

Beleidsregels ontheffing programmatitel publieke omroep

Regeling van het Commissariaat voor de Media van 19 februari 2008 houdende ontheffing van het bepaalde in de eerste volzin van het tweede lid van artikel 52 van de Mediawet in verband met cultuuruitingen en beleidsregels omtrent verlening van ontheffingen publieke omroep van het bepaalde in het tweede lid van artikel 52 van de Mediawet in verband met de vermelding en vertoning van een naam of (beeld)merk van een mediabedrijf in de programmatitel van een gesponsord programmaonderdeel (Beleidsregels ontheffing programmatitel publieke omroep)

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; gelet op artikel 52, derde lid, van de Mediawet;

besluit:

– strekking van de regeling –

Artikel 1

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

– definities –

Artikel 2

In deze regeling wordt verstaan onder:

- film: een film die voor een publiek is of wordt vertoond;
- voorstelling: een dans-, muziek- of theatervoorstelling;
- de wet: de Mediawet;
- het besluit: het Mediabesluit;
- BSPO: Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005;
- Commissariaat: het Commissariaat voor de Media;
- ontheffing: ontheffing op grond van artikel 52, derde lid, van de Mediawet van het bepaalde in het artikel 52, tweede lid, eerste volzin, van de Mediawet;
- omroepinstelling: instelling die zendtijd heeft verkregen;
- programmatitel: de titel van een programmaonderdeel;
- mediabedrijf: een onderneming die zich in hoofdzaak bezighoudt met de productie door een zelfstandige redactie van non commerciële media-inhoud, en het verspreiden dan wel doen verspreiden van die media-inhoud aan het algemene publiek of delen daarvan.

k. zelfstandige redactie: redactie die werkt op basis van een programma- of redactiestatuut waarin de redactionele identiteit en onafhankelijkheid is neergelegd.

– cultuuruitingen –

Artikel 3

1. Aan instellingen die zendtijd hebben verkregen wordt ontheffing verleend, van het bepaalde in de eerste volzin van het tweede lid van artikel 52 van de Mediawet, voor het vermelden of vertonen van de titel van een boek, film of voorstelling in de titel van het programmaonderdeel, onder de voorwaarden dat:

- het een cultureel programmaonderdeel betreft, dan wel een verslag is van het productieproces van een film of voorstelling;
- het betreffende programmaonderdeel niet wordt gesponsord door de rechthebbenden op het boek, de film of de voorstelling; en
- de omroepinstelling zich inspant om eventuele aanhakende reclame voor het boek, film of (theater)voorstelling te voorkomen.

2. De in lid 1, onder b, van dit artikel gestelde voorwaarde geldt niet indien de rechthebbende op het boek, de film of de voorstelling een mediabedrijf is en er op grond van artikel 5 van deze regeling ontheffing is verleend voor het opnemen van de naam of (beeld)merk van het mediabedrijf in de titel van het programmaonderdeel.

– ontheffingsverzoek –

Artikel 4

1. Onverminderd het bepaalde in artikel 8, derde lid, van de BSPO kan een omroepinstelling een verzoek tot ontheffing van artikel 52, tweede lid, eerste volzin, van de Mediawet indienen met betrekking tot de vermelding en vertoning van een naam of (beeld)merk van een mediabedrijf in de programmatitel van een door dat mediabedrijf gesponsord programmaonderdeel.

2. De omroepinstelling stelt het Commissariaat bij de indiening van het verzoek tot ontheffing alle relevante bescheiden, waaronder in ieder geval het programmastatuut, ter beschikking.

3. De omroepinstelling geeft in haar ontheffingsverzoek inzicht in de wijze waarop de omroepinstelling haar (eind) verantwoordelijkheid voor vorm en inhoud van het programmaonderdeel neemt.

4. De omroepinstelling dient het verzoek tot ontheffing, zoals bedoeld in artikel 5, in uiterlijk twee weken voor de eerste uitzending van het programmaonderdeel waar de ontheffing betrekking op heeft.

– ontheffing programmatitels gesponsorde programmaonderdelen –

Artikel 5

1. Van een bijzonder geval in de zin van artikel 52, derde lid, van de wet in de zin van dit artikellid is sprake indien in een programmatitel van een gesponsord programmaonderdeel een naam of (beeld)merk van het mediabedrijf dat het programmaonderdeel sponsort, of een herkenbaar deel daarvan, is verwerkt.

