

Regeling van het Commissariaat voor de Media van 5 juli 2005 houdende beleidsregels omtrent sponsoring commerciële omroep (Beleidsregels sponsoring commerciële omroep 2005), zoals laatstelijk gewijzigd bij besluit van 24 april 2007

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:

- 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:

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

- definitie programmaonderdeel -

Artikel 3

1. 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.
2. 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:
 - a. voor het gemiddelde publiek als programmaonderdeel herkenbaar is, en
 - b. zowel inhoudelijk als qua vormgeving verschilt van het voorgaande en volgende onderdeel van een programma.

- bijdrage van ondergeschikte betekenis -

Artikel 4

1. 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,
 - a. door een derde in bruikleen is gegeven of,
 - b. in verhouding tot de totale kosten van de totstandkoming of aankoop van het programmaonderdeel van ondergeschikte 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, wordt geacht te geschieden met het oogmerk bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet, tenzij:
 - a. de vermelding gebeurt op de titelrol of, voor zover het radio betreft, bij de afkondiging van het programmaonderdeel, en,
 - b. de vermelding uit niet meer bestaat dan de woorden «*met dank aan*» gevolgd door de (handels)naam van degene die de bijdrage heeft verstrekt.

3. Dit artikel is niet van toepassing ten aanzien van bijdragen van de personen, bedrijven of instellingen, bedoeld in artikel 71k, vierde lid, van de wet.

- bijdrage van overheidsinstellingen, omroepinstellingen of (co)producenten -

Artikel 5

1. Onder «*sponsors 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:
 - a. overheidsinstellingen en andere instellingen die geen particuliere onderneming uitoefenen;
 - b. de omroepinstelling die het programmaonderdeel waarvoor de bijdrage wordt verstrekt, verzorgt;
 - c. 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.
2. Vermelding aan het begin of aan het einde van het programmaonderdeel, van een instelling als bedoeld in het eerste lid, onderdeel a, wordt niet geacht te geschieden met het oogmerk, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet.

- definitie van naam en (beeld)merk -

Artikel 6

In de artikelen 71k en 71l van de wet wordt verstaan onder:

- a. naam: de statutaire naam of handelsnaam van de sponsor, onderscheidenlijk evenementensponsor zoals vermeld in het handelsregister;
- b. 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 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;
- c. beeldmerk: een logo, zijnde een vast, herkenningsteken in de vorm van een figuur, of 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.

- plaats van de sponsorvermelding -

Artikel 7

1. In de artikelen 71k, tweede lid, en 71l, eerste lid, van de wet 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 als zodanig, op een andere plaats dan aan het begin of het einde van een programmaonderdeel, of op een andere plaats dan voorafgaand aan of aansluitend op een onderbreking van een programmaonderdeel voor reclame- of telewinkeloordschappen, wordt geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet.
3. Vermelding of vertoning van de evenementensponsor als zodanig, op een andere plaats dan aan het begin of het einde van een programmaonderdeel, wordt geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet.
4. 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 71k, tweede lid, van de wet, en wordt geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet, tenzij ontheffing wordt verleend.
5. 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 71l, eerste lid, van de wet.
6. 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, wordt geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken als, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet.
7. 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, wordt

geacht niet te geschieden met het oogmerk om reclame te maken, bedoeld in artikel 71m, eerste 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.

- sponsorvermelding ter informatie van het publiek -

Artikel 8

Het publiek wordt in ieder geval geacht geïnformeerd te zijn op de wijze, bedoeld in artikel 71k, tweede 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».

- naam, merk, en/of beeldmerk -

Artikel 9

1. Bij de vermelding van de sponsors, bedoeld in artikel 71k, tweede lid, van de wet, mogen naam, merk en beeldmerk zoals bedoeld in artikel 6, 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 71l, eerste lid, van de wet.

