

# Sanctiebeschikking

Kenmerk: 881753 / 901816

Betreft: Sanctiebeschikking EO in verband met vermijdbare uitingen, sponsoring en dienstbaarheid in het programma *De Boomhut Battle*.

Sanctiebeschikking van het Commissariaat voor de Media betreffende overtreding van de artikelen 2.89, eerste lid, aanhef en onder b, 2.106, 2.114 jo. 2.107 en 2.141 van de Mediawet 2008 door de vereniging De Evangelische Omroep in het programma *De Boomhut Battle*.

---

## A. Aanleiding

1. Het Commissariaat voor de Media (hierna: het Commissariaat) ziet toe op de naleving van verschillende regels uit de Mediawet 2008 en het Mediabesluit 2008. In belangrijke mate zien die regels op het waarborgen van het non-commerciële karakter van de publieke omroep. Zo mogen met publiek geld gefinancierde media-instellingen niet dienstbaar zijn aan het behalen van meer dan normale winst door commerciële partijen. In zijn Toezichtbrief 2019 gaf het Commissariaat wat dat betreft aan dat hij in 2019 het media-aanbod van de publieke omroep ging monitoren op commerciële beïnvloeding.
2. Diverse andere regels beogen kwetsbare groepen, zoals minderjarigen, aanvullend te beschermen tegen commerciële beïnvloeding. Bijvoorbeeld door te bepalen dat verkoopbevorderende uitingen beperkt zijn toegestaan in media-aanbod dat in het bijzonder bestemd is voor kinderen tot twaalf jaar. Immers, minderjarigen wordt over het algemeen een beperkte mediawijsheid toegedicht bij het doorzien van commerciële belangen die bij media kunnen komen kijken.
3. Het Commissariaat kent een zwaar gewicht toe aan de belangen die zijn gediend bij naleving van deze normen. Gelet daarop is het Commissariaat ambtshalve overgegaan tot onderzoek naar de naleving van de Mediawet 2008 door de vereniging De Evangelische Omroep (hierna: de EO) in het programma *De Boomhut Battle* (hierna: het programma).

## B. Verloop van de procedure

4. Het onderzoek van het Commissariaat naar de naleving van de Mediawet 2008 (hierna: de Mediawet) heeft zich gericht op vermijdbare uitingen, sluikreclame, sponsoring en dienstbaarheid. Dit heeft geresulteerd in het onderzoeksrapport van 21 mei 2021 (kenmerk: 856083 / 863738). Dit betreft een rapport als bedoeld in artikel 5:48 van de Algemene wet bestuursrecht (hierna: Awb) en zal hierna worden aangehaald als 'het rapport'. Voor het programma-inhoudelijke gedeelte van het onderzoek zijn alle zes afleveringen van het programma beoordeeld. Een uitgebreide beschrijving van het rapport is als **bijlage 2** aan deze sanctiebeschikking gehecht.
5. Bij brief van 11 november 2021 (kenmerk 881753 / 892172) heeft het Commissariaat de EO op de hoogte gesteld van zijn voornemen tot het opleggen van een bestuurlijke boete

wegens overtreding van de artikelen 2.89, eerste lid, aanhef en onder b, 2.106, 2.107 jo. 2.114 en 2.141 van de Mediawet.

6. Hierbij heeft het Commissariaat ook het rapport toegezonden aan de EO en de EO uitgenodigd om haar zienswijze naar voren te brengen tijdens een hoorzitting.
7. Bij e-mail van 14 december 2021 heeft de EO verzocht om op grond van artikel 5:49 van de Awb alle op de zaak betrekking hebbende stukken in te zien en tevens verzocht om uitstel van de termijn voor het indienen van een zienswijze en de datum van de hoorzitting.
8. Bij e-mail van 23 december 2021 heeft het Commissariaat de op de zaak betrekking hebbende stukken aan de EO toegezonden en uitstel voor het indienen van een zienswijze verleend.
9. De EO heeft op 21 januari 2022 haar schriftelijke zienswijze ingediend.
10. Het Commissariaat heeft het sanctievoornemen op 8 februari 2022 op een hoorzitting behandeld. Op deze hoorzitting is de EO verschenen. De EO heeft haar zienswijze mondeling toegelicht. Van de hoorzitting is een verslag gemaakt. Dit verslag is als **bijlage 3** aan deze sanctiebeschikking gehecht.