2. In de te verlenen ontheffing worden in ieder geval de volgende voorwaarden gesteld:

- de naam of het (beeld)merk van het mediabedrijf wordt neutraal getoond of vermeld in de programmatitel;
- de programmatitel wordt beperkt en neutraal in het programmaonderdeel getoond of vermeld, en,
- de naam of het merk van het mediabedrijf wordt alleen beperkt in het programmaonderdeel als bronvermelding getoond of vermeld.

– slotbepaling –

Artikel 6

1. Deze regeling treedt in werking met ingang van 15 maart 2008.

2. Deze regeling wordt aangehaald als Beleidsregels ontheffing programmatitel publieke omroep.

3. 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,

I. Brakman, Voorzitter.

J. van Cuilenburg, Commissaris.

Bijlage

Artikel 52 van de Mediawet

1. De programma's van instellingen die zendtijd hebben verkregen bevatten geen reclameboodschappen en telewinkeboodschappen 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 ll, 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 8 van de BSPO

1. 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.

2. Vermelding of vertoning van de sponsor of eventensponsor als zodanig, op een andere plaats dan aan het begin of het einde van een programma-onderdeel, is een niet-toegestane vermijdbare reclame-uiting 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 programma-onderdeel, 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 eventensponsor in de titel of leader van een programma-onderdeel, 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 eventensponsor in de titel of leader van een programma-onderdeel, 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 eventensponsor in de titel of leader van een programma-onderdeel, 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 programma-onderdeel, niet overheersend zijn in de zin van artikel 30a, eerste lid, van het besluit.

Toelichting

In deze beleidsregels worden twee vormen van ontheffing voor programmatische van de publieke omroepen geregeld. Ten eerste gaat het om een generieke

ontheffing voor het (onder voorwaarden) opnemen van de naam van een boek, film of voorstelling in de titel van een programma-onderdeel. Ten tweede gaat het om het opnemen van de naam of merk van een sponsor in de titel van een programma-onderdeel indien de sponsor een mediabedrijf is.

Titels van programma-onderdelen, waarin de naam van een boek, film of dans-, muziek- of theatervoorstelling is verwerkt, zijn in strijd met het bepaalde in artikel 52, tweede lid, van de Mediawet. Het tonen of vermelden van een naam, handelsmerk, logo of beeldmerk van een derde in de programmatitel wordt immers beschouwd als een niet-toegestane vermijdbare reclame-uiting als bedoeld in artikel 52, tweede lid, van de Mediawet aangezien de vertoning of vermelding dan plaatsvindt op een overdreden of overdadige wijze. Om uitzending van dergelijke programma-onderdelen, en daarmee de programmatitel, onder voorwaarden mogelijk te maken heeft het Commissariaat besloten om met betrekking tot dit soort programma-onderdelen een generieke ontheffing te verlenen.

In het rapport Quicksan crossmediale publiek-private samenwerking publieke omroepinstellingen en uitgevers, uitgebracht door het Centrum voor Intellectueel Eigendomsrecht (CIER) wordt de stand van zaken op het gebied van samenwerking tussen publieke omroep en commerciële partijen geïnventariseerd en een aantal aanbevelingen gedaan om die samenwerking te faciliteren. In het rapport wordt onder andere voorgesteld de mogelijkheden van titelsponsoring voor de publieke omroep te verruimen. In de brief van 6 oktober 2006 aan de Tweede Kamer heeft de minister daarop aangegeven dat het veruimingsvoorstel uitsluitend betrekking heeft op het kunnen vermelden van de naam van het bedrijf of product in de titel van het programma, onder de voorwaarde dat dit bedrijf een mediabedrijf is. Deze door de minister voorgestelde verruiming dient alleen te gelden bij programma's die kunnen worden gesponsord.

In deze beleidsregels wordt dus een onderdeel van het beleid ten aanzien van samenwerking tussen publieke omroep en derden geregeld, namelijk het onder voorwaarden opnemen van de naam of het (beeld)merk van een sponsor in de programmatitel. Er is sprake van sponsoring indien de inbreng van de samenwerkende partner niet gelijkwaardig is aan, maar groter dan de inbreng van de omroep.

Het Commissariaat heeft in zijn beleidsbrief van 19 februari 2008 (SBO-000784-jnt) kenbaar gemaakt welke mogelijkheden er zijn bij gelijkwaardige samenwerking.

Artikel 3 (cultuuruitingen)

Op grond van de vigerende mediarechtelijke regelgeving is het opnemen van een naam van een boek, film of voorstelling in een programmatitel in strijd met het bepaalde in artikel 52, tweede lid, van de Mediawet. Het uitzenden van bijvoorbeeld een dramaserie met een programmatitel die gelijkkluidend is aan de titel van het boek waarop de serie is gebaseerd is derhalve in strijd met artikel 52, tweede lid, van de Mediawet. Om dit soort crossmediale toepassingen mogelijk te maken heeft het Commissariaat besloten onder voorwaarden een generieke ontheffing te verlenen voor dit soort uitingen in de titel van een programmaonderdelen.