- wervende sponsorvermelding -

Artikel 10

Een vermelding, als bedoeld in de artikelen 71k, tweede lid, en 71l, eerste lid, van de wet, voldoet in ieder geval aan de wettelijke definitie van reclameboodschap, indien:

- a. aan een naam of een (beeld)merk kwalificaties worden gegeven;
- b. een slagzin die aanspoort tot koop of huur van producten of diensten van de sponsor, in het bijzonder door specifieke aanprijzingen van die producten of diensten, wordt vermeld of getoond;
- c. een herkenningmelodie, geheel of gedeeltelijk, wordt gespeeld;
- d. een adres, telefoonnummer, faxnummer, wordt vermeld of getoond;

- producten of diensten van de programmasponsor -

Artikel 11

Het publiek wordt geacht door middel van specifieke aanprijzingen of anderszins te zijn aangespoord tot het kopen of huren van de producten of tot het afnemen van de diensten van de sponsor, die in een gesponsord programmaonderdeel worden vermeld of getoond, als bedoeld in artikel 71k, derde lid, van de wet, indien:

- a. de producten of diensten anders dan neutraal in beeld worden gebracht of worden vermeld;
- b. de producten of diensten in een wervende context worden geplaatst.

- programmaonderdelen bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie -

Artikel 12

Onder «programmaonderdelen bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie» als bedoeld in artikel 71k, vijfde lid, van de wet, worden niet verstaan:

- a. programmaonderdelen bestaande uit een weerbericht;
- b. programmaonderdelen bestaande uit verkeersinformatie;
- c. programmaonderdelen die mede bestaan uit enkele nieuwsfeiten of enige actualiteiten.

- evenement niet bestemd om als programma te worden uitgezonden -

Artikel 13

Een evenement, als bedoeld in artikel 71l, eerste lid, van de wet, 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.

- slotbepaling -

Artikel 14

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 commerciële omroep (Beleidsregels sponsoring commerciële omroep) wordt gelijktijdig ingetrokken.
3. Deze regeling wordt aangehaald als Beleidsregels sponsoring commerciële omroep 2005.
4. Deze regeling wordt bekendgemaakt door kennisgeving ervan in de Staatscourant en op de internetsite van het Commissariaat voor de Media (www.cvdm.nl).

Commissariaat voor de Media,

prof. dr. Jan van Cuilenburg
Voorzitter

mr. Inge Brakman
Commissaris

Bijlage Beleidsregels sponsoring commerciële omroep

Artikel 1, aanhef en onderdelen g, ll, pp en qq 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. sponsoren van een programma-onderdeel: het verstrekken 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 tevens 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 71k van de Mediawet

1. De programmaonderdelen van een commerciële omroepinstelling worden uitsluitend gesponsord, indien die instelling een programmastatuut tot stand heeft gebracht waarin ten minste waarborgen zijn opgenomen voor de redactionele onafhankelijkheid van haar werknemers, belast met de samenstelling van de programma's, ten opzichte van de sponsors.
2. Aan het begin of aan het einde van een gesponsord programmaonderdeel worden, ter informatie van het publiek, alle sponsors vermeld. De vermelding gebeurt door middel van naam of (beeld)merk en is zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan de definitie van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk.
3. In een gesponsord programmaonderdeel mogen producten of diensten van een sponsor worden vermeld of getoond, indien het publiek niet door middel van specifieke aanprijzingen of anderszins wordt aangespoord tot het kopen of huren van die producten of tot het afnemen van die diensten.
4. Commerciële omroepinstellingen 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 onderdeel a betreft.
5. Programmaonderdelen van commerciële omroepinstellingen die toestemming hebben verkregen, bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie, worden niet gesponsord.
6. Indien een gesponsord programmaonderdeel uit het buitenland is aangekocht en aldaar 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 programmaonderdeel door de commerciële omroepinstelling.
7. Het tweede lid is van overeenkomstige toepassing op een programmaonderdeel 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 programmaonderdeel, teneinde de uitzending daarvan als programmaonderdeel te bevorderen of mogelijk te maken.

Artikel 71l van de Mediawet

1. Aan het begin of aan het einde van een programmaonderdeel van een commerciële omroepinstelling bestaande uit het verslag of de weergave van een evenement dat niet voornamelijk bestemd is om als programmaonderdeel te worden uitgezonden, mogen de namen of (beeld)merken van die personen, bedrijven of instellingen, die een financiële of andere bijdrage hebben verstrekt aan de totstandkoming van het evenement, worden vermeld of getoond. De vermelding of vertoning is zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan de definitie van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk.

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 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 onderdeel a betreft.