## C. Feiten

11. Het programma betreft een spelshow bestaande uit een wedstrijd tussen vier teams. Elk team probeert de wedstrijd te winnen door de mooiste boomhut te bouwen. De boomhutten worden op vier verschillende campings/vakantieparken (hierna: 'de parken') in de provincie Drenthe gebouwd en staan centraal in het programma. Zo wordt de progressie van de bouw van de boomhutten in beeld gebracht en worden de bouwplannen met een 3D-animatie getoond. In de finale van het programma wordt de bouw van de boomhutten voltooid.
12. De EO heeft het programma, bestaande uit zes afleveringen, van 12 januari 2019 tot en met 16 februari 2019 op zaterdagavond om 19:50 uur uitgezonden in de zendtijd van NPO Zapp, op NPO 3. Daarnaast is het programma on-demand verspreid op de website van NPO Zapp en via NPO Start.
13. Ten behoeve van de productie van het programma heeft de EO op 4 september 2018 een coproductieovereenkomst met Tuvalu gesloten. In deze coproductieovereenkomst zijn partijen onder meer overeengekomen dat Tuvalu er zorg voor draagt dat het door haar aangeleverde aandeel in de productie van het media-aanbod geen strijd oplevert met de Mediawet.
14. Blijkens de coproductieovereenkomst werden de productiekosten begroot op €XXX (exclusief btw) voor zes afleveringen. Hieronder vielen kosten zoals personeelskosten, locatiekosten, postproductiekosten, onvoorziene kosten, overhead en een productiefee.
15. In de coproductieovereenkomst werd verder afzonderlijk melding gemaakt van 'Overige productiegerelateerde kosten'. Het ging hierbij om de kosten voor de totstandkoming van de boomhutten, waaronder maar niet uitsluitend begrepen kosten in verband met ontwerp, vergunningen, materialen en bouwbegeleiding. Deze uitgaven zouden volgens de EO afzonderlijk door de provincie Drenthe (hierna: 'de provincie') worden bekostigd op basis van een subsidieregeling. Daarom werden de kosten voor de totstandkoming van de boomhutten tegen nihil gewaardeerd op de begroting van Tuvalu.

16. Tijdens het onderzoek van het Commissariaat is echter gebleken dat niet alleen de provincie, maar ook de parken zelf de kosten voor de bouw van de boomhutten op zich hebben genomen. De reden hiervoor was dat de subsidie bij de provincie op het laatste moment ontoereikend bleek, aldus de EO. De EO geeft aan dat zij hiermee ook pas recentelijk bekend is geworden.
17. De EO en de provincie hebben verder op 6 juli 2018 een cofinancieringsovereenkomst gesloten. Hierbij is overeengekomen dat de provincie, voor de totstandkoming van het programma, een bedrag van ca. €XXX exclusief BTW aan de EO betaalt. Voorts is overeengekomen dat de provincie ingevolge art. 2.114 jo. 2.107 van de Mediawet als cofinancier vermeld zal worden op de (af)titelrol van het programma.
18. Tuvalu heeft eerder een soortgelijk programma ontwikkeld voor een commerciële media-instelling onder de naam *Boomhut XXL*. Dit programma is in 2018 uitgezonden en wordt door Tuvalu omschreven als "*Tailor made format gemaakt voor de provincie Drenthe.*" De boomhutten in *Boomhut XXL* werden gebouwd in de provincie Drenthe, en het programma werd ook mede gefinancierd door de provincie.