Ook de praktijk om 'the making of...' - programmaonderdelen, die veelal betrekking hebben op films – en recentelijk ook musicals –, uit te zenden is in strijd met artikel 52, tweede lid, van de Mediawet.

Het Commissariaat verleent onder voorwaarden met betrekking tot dit soort programmaonderdelen een generieke ontheffing.

Het dient in dit geval wel te gaan om culturele programmaonderdelen, dan wel van een zogenaamd 'making of' programma. Bij de vaststelling of sprake is van een cultureel programmaonderdeel wordt in principe uitgegaan van het door de publieke omroep gebruikte systeem van programma-indeling. Indien het programmaonderdeel wordt gesponsord door de rechthebbenden op het boek, de film of de voorstelling, is het niet toegestaan om de titel van het boek, film of voorstelling op te nemen in de titel van het programma, tenzij de sponsor een mediabedrijf is en er op grond van artikel 5 van deze regeling ontheffing is verleend voor het opnemen van de naam of merk van dat mediabedrijf in de titel van het programmaonderdeel. Met deze voorwaarde beoogt het Commissariaat uit te sluiten dat de rechthebbenden, direct of indirect, dergelijke programmaonderdelen als marketinginstrument inzetten. De omroepinstelling mag derhalve het programmaonderdeel niet om niet verkrijgen van de rechthebbenden; er dient een marktconform tarief te worden betaald voor het uitzenden van het betreffende programmaonderdeel. Dit is in de geest van artikel 48 van de Mediawet waarin is bepaald dat een omroepinstelling vorm en inhoud van haar programma bepaalt en verantwoordelijk is voor hetgeen in haar zendtijd wordt uitgezonden.

De ontheffing heeft geen betrekking op andersoortige culturele uitingen zoals bijvoorbeeld tijdschriften en cd's.

Aanhakende reclame kan een rol spelen bij de beoordeling van een programmaonderdeel een niet toegestane reclame-uiting als bedoeld in artikel 52,

tweede lid, van de Mediawet bevat. Daarvoor is niet vereist dat dergelijke uitingen in het programma zelf voorkomen. Dat een omroepinstelling niet verantwoordelijk is voor uitingen in andere media doet daar niet aan af. Een omroepinstelling is immers verantwoordelijk voor de inhoud van haar uitzendingen. Zij dient dus maatregelen te treffen om reclame-uitingen te voorkomen indien zij kan en moet begrijpen dat uitingen in een programmaonderdeel door aanhakende reclame een wervend karakter zullen krijgen (uitspraak van de RvSt., d.d. 18 december 2000, nr. 200001208/1, *CD Marco Borsato*).

Naast artikel 52 van de Mediawet geldt artikel 55 van de Mediawet op grond waarvan een omroepinstelling desgevraagd aan het Commissariaat dient aan te tonen niet dienstbaar te zijn geweest aan het maken van winst door derden.

Artikel 4 (ontheffingsverzoek)

In artikel 8, derde lid, van de Beleidsregels sponsoring publieke omroep (BSPO) heeft het Commissariaat het zogenoemde titelsponsoringverbod vastgelegd. In dit artikellid is kort gezegd bepaald dat 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 in strijd is met artikel 52, tweede lid, van de wet. Op grond van artikel 52, derde lid, van de wet juncto artikel 1 van het ministeriële besluit van 17 februari 1988 (Stcrt. 49) is het Commissariaat bevoegd om in bijzondere gevallen ontheffing te verlenen van het sluikreclameverbod. Omdat een generieke ontheffing met betrekking tot een algemeen fenomeen als titelsponsoring deze bevoegdheid te boven zou gaan heeft het Commissariaat besloten om de voorwaarden kenbaar te maken waaronder specifieke ontheffing zal worden verleend voor het vermelden of tonen van een naam of (beeld)merk van de sponsor in de programmatitel.

Het centrale uitgangspunt blijft dat de scheiding tussen redactie en commercie te allen tijde gewaarborgd dient te blijven. De omroepinstelling is verantwoordelijk voor de vorm en inhoud van het programma en zal in het ontheffingsverzoek ten genoegen van het Commissariaat moeten aantonen dat zij ten opzichte van de sponsor van het programmaonderdeel substantiële eindredactionele invloed kan uitoefenen.