Artikel 71m van de Mediawet

1. Onverminderd het bepaalde in de artikelen 71j, 71k, tweede en derde lid, en 71l, eerste lid, worden in de programma's van commerciële omroepinstellingen geen namen, (beeld)merken, producten, diensten of activiteiten van personen, bedrijven of instellingen vermeld of getoond, indien de desbetreffende commerciële omroepinstelling, naar redelijkerwijs kan worden aangenomen, daarmee beoogt of mede beoogt het publiek te bewegen tot het kopen van een bepaald product of het gebruik maken van een bepaalde dienstverlening, dan wel gunstig te stemmen ten aanzien van een bepaald bedrijf, een bedrijfstak of een bepaalde instelling teneinde de verkoop van producten of de afname van diensten te bevorderen.
2. Het vermelden of tonen van een naam, (beeld)merk, product, dienst of activiteit van een persoon, bedrijf of instelling in een programma wordt geacht te geschieden met het oogmerk, bedoeld in het eerste lid, indien zulks tegen betaling geschiedt.
3. Het Commissariaat voor de Media kan in bijzondere gevallen ontheffing verlenen van het eerste lid.
4. Dit artikel is niet van toepassing op reclameboodschappen en telewinkelloodschappen.

Toelichting

Algemeen deel

Op 1 september 2000 is de regeling Beleidsregels sponsoring commerciële 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 deze wet in werking getreden. De regels voor commerciële omroepen met betrekking tot de verplichtingen ten aanzien van de programma's zoals die zijn opgenomen in de artikelen 52b tot en met 52n van het Mediabesluit zijn overgeheveld naar de Mediawet. In de Memorie van Toelichting is met zoveel woorden aangegeven dat deze regelgeving, behoudens enkele technische verbeteringen, geen wijziging ondergaat (Kamerstukken II 2001/02, 28 476, nr. 3, p. 1). De wijzigingen uit deze wet zijn mede verwerkt in deze regeling.

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

Artikelsgewijze toelichting

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)

In verschillende bepalingen uit de Mediawet en het Mediabesluit met betrekking tot sponsoring wordt het begrip programmaonderdeel gebruikt. Artikel 1, onderdeel g, van de wet definieert programmaonderdeel als: een duidelijk afgebakend en als zodanig herkenbaar onderdeel van een programma. De twee criteria, «*duidelijk afgebakend*» en «*als zodanig herkenbaar*», worden in artikel 3 van deze regeling nader uitgewerkt. Hierbij is aangesloten bij de reeds door het Commissariaat gehanteerde definitie van 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 71h van de wet.

Voor wat betreft de onderbreking van het verslag van een evenement of voorstelling volgt dit ook uit artikel 71i, tweede lid, van de wet.

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.

Bij de uitzending van sportevenementen worden voorbeschuwing, wedstrijdverslag en nabeschouwing als verschillende programmaonderdelen aangemerkt.

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 sponsorbijdragen 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 radioprogramma's is een vijfde van dat bedrag genomen, dus € 100,- per bijdrage. Voor commerciële omroep wordt dit bedrag analogo toegepast.

Onverminderd de mogelijkheid van een wederzijdse redactionele samenwerking tussen een omroep en een derde, wordt het leveren om niet van een of meerdere redactieleden door een derde beschouwd als sponsoring van het programmaonderdeel, omdat een dergelijke bijdrage niet ondergeschikt is. Zonder die bijdrage zou het programmaonderdeel immers niet (op die wijze) tot stand kunnen komen.

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

Vermelding van degene die een bijdrage heeft verstrekt die niet als sponsorbijdrage wordt aangemerkt, is in een programmaonderdeel van een commerciële omroepinstelling op grond van artikel 71m, eerste lid, van de wet niet toegestaan indien de omroepinstelling, naar redelijkerwijs kan worden aangenomen, daarmee beoogt of mede beoogt reclame te maken. Indien deze vermelding gebeurt op een billboard aan het begin of einde van het programmaonderdeel kan redelijkerwijs worden aangenomen dat dit oogmerk aanwezig is. In dat geval heeft de vermelding namelijk op een overdreven of overdadige wijze plaatsgevonden (zie Nota van Toelichting m.b.t. artikel 52j Mediabesluit, Stb. 1992, 334, blz. 25-26).

Indien de vermelding van degene die een bijdrage, als bedoeld in het eerste lid van dit artikel, heeft verstrekt geschiedt overeenkomstig het bepaalde in het tweede lid, gaat het Commissariaat ervan uit dat de omroepinstelling met deze vermelding niet beoogt of mede beoogt reclame te maken. Een bedrijf of onderneming die een bijdrage heeft verstrekt die niet als sponsorbijdrage wordt aangemerkt mag derhalve alleen op een titelrol of bij de afkondiging van het programmaonderdeel worden vermeld en uitsluitend door middel van de naam (en dus niet van een (beeld)merk) van het bedrijf of de onderneming. Indien het noodzakelijk is degene die een bijdrage heeft verstrekt nader te identificeren bij de aan- of afkondiging, kan aan de naam de hoofdactiviteit of de vestigingsplaats van de verstrekker van de bijdrage worden toegevoegd.