#### D. Wettelijk kader

19. Voor de relevante juridische bepalingen wordt verwezen naar **bijlage 1**.

#### E. Voornemen

20. Op grond van bovenvermelde feiten heeft het Commissariaat op 11 november 2021 het voornemen uitgebracht tot het opleggen van een bestuurlijke boete aan de EO wegens overtreding van de artikelen 2.89, eerste lid, aanhef en onder b, 2.106, 2.114 jo. 2.107 en 2.141 van de Mediawet.

#### F. Zienswijze EO

21. De EO heeft haar zienswijze op het sanctievoornemen zowel schriftelijk als mondeling naar voren gebracht. Zij voert, samengevat, het volgende aan.
22. De EO geeft aan dat zij ervoor heeft gezorgd dat het programma en alle afspraken omtrent het programma voldoen aan de mediawettelijke vereisten. Zij heeft in haar overeenkomsten met Tuvalu en de provincie vastgelegd dat het programma geen strijd oplevert met de Mediawet, in het bijzonder met betrekking tot het verbod op reclame, sponsoring en dienstbaarheid. Voorts geeft de EO aan dat dit altijd met producenten en cofinanciers wordt besproken en onverkort wordt overeengekomen. De EO geeft aan dat met hen uitgebreid is gecorrespondeerd over wat wel en niet wettelijk is toegestaan. De EO geeft aan dat zij duidelijk oog heeft voor naleving van de Mediawet en hier ook actief op wijst.
23. De EO concludeert in haar zienswijze dat geen sprake is van een overtreding van het verbod op vermijdbare uitingen, het dienstbaarheidsverbod of het sponsoringsverbod, zodat afgezien dient te worden van bestuurlijke handhaving. Subsidiar stelt zij dat, indien sprake zou zijn van een overtreding, volstaan dient te worden met een bestuurlijke waarschuwing. Meer subsidiar stelt zij dat sprake is van een lichte overtreding, waarbij geen grond is voor de door het Commissariaat genoemde boeteverhogende omstandigheden, en dat de door de EO genoemde boeteverlagende omstandigheden in acht genomen dienen te worden.

24. Hierna zal het Commissariaat in haar overwegingen meer inhoudelijk ingaan op de zienswijze van de EO.

## G. Overwegingen Commissariaat

### I. Verzoek op grond van artikel 5:49 van de Awb

25. Het Commissariaat merkt het volgende op inzake het verzoek van de EO om inzage in de stukken op grond van artikel 5:49 van de Awb.
26. Op 14 december 2021 heeft de EO verzocht om inzage in de stukken, op grond van artikel 5:49 van de Awb. Het Commissariaat heeft desgevraagd op 23 december 2021 deze gegevens, waarop het opleggen van de bestuurlijke boete berust, aan de EO toegestuurd. Het Commissariaat heeft het verzoek ruim en met inachtneming van het bepaalde in artikel 6 van het Europees Verdrag van de Rechten van de Mens behandeld en alle op de zaak betrekking hebbende stukken reeds aan de EO verstrekt, met uitzondering van stukken die niet ten grondslag zijn gelegd aan het rapport en daarmee niet als 'gegevens waarop het opleggen van de bestuurlijke boete berust' kunnen worden aangemerkt. Daarbij is nog van belang dat het door de EO genoemde signaal niet ten grondslag is gelegd aan het rapport en daarmee evenmin ten grondslag is gelegd aan onderhavige besluitvorming. Daarmee vallen deze stukken en de interne bespreking daarvan niet binnen het kader van artikel 5:49 van de Awb.

### II. Vermijdbare uitingen

#### a) *Wettelijk kader*

27. In artikel 2.89, eerste lid, aanhef en onder b van de Mediawet staat dat het niet is toegestaan dat het media-aanbod van publieke mediadiensten vermijdbare uitingen bevat die onmiskenbaar tot gevolg hebben dat de afname van producten of diensten wordt bevorderd. In het Mediabesluit 2008 is bepaald in welke gevallen vermijdbare uitingen zijn toegestaan en wanneer uitingen onvermijdbaar zijn.
28. Een vermijdbare uiting is een voor het gemiddelde kijkerspubliek duidelijk waarneembare uiting op grond waarvan het publiek in staat is een product, dienst of bedrijf onloochenbaar te identificeren en die geschikt is om een positieve houding van het publiek ten opzichte van het product, de dienst of het bedrijf te bevorderen.

