvermelding in strijd is met artikel 52b, tweede lid, van de wet respectievelijk artikel 31, eerste lid, van het besluit, voorzover het programma's betref van de publieke omroep, dan wel de vergelijkbare artikelen 52h, tweede lid, van het besluit oud (71k, tweede lid, wet), respectievelijk 52i, eerste lid, van het besluit oud (artikel 71l, eerste lid, van de wet), voorzover het programma's betref van de commerciële omroep.

Artikel 12 Niet beeldvullend

Het uitsluitend tonen van de naam, het merk of het beeldmerk van een sponsor wordt als beeldvullend aangemerkt en is dus niet toegestaan. Er zal dus op zijn minst een tekst aan moeten worden toegevoegd zoals 'dit programma is (mede) mogelijk gemaakt door', zodat niet alle aandacht op de naam van de sponsor komt te liggen.

Artikel 13 Producten of diensten van een sponsor

Ingevolge artikel 52b, derde lid, van de wet mogen in gesponsorde programma-onderdelen geen producten of diensten van een sponsor getoond of vermeld worden indien deze een sponsorbijdrage in geld heeft verstrekt. De wetgever heeft deze bepaling in de wet opgenomen om sluikreclame voor producten of diensten van de sponsor in het gesponsorde programmaonderdeel te voorkomen. Wil er sprake zijn van sluikreclame dan dient er in ieder geval sprake te zijn van een reclame-uiting. Van een reclame-uiting is volgens jurisprudentie van de Raad van State slechts sprake indien de uiting voor het gemiddelde publiek waarneembaar is op grond waarvan het de producten of diensten kan identificeren. Indien dit laatste niet het geval is, is er geen sprake van een reclame-uiting en derhalve ook niet van sluikreclame. Producten of diensten van een sponsor die een sponsorbijdrage in geld heeft versterkt kunnen derhalve in het gesponsorde programmaonderdeel getoond of vermeld worden indien het

gemiddelde publiek niet in staat is de desbetreffende producten of diensten te identificeren.

Artikel 14 Sponsorbijdrage rechtstreeks van de sponsors

In de praktijk sluiten de producenten meestal de contracten met de sponsors. Volgens artikel 56a, eerste lid, van de wet mogen publieke omroepinstellingen sponsorbijdragen echter uitsluitend rechtstreeks van de sponsors en door middel van een schriftelijke overeenkomst bedingen of aanvaarden. Aangezien de omroep volledig verantwoordelijk is voor de sponsoring dient de sponsorovereenkomst in alle gevallen door of namens de omroep gesloten te worden. Dit moet duidelijk blijken uit het contract. De financiële bijdrage van de sponsor behoeft echter niet rechtstreeks aan de omroep te worden overgemaakt. Indien deze bijdrage aan de producent van het programma wordt overgemaakt ontvangt hij dit echter namens de omroep. Deze gelden zijn derhalve voor de betrokken omroep 'inkomsten uit sponsorbijdragen' als bedoeld in artikel 64c, eerste lid, van de wet. De publieke omroepinstellingen dienen, met inachtneming van het bepaalde in artikel 64c, jaarlijks verslag uit te brengen aan het Commissariaat omtrent de inkomsten uit sponsorbijdragen, de gesponsorde programmaonderdelen en de hoedanigheid van de sponsors,

gespecificeerd per programmaonderdeel. Bij de wetswijziging van 30 oktober 2003 is aan artikel 64c een derde lid toegevoegd waarin is bepaald dat de verplichting om verslag uit te brengen eveneens geldt voor bijdragen van overheidsinstellingen en andere instellingen dan bedoeld in artikel 1, onderdeel II.

Artikel 15 Evenement niet bestemd om als programma te worden uitgezonden

Artikel 31 van het besluit heeft slechts betrekking op een evenement 'dat niet voornamelijk bestemd is om als programma te worden uitgezonden'. Deze voorwaarde staat ook in artikel 30a van het besluit. In de Nota van Toelichting wordt met betrekking tot laatstgenoemde bepaling gesteld dat ervan kan worden uitgegaan dat aan deze eis is voldaan, indien kan worden vastgesteld dat bij het evenement ook publiek aanwezig zou zijn geweest wanneer het niet als programma zou zijn of worden uitgezonden (Stb. 1992, 334, blz. 20). In de praktijk is gebleken dat het moeilijk is vast te stellen bij het evenement ook publiek aanwezig zou zijn geweest wanneer het niet als programma zou zijn of worden uitgezonden. Een evenement is per definitie een publieke gebeurtenis. Aangezien evenementen, al dan niet tegen betaling, voor het publiek toegankelijk zijn is er meestal publiek aanwezig ongeacht of het evenement bestemd

is om als programma te worden uitgezonden. In verband hiermee is in artikel 15 een tweede criterium opgenomen onder b.

Steeds vaker worden aan evenementen die op radio en televisie worden uitgezonden elementen van interactiviteit met de televisiekijker of radioluisteraar verwerkt, zoals een sms-, internet- of telefoonspelletje. Indien het doel of het verloop van het evenement afhankelijk is van deze interactiviteit is vaak sprake van reguliere (live) televisie/radio. Bij de bepaling of wordt voldaan aan het tweede criterium wordt daarom mede beoordeeld in hoeverre de opzet, het doel of het verloop van het evenement afhankelijk is van interactiviteit met het televisie- of radiopubliek. Een programmaonderdeel dat in dat geval alsnog niet als evenement wordt aangemerkt valt dan onder de reguliere reclame- en sponsorregels.

Wil er sprake zijn van een 'sportevenement' of 'evenement ten behoeve van ideële doeleinden' als bedoeld in artikel 52a, tweede lid, van de wet, dan dient het evenement, volgens artikel 6 van deze regeling, 'niet voornamelijk bestemd te zijn om als programma te worden uitgezonden'. Artikel 15 van deze regeling is daarom tevens van toepassing ten aanzien van de evenementen bedoeld in artikel 52a, tweede lid, van de wet.