In het tweede lid is voorgeschreven dat de vermelding wordt voorafgegaan door de mededeling «*met dank aan*». Hiermee wordt beoogd de informatie aan het publiek te verbeteren (zie ook de toelichting bij artikel 8 van deze regeling). Voor de kijker of luisteraar moet duidelijk zijn dat een programma is gesponsord en door wie. Bedrijven en ondernemingen die een bijdrage als bedoeld in het eerste lid hebben verstrekt moeten derhalve kunnen worden onderscheiden van de sponsors.

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 71k, vierde 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 doelenstichtingen/-fondsen (met CBF-keur);
- goede doelenstichtingen/-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 doelenloterijen 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 programma-onderdeel wordt bekostigd uit door de overheid verstrekte subsidies of geormerkte 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, blijkend uit subsidies of geormerkte budgetten.

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 (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 door de wetgever nog opgemerkt 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 7 (plaats van de sponsorvermelding)

Op grond van artikel 71m, eerste lid, van de Mediawet mogen in programmaonderdelen van een commerciële omroepinstelling geen namen of (beeld)merken vermeld of getoond worden indien de desbetreffende omroepinstelling, naar redelijkerwijs kan worden aangenomen, daarmee beoogt of mede beoogt reclame te maken.

Gezien de zinsnede «*onverminderd het bepaalde in de artikelen 71j, 71k, tweede en derde lid, en 71l, eerste lid*» in artikel 71m, eerste lid, zijn van dit verbod onder meer uitgezonderd de vermeldingen bedoeld in artikel 71k, tweede lid, en artikel 71l, eerste lid, van de wet.

Programmasponsors en evenementensponsors dienen aan het begin of einde van het gesponsorde programmaonderdeel als zodanig vermeld te worden, ter informatie van het publiek (artikel 71k, tweede lid, en 71l, eerste lid, van de Mediawet).

Uit de wetsgeschiedenis met betrekking tot de sponsorvermelding blijkt, dat artikel 52h van het besluit (oud) zodanig is opgesteld, dat daardoor wordt bereikt dat aan de commerciële omroep geen verdere beperkingen worden opgelegd dan uit de Europese richtlijn voortvloeien (Stb. 1996, 589, p. 15). Verder heeft het Commissariaat kennis genomen van de interpretatieve mededeling van de Europese Commissie van 28 april 2004 (2004/C 102/02), waarin is bevestigd dat het op grond van artikel 17 van de Europese richtlijn niet verboden is om een sponsor te vermelden op een andere plaats dan aan het begin of aan het einde van een programma. Gelet op de tekst van artikel 71k, tweede lid van de wet (die vergelijkbaar is met artikel 52 h, tweede lid, van het besluit (oud)), is het daarom mogelijk om, onverminderd het sluikreclameregime, de programmasponsor ook op andere plaatsen dan aan het begin of het einde van een programmaonderdeel te vermelden. Van belang blijft dat deze vermeldingen geen afbreuk mogen doen aan de strikte scheiding tussen redactie en commercie. Indien de vermelding van een programmasponsor onmiddellijk voorafgaand aan, of aansluitend op een programmaonderbrekend

reclameblok plaatsvindt, kan er van uitgegaan worden dat deze strikte scheiding gehandhaafd blijft. De sponsorvermelding zelf kan overigens niet als omlijsting voor het reclameblok dienen.

Aangezien de vermeldingen bedoeld in artikel 71l, eerste lid, betreffende een evenementensponsor, een uitzondering zijn op het verbod van artikel 71m, eerste lid, en in artikel 71l gesproken wordt van «*mogen*», zijn deze vermeldingen alleen toegestaan aan het begin en/of einde van het programmaonderdeel.

Andere sponsorvermeldingen dan zoals hierboven genoemd, van programmasponsors en evenementensponsors tijdens het programmaonderdeel, in welke vorm dan ook, worden door het Commissariaat geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken, bedoeld in artikel 71m, eerste lid, van de wet, en zijn derhalve niet toegestaan. Hieronder vallen ook mededelingen zoals «*deze prijs wordt u aangeboden door ...*» (zie ook de toelichting bij artikel 11 van deze regeling).