#### b) *Vermijdbare uitingen in het programma*

29. Vooropgesteld is het Commissariaat met de EO van oordeel dat het woord "boomhut" op zichzelf niet de naam van een product of dienst weergeeft, maar een gangbaar Nederlands woord is. Dat neemt niet weg dat de voorgenoemde uitingen volgens het Commissariaat geschikt zijn om *de verhuur van* de onderhavige boomhutten te bevorderen. Gelet op het navolgende is het Commissariaat dan ook van oordeel dat sprake is van vermijdbare uitingen in het programma.
30. Gedurende het programma staat de bouw van de boomhutten op de parken in Drenthe centraal. In de zes afleveringen van het programma wordt overwegend positief gesproken over de bouw van de boomhutten en de 'bijzondere eigenschappen', bijvoorbeeld de ligging op het park, een bepaald dak en het uitzicht.

31. Tijdens elke aflevering van het programma wordt een kaart getoond met daarop de plaatsnamen van de vier parken waar de boomhutten worden gebouwd. Ook wordt in het programma gesproken over de desbetreffende parken en spelen de eigenaren daarvan een rol in het programma. In de afleveringen worden tot slot beelden getoond van de deelnemende parken, waaronder luchtshots.
32. De boomhutten zijn direct na de finale van het programma tegen betaling beschikbaar voor overnachting op dezelfde parken. Tijdens het programma wordt al gesproken over de aankomende beschikbaarheid van deze boomhutten bij de parken.<sup>1</sup> Er wordt bijvoorbeeld aangegeven dat een boomhut op het klimpark in Grolloo beschikbaar zal zijn voor feestjes en vergaderingen:
- “Team blauw maakt een hut voor feestjes en vergaderingen”*
- “De laatste hut is er een waar je onder andere feestjes in kan geven en wordt gebouwd op het klimpark in Grolloo”*
33. Het Commissariaat is van oordeel dat het hierbij gaat om duidelijk waarneembare uitingen die geschikt zijn om een positieve houding te bevorderen met betrekking tot de verhuur van de boomhutten. Bovendien is het gemiddelde publiek in staat om (de aanbieders van) deze verhuur onloochenbaar te identificeren. Het is voor het publiek duidelijk dat de te huren boomhutten op de deelnemende parken worden gebouwd. Deze parken worden onder meer gekenmerkt door het meermaals vermelden van hun locaties, het vertonen van sfeerbeelden, en het aan het woord laten van de eigenaren. Op grond van de bovengenoemde elementen in het programma is het publiek in staat de (aanbieders van de) verhuur onloochenbaar te identificeren.
34. De omstandigheid dat de verhuurders van de boomhutten niet bij naam worden genoemd, doet niet af aan het feit dat sprake was van onloochenbaar identificeerbare diensten, mede door de nadrukkelijke en herhaalde aandacht die aan de parken en boomhutten werd geschonken.<sup>2</sup>
35. Dat de boomhutten volgens de EO fungeren als decor van het programma, en de positieve uitlatingen inherent zijn aan het wedstrijdelement, doet aan het voorgaande niets af. Het is inderdaad inherent aan het format van dit programma dat bijzondere aandacht wordt besteed aan de boomhutten. Hier komt in dit geval bij dat de boomhutten ook direct na de uitzending werden geëxploiteerd. Dit had de EO ertoe moeten nopen meer zorgvuldige keuzes te maken teneinde dit soort ontoelaatbare vermijdbare uitingen te voorkomen. Temeer nu het programma in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar.
36. De EO heeft tot slot het verweer gevoerd dat de uitingen gelet op artikel 8 Mediabesluit 2008 onvermijdbaar zijn. Deze stelling heeft zij echter niet nader onderbouwd. Het Commissariaat heeft geen reden om aan te nemen dat het gaat om uitingen die behoren tot het normale straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk gedurende enkele seconden in het media-aanbod voorkomen. De stelling dat de uitingen onvermijdbaar zijn volgt het Commissariaat daarom niet.