Artikel 5 (ontheffing gesponsorde programmaonderdelen)

Met een ontheffing verkregen op grond van dit besluit is het dus toegestaan om de naam of het (beeld)merk van mediabedrijven die optreden als sponsor te verwerken in de programmatitel. De achterliggende gedachte is om de toemende behoefte aan crossmediale

samenwerkingsverbanden tussen bedrijven te faciliteren. Het Commissariaat beoogt met dit besluit dus uitdrukkelijk niet een platform te creëren door middel waarvan deze bedrijven extra *exposure* kunnen genereren.

In artikel 2 van deze regeling is gedefinieerd wat moet worden verstaan onder mediabedrijf zoals bedoeld in deze regeling. Dit betekent dat uitgever van dagbladen en tijdschriften, alsmede bedrijven als *geenstijl.nl* als mediabedrijf worden aangemerkt. Ook omroepen vallen onder de definitie van mediabedrijf. Een programmastatuut wordt namelijk beschouwd als een statuut waarin de redactionele identiteit is neergelegd. Onder productie van non commerciële media-inhoud wordt ook verstaan het tot één geheel samennemen (verpakken) van media-inhoud. Voorts is het (doen) verspreiden een essentiële activiteit van een mediabedrijf: televisieproducenten vallen dus niet onder de definitie van mediabedrijf, maar internetnieuwsbedrijven wel. Zoekmachines en databanken op internet, zoals Funda, worden niet als mediabedrijf aangemerkt omdat deze bedrijven niet werken met een zelfstandige onafhankelijke redactie. Een bedrijf dat als marketingtechniek audiovisuele content verspreidt via televisie of internet wordt niet als mediabedrijf aangemerkt omdat hierbij sprake is van commerciële media-inhoud. Ook bedrijven die ten behoeve van marketing zogenaamde sponsored magazines uitgeven zijn geen mediabedrijf als bedoeld in deze regeling omdat hierbij sprake is van commerciële media-inhoud.

Uiteraard betreft het alleen programmaonderdelen die op grond van artikel 52a van de wet mogen worden gesponsord.

Op grond van artikel 52b, derde lid, van de wet mogen in het programmaonderdeel geen producten, diensten van het sponsorende mediabedrijf worden getoond of vermeld. Er ontstaat in de overige gevallen vanwege het overdadige karakter door de combinatie van vermelding of vertoning in de titel én het programmaonderdeel strijd met artikel 28 van het Mediabesluit. Onder sponsoren wordt in artikel 5, eerste lid, eveneens het verstrekken van een bijdrage in natura bedoeld.

De regeling ziet alleen op de activiteiten van de sponsor voor zover het een reclame-uiting betreft.

De naam of het (beeld)merk van de sponsor mag neutraal worden getoond of vermeld in de programmatitel. Ingevolge artikel 5, onderdeel c, mag de programmatitel waarin deze naam of dit (beeld)merk is verwerkt alleen aan het begin en eind van het programmaonderdeel en voorafgaand aan en in aansluiting op een programmaonderbrekend reclameblok worden getoond. Het verwerken van de titel in het decor zal niet

aan deze voorwaarde voldoen omdat in dat geval de titel tijdens het programmaonderdeel wordt getoond. De programmatitel mag wel beperkt en neutraal tijdens het programmaonderdeel worden vermeld. De naam van een sponsor, en dus niet het beeldmerk, mag verder alleen in het programmaonderdeel worden getoond of vermeld indien het een bronvermelding betreft. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als een deskundige van het bedrijf dat het programmaonderdeel sponsort wordt aangekondigd. Indien bijvoorbeeld een uitgever sponsor is mag een redacteur van een krant van die uitgever wel als bronvermelding worden vermeld.

Indien sprake is van crossmediale samenwerking met een uitgever, mag het programmaonderdeel naar analogie van een dagblad of tijdschrift gelijklopende rubrieken bevatten.

Een vermelding of vertoning van de naam of het (beeld)merk van de sponsor in de programmatitel van het programmaonderdeel is geen sponsorvermelding in de zin van artikel 52b, eerste lid, van de wet.

Dit besluit laat artikel 3 van de Mediawet onverlet. Indien dus niet direct of indirect wordt opgeroepen tot

koop kan een artikel 3 instelling in de titel van een programmaonderdeel worden genoemd.

Het spreekt voor zich dat de sponsor geen persoon, bedrijf of instelling is zoals bedoeld in artikel 56a, vijfde lid, van de wet. Een tabaksgerelateerde onderneming mag dus niet als sponsor optreden.

Het betreffende programmaonderdeel kan op grond van het besluit ontheffing zelfpromotie publieke omroep worden getoond en vermeld in een reguliere programma-aankondiging.