Voor sportevenementen is het mogelijk om, in plaats van aan het begin of het einde van het programmaonderdeel, de evenementensponsor te vermelden aan het begin of aan het einde van het verslag of de weergave van een sportwedstrijd. Dit heeft te maken met het feit dat bij de toekenning van de uitzendrechten voor grote sportevenementen de wijze en plaats van vermelding vaak zwaar meewegen.

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 71k, tweede lid, onderscheidenlijk artikel 71l, eerste lid, van de wet. Deze vermelding dient apart en op de juiste plek plaats te vinden.

Titelsponsoring van een programmaonderdeel is niet toegestaan indien de omroep daarmee beoogt reclame te maken voor de betreffende sponsor. Het vermelden of tonen van een naam of (beeld)merk van een programmasponsor in de titel of leader van een gesponsord programmaonderdeel wordt door het Commissariaat geacht te geschieden met het oogmerk om reclame te maken en is derhalve niet toegestaan. De vertoning of vermelding vindt dan immers plaats op een overdreven of overdadige wijze. Sponsoring en titelsponsoring van een gedeelte van het programmaonderdeel is evenmin toegestaan. Onder een gedeelte van een programmaonderdeel worden bijvoorbeeld items en rubrieken verstaan.

Het verbod op titelsponsoring is tevens van belang bij de zogenaamde hitlijsten die de naam van de sponsor dragen. Het Commissariaat gaat er van uit dat geen oogmerk aanwezig is indien het gaat om een hitlijst die kan worden aangemerkt als een actuele, landelijke lijst van in Nederland populaire muziekwerken, die wordt samengesteld op basis van objectieve en marktgerelateerde criteria, waaronder behaalde verkoop, airplay of legale downloads. Ons standpunt in de beschikking van 27 november 1996, kenmerk FvdGN/5617/mvd, betreffende de zogenaamde Rabo Top 40-hitlijst, wordt hiermee gewijzigd.

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 terugkomen in de titel van het programmaonderdeel. Het Commissariaat gaat er vanuit dat de omroepinstelling de naam of het merk van de sponsor in de titel van het programmaonderdeel vermeldt zonder daarbij het oogmerk te hebben reclame te maken, mits de naam of het merk van de evenementensponsor niet overheersend is in de titel van het programmaonderdeel (zie ook Stb.1992, 334, blz. 25).

Dit geldt uitdrukkelijk niet voor een beeldmerk van een evenementensponsor. De vermelding 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.

Artikel 8 (sponsorvermelding ter informatie van het publiek)

Volgens artikel 71k, tweede 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 Mediabesluit (oud) 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 9 (naam, merk en/of beeldmerk)

Volgens artikel 71k, tweede lid, tweede volzin, van de Mediawet gebeurt de (sponsor)vermelding 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 en 11). Artikel 71k, 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 10 (wervende sponsorvermelding)

Volgens artikel 71k, tweede lid, en 71l, eerste lid, van de wet is de vermelding van de programmasponsor, onderscheidenlijk evenementensponsor, zodanig vormgegeven dat zij niet voldoet aan de definitie van reclameboodschap, bedoeld in artikel 1, onderdeel kk, van de Mediawet. Volgens de eerder aangehaalde Nota van Toelichting mag de vermelding of vertoning niet in een wervende context worden geplaatst (Stb. 1992, 334, blz. 25). 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 10 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 vermelding in strijd is met artikel 52h, tweede lid, van het Mediabesluit oud (71k, tweede lid, Mediawet) respectievelijk (52i, eerste lid, van het Mediabesluit oud (artikel 71l, eerste lid, van de Mediawet). Het vermelden van producten of diensten van een sponsor op een billboard dient te gebeuren met inachtneming van de artikelen 71k en 71m van de wet. Ditzelfde geldt voor het vermelden van bedrijfsgebouwen of –middelen van de sponsor, alsmede voor de vormgeving van het billboard.

Artikel 11 (producten of diensten in een gesponsord programmaonderdeel)

Krachtens artikel 71k, derde lid, van de Mediawet mogen in een gesponsord programmaonderdeel producten of diensten van een sponsor worden vermeld of getoond, indien het publiek niet door middel van specifieke aanprijzingen of anderszins wordt aangespoord tot het kopen of huren van die producten of tot het afnemen van die diensten. Bij de wetswijziging van 30 oktober 2003 is de zinsnede "van een sponsor" toegevoegd aan de betreffende bepaling. Dat betekent dat artikel 71k, derde lid, van de Mediawet alleen van toepassing is op producten of diensten van een programmasponsor. Vermelding of vertoning van producten of diensten van anderen dan de sponsors wordt rechtstreeks getoetst aan artikel 71m, eerste lid, van de wet.