<sup>1</sup> Rapport - Bijlage 5, uitzenddatum 12 januari 2019, aflevering 1, afbeelding 9, tijdscode 11:41 maar ook uitzenddatum 19 januari 2019 aflevering 2 afbeelding 5.

<sup>2</sup> ABRvS 9 juli 2014 ECLI:NL:RVS:2014:2493 (Sprookjesboom). Zie ook CvdM 27 juni 2017, beslissing op bezwaar inzake Stichting NTR – Het Sinterklaasjournaal.

- c) *Toelaatbaarheid vermijdbare uitingen (art. 9 Mediabeluit 2008)*
37. Op het genoemde verbod uit artikel 2.89, eerste lid aanhef en onder b, van de Mediawet geldt ingevolge het Mediabeluit 2008 (hierna: Mediabeluit) een aantal uitzonderingen. Anders dan de EO betoogt, leiden deze uitzonderingen er niet toe dat de vermijdbare uitingen toelaatbaar zijn.
38. Het eerste lid van artikel 9 Mediabeluit vermeldt dat bepaalde vermijdbare uitingen in media-aanbod van informatieve aard zijn toegestaan. De EO stelt dat het programma van informatieve aard is, en dat de onderhavige uitingen om die reden zijn toegestaan. Die informatieve aard zou (onder meer) blijken uit het feit dat de kijker wordt meegenomen in het bouwproces van een boomhut.
39. Voor de kwalificatie van het media-aanbod neemt het Commissariaat in overweging het systeem van programma-indeling zoals dat door de NPO wordt gehanteerd, de zogenoemde cross-mediale content classificatie indeling (hierna: CCC-indeling). Het programma wordt volgens de NPO aangemerkt als amusementsprogramma (CCC-code 419 'overige spel & quiz', amusementsprogramma). Het Commissariaat ziet geen aanleiding om anders te oordelen en stelt vast dat het programma niet van informatieve aard is. Dat het programma mogelijk een of meer informatieve elementen bevat, laat onverlet dat het naar het oordeel van het Commissariaat geen informatief oogmerk heeft.<sup>3</sup> Zo blijkt uit de inhoud en de productieovereenkomst dat vooral het wedstrijdelement voorop staat. Het eerste lid van artikel 9 Mediabeluit is daarmee niet van toepassing.
40. Het tweede lid van artikel 9 Mediabeluit voegt hieraan toe dat het eerste lid ook van toepassing is op ander media-aanbod, behalve als dat in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar. Ook dit tweede lid is niet van toepassing. Het Commissariaat overweegt namelijk dat het programma naar zijn aard en inhoud in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar. Zo werd het programma uitgezonden in de zendtijd van NPO Zapp, en verspreid via de website van NPO Zapp. De inhoud van deze kanalen is bestemd voor kinderen van zes tot en met twaalf jaar.<sup>4</sup> In lijn met zijn beschikking over het Sinterklaasjournaal in 2015, is dit een belangrijke indicator dat het programma bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar.<sup>5</sup>
41. De EO betwist echter dat het programma bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar. Zij stelt dat zij een 'familiebuilding'-programma voor ogen had, en aldus een bredere doelgroep. In dit verband wijst de EO er ook op dat het programma weliswaar is uitgezonden via NPO Zapp, maar is ingedeeld in het "familieslot" van 19:50/19:55 uur. Daarnaast wijst de EO erop dat ook volwassenen en kinderen van 12 jaar en ouder deelnemen aan het programma. Het Commissariaat volgt deze argumenten van de EO niet. Zoals reeds aangehaald zijn de aanbodkanalen van NPO Zapp specifiek gericht op kinderen van zes tot twaalf jaar. De EO heeft niet voldoende onderbouwd dat er een apart 'familieslot' bestaat om 19:50/19:55 uur. Dat de groep kijkers in dit geval mogelijk groter is dan de doelgroep (kinderen) en bijvoorbeeld ook de ouders omvat, doet niet af aan het voorgaande.<sup>6</sup> Evenmin geldt dat voor de stelling dat er ook oudere deelnemers zijn aan het programma. De EO heeft namelijk eveneens aangegeven dat juist kinderen centraal staan in het programma (in reactie op een informatieverzoek van het Commissariaat).