Volgens de Nota van toelichting (Stb. 1992, 334) mogen de goederen slechts «*neutraal*» in beeld worden gebracht en mogen dus, evenmin als de sponsorvermeldingen, in een wervende context worden geplaatst.

Producten en diensten, al dan niet van de sponsor, mogen slechts op een natuurlijke wijze en binnen de context van het programmaonderdeel worden gebruikt. Een niet neutrale vertoning of vermelding van een product of dienst, dan wel een wervende context is in ieder geval:

1 *het geven van verkoopinformatie,*

onder meer blijkend uit het tonen of vermelden van:

- prijzen van producten/diensten;
- verkooppunten etc.;

2 *een oproep of een aanprijzing,*

3 *een nadrukkelijke of uitgebreide vermelding of vertoning,*

Hiervan is sprake indien:

- een product of dienst onderwerp wordt van het item of beeld;

- een product of dienst louter positief wordt benaderd (subjectieve informatie);
- nadrukkelijke vermeldingen/vertoningen van producten of diensten worden uitgezonden;
- lange of veelvuldige beschrijvingen/vermeldingen/vertoningen van producten of diensten worden uitgezonden;
- op een product of dienst wordt in- of uitgezoomd;
- producten of diensten beeldvullend worden getoond;
- onvoldoende onderscheid wordt gemaakt tussen programmaonderdeel en commercial,

4 *het gebruik van publiciteitsmateriaal van de sponsor.*

Het is evenmin toegestaan in het programmaonderdeel te melden of te tonen wie de producten of diensten (b.v. prijzen) ter beschikking heeft gesteld. Het betreft mededelingen zoals «*deze prijs wordt u aangeboden door ...*». Wel is toegestaan het merk van een ter beschikking gestelde prijs op een neutrale wijze te noemen tijdens de uitreiking van de prijs. Indien er in plaats van een product een dienst, zoals een reis, als prijs wordt weggeven kan hierbij de naam van de onderneming die de dienst verzorgt worden genoemd of getoond indien dit op neutrale wijze geschiedt, b.v. «*u wint een door Holland International verzorgde reis*».

Aangezien het bepaalde in artikel 71k, derde lid, een uitzondering is op het verbod van artikel 71m, eerste lid, van de wet, wordt het vermelden of tonen van producten of diensten op een wijze die niet is toegestaan op grond van artikel 71k, derde lid, in strijd geacht met artikel 71m, eerste lid (zie ook de toelichting bij artikel 7 van deze regeling).

Artikel 12 (programmaonderdelen bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie)

Ingevolge artikel 71k, vijfde lid, van de Mediawet mogen programmaonderdelen van commerciële omroepinstellingen bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie niet gesponsord worden. Met deze bepaling wordt beoogd elk risico van commerciële beïnvloeding van dergelijke programmaonderdelen uit te sluiten.

Commerciële beïnvloeding van een weerbericht of verkeersinformatie ligt niet in de rede. Het weerbericht en verkeersinformatie mag gesponsord worden onder de voorwaarde dat het een afzonderlijk programmaonderdeel is en dus geen item is van een nieuws- of actualiteitenprogramma.

Dit geldt overigens niet voor programmaonderdelen bestaande uit financieel nieuws. Het is algemeen bekend dat financieel nieuws van invloed kan zijn op de financiële markt en met name de effectenbeurs.

De bepaling in artikel 71k, vijfde lid, is overgenomen uit richtlijn 89/552/EEG. Volgens artikel 17, vierde lid, van de richtlijn mogen «*televisiejournaals*» en «*politieke informatieprogramma's*» niet worden gesponsord. Aangezien een programmaonderdeel dat mede bestaat uit enkele nieuwsfeiten of enige actualiteiten niet te beschouwen is als een journaal acht het Commissariaat sponsoring van dit soort programma's niet in strijd met artikel 71k, vijfde lid, van de wet .

Artikel 13 (evenement niet bestemd om als programma te worden uitgezonden)

Artikel 71l van de Mediawet 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 er van 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 of 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 13 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.