<sup>3</sup> Vgl. ABRvS 16 januari 2019 (ECLI:NL:RVS:2019:109).

<sup>4</sup> Zie onder meer Concessiebeleidsplan NPO 2022-2026, p. 23, 52 en 55.

<sup>5</sup> CvdM 10 maart 2015, sanctiebeslissing inzake Stichting NTR – Het Sinterklaasjournaal.

<sup>6</sup> CvdM 10 maart 2015, sanctiebeslissing inzake Stichting NTR – Het Sinterklaasjournaal.



*d) Toelaatbaarheid vermijdbare uitingen (verwijzing opnamelocaties)*

42. De EO haalt tot slot aan dat het is toegestaan om de opname- of uitzendlocaties te vermelden in een programma (onder verwijzing naar artikel 14a van het Mediabesluit jo. artikel 8 van de Regeling toegestane vermijdbare uitingen publieke media-instellingen 2016). Zoals uit het voorgaande blijkt, gaat het hier echter niet enkel om de vermelding van opnamelocaties. Daargelaten of het bij de vermelde plaatsnamen op zichzelf gaat om vermijdbare uitingen (het zijn immers plaatsnamen in Nederland), draagt het noemen hiervan bij aan de identificeerbaarheid van de verhuurders van de boomhutten. Daar doet artikel 8 van de genoemde Regeling niet aan af.

*e) Tussenconclusie t.a.v. vermijdbare uitingen*

43. Gelet op het voorgaande is het Commissariaat van oordeel dat het programma niet-toegestane vermijdbare uitingen bevat, waardoor de EO heeft gehandeld in strijd met artikel 2.89, aanhef en eerste lid, onder b van de Mediawet.

**III. Bijdragen provincie Drenthe en de parken**

*a) Wettelijk kader*

44. Uit artikel 1.1, eerste lid van de Mediawet volgt dat sponsoring geschiedt door een onderneming of natuurlijke persoon die zich gewoonlijk niet bezighoudt met de verzorging van mediadiensten of media-aanbod. De verstrekking van die bijdrage dient, gelet op genoemde bepaling, ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van media-aanbod te worden verstrekt, teneinde de verspreiding daarvan te bevorderen of mogelijk te maken. Uit artikel 2.106 van de Mediawet volgt dat media-aanbod van publieke mediadiensten, behoudens enkele uitzonderingen, niet mag worden gesponsord. Programma's die bestaan uit amusement en programma's die in het bijzonder bestemd zijn voor kinderen jonger dan twaalf jaar mogen nooit worden gesponsord.
45. Er is geen sprake van sponsoring als de bijdrage wordt verstrekt door overheidsinstellingen en andere instellingen die geen onderneming uitoefenen (hierna: 'niet-sponsors'). Dit is ook verder uitgewerkt in artikel 3, sub a van de Beleidsregel sponsoring publieke media-instellingen 2018. De artikelen 2.107 tot en met 2.113 van de Mediawet, die betrekking hebben op sponsoring, zijn echter van overeenkomstige toepassing op niet-sponsors (art. 2.114 van de Mediawet). Dit betekent onder andere dat alsnog duidelijk moet worden vermeld wanneer een niet-sponsor een financiële bijdrage doet. Niet-sponsors mogen echter wel een bijdrage geven aan ieder soort programma, ook kinderprogramma's.

*b) Vermelding bijdrage provincie Drenthe*

46. Zoals hierboven vermeld hebben de EO en de provincie een cofinancieringsovereenkomst gesloten, waarin staat dat de provincie voor de totstandkoming van het programma een bedrag van ca. €XXX betaalt. De provincie is een overheidsinstelling. Daarmee is sprake van een 'niet-sponsor' als hiervoor bedoeld.
47. De EO had gelet op het voorgaande de verplichting om de provincie bij het programma te vermelden als niet-sponsor. Het Commissariaat heeft echter geconstateerd dat de provincie niet als zodanig is vermeld in afleveringen één tot en met vier van het programma zoals verspreid via NPO Zapp.
48. Gelet hierop is het Commissariaat van oordeel dat de EO artikel 2.107 van de Mediawet heeft overtreden.

c) *Sponsorverbod parken*

49. Zoals vermeld in randnummer 16 heeft niet enkel de provincie een financiële bijdrage verleend aan het programma. De parken hebben in aanvulling hierop een deel van de kosten op zich genomen. Deze bijdragen waren ten behoeve van de ontwerpen, vergunningen en materialen in verband met de bouw van de boomhutten.
50. Het Commissariaat stelt vast dat deze financiële bijdragen van de parken te kwalificeren zijn als sponsorbijdragen in de zin van artikel 1.1, eerste lid, van de Mediawet. Het gaat om financiële bijdragen die zijn verstrekt ten behoeve van totstandkoming van het programma, waarmee de verspreiding daarvan naar het algemene publiek is bevorderd of mogelijk is gemaakt. Het gaat bovendien om ondernemingen die zich gewoonlijk niet bezighouden met het verzorgen van mediadiensten of media-aanbod.
51. Het Commissariaat neemt in overweging dat de boomhutten ook lijken te zijn gebouwd met het oog op de latere verhuur. Dat neemt echter niet weg dat het programma mede tot stand is gekomen op basis van deze bijdragen, die ook rechtstreeks hun weerslag hadden in de inhoud van het programma. Zo komen de met die bijdragen aangeschafte materialen en ontwerpen doorlopend in beeld. Zonder de vergunningen, waar deze bijdragen ook op zagen, konden de boomhutten nota bene aannemelijk niet worden gebouwd. Daar komt bij dat de EO en Tuvalu deze kosten zelf markeren als 'productiegerelateerde kosten' in het productiebudget.
52. Op basis van artikel 2.106 van de Mediawet mag het programma echter niet worden gesponsord. Hierop bestaat in het huidige geval geen uitzonderingsmogelijkheid, nu het programma bestaat uit amusement, en in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar. De bijdragen van de parken zijn daarom in strijd met artikel 2.106 van de Mediawet.
53. De EO stelt dat zij niet wist dat de boomhutten mede werden gefinancierd door de parken. In de productieovereenkomst met Tuvalu stond namelijk dat de provincie deze ter beschikking zou stellen. Dit doet echter geen afbreuk aan de vaststelling dat het sponsorverbod onder deze omstandigheden is overtreden. Het is aan de EO als media-instelling om te voorkomen dat het media-aanbod wordt gesponsord waar dat verboden is. Dit kan, onder omstandigheden, betekenen dat de media-instelling nadere afspraken moet maken of verder uit moet vragen waar het gaat om de herkomst van gelden. Dat lag in dit geval ook op de weg van de EO.
54. De EO diende zich te realiseren dat de aard van het programma zich verzette tegen iedere vorm van sponsoring. Het Commissariaat begrijpt dat de EO in de veronderstelling was dat de provincie de boomhutten zou financieren, wat geen verboden vorm van sponsoring had opgeleverd. De EO heeft echter geen daadwerkelijke (beperkende) afspraken hierover gemaakt met of aangaande de provincie. De cofinancieringsovereenkomst tussen de EO en de provincie zag immers enkel op de financiële bijdrage die de provincie direct aan de EO betaalde.
55. De aanname dat de provincie de bouw van de boomhutten zou bekostigen blijkt bovendien slechts uit summiere vermeldingen in de coproductieovereenkomst met Tuvalu. Voor het overige heeft de EO zich niet laten informeren over deze achterliggende financieringsconstructie. Het is juist dat de EO wel met Tuvalu heeft afgesproken dat geen enkele vorm van sponsoring of cofinanciering was toegestaan behoudens schriftelijke toestemming van de EO. Voor al dit soort bijdragen gold dat deze steeds moesten worden vastgelegd in overeenkomsten waarbij ook de EO partij was. De EO heeft echter nagelaten om daadwerkelijk een overeenkomst te sluiten tussen haar en de provincie, waarin de concrete bijdrage voor de boomhutten was vastgelegd.



56. Tegelijkertijd stond bij dit alles vast dat het ging om een significante kostenpost, namelijk het ontwerp, de vergunningen, materialen en bouwbegeleiding bij de bouw van de boomhutten. De EO had hier, gelet op deze omstandigheden en de aard van het kinderprogramma, meer alert op moeten zijn.
57. Gelet op het bovenstaande is het Commissariaat van oordeel dat de EO artikel 2.106, eerste lid van de Mediawet heeft overtreden.

#### IV. Dienstbaarheidsverbod

##### a) *Wettelijk kader*

58. Op grond van artikel 2.141, eerste lid, van de Mediawet zijn publieke media-instellingen met al hun activiteiten niet dienstbaar aan het maken van winst door derden.
59. Aan het dienstbaarheidsverbod ligt het beginsel van non-commercialiteit van de publieke omroep ten grondslag. Dit is één van de hoekstenen van het publieke bestel. Met het dienstbaarheidsverbod wordt tot uitdrukking gebracht dat op de publieke media-instellingen de zware verantwoordelijkheid rust als het gaat om de handhaving van het niet-commerciële karakter van het publieke bestel. Uit deze verantwoordelijkheid vloeit de zorgplicht voort om dienstbaarheid aan het maken van meer dan normale winst of andere concurrentievoordelen door derden te voorkomen.<sup>7</sup>
60. Het dienstbaarheidsverbod staat niet in de weg aan normaal economisch handelen. Het behalen van winst door derden is toegestaan, zolang de publieke omroep zich niet voor het karretje van derden laat spannen. Daarom mag een media-instelling geen activiteiten verrichten die erop zijn gericht om een derde (een platform te bieden om zichzelf) te promoten of bewust onder de aandacht te brengen. De media-instelling moet daarnaast grip houden op de wijze waarop derden meeliften met het media-aanbod, bijvoorbeeld door in advertenties aan te haken bij een programma of omroep. Hierover moet de media-instelling afspraken maken met haar contractspartners.
61. Het Commissariaat heeft in dit kader aan de op hem rustende bewijslast voldaan, wanneer het ten minste een geground vermoeden kon hebben dat een publieke media-instelling zich dienstbaar heeft gemaakt. Het is vervolgens aan de media-instelling om aannemelijk te maken dat dat vermoeden onjuist is.

##### b) *Dienstbaarheid vanuit de EO*

62. De EO heeft onvoldoende waarborgen ingebouwd om te voorkomen dat zij dienstbaar werd aan de provincie en de parken.
63. Naar het oordeel van het Commissariaat heeft de EO onvoldoende oog gehad voor de invloed en rol van de provincie. De EO heeft de provincie teveel de ruimte gegeven om haar marketingcampagne via de publieke omroep uit te voeren en om deze middels het programma kracht bij te zetten. Het gevolg hiervan was dat de provincie en de parken een meer dan normale winst of andere concurrentievoordelen hebben genoten.
64. Hierbij zijn de volgende elementen van doorslaggevend belang.

<sup>7</sup> Rechtbank Midden-Nederland 17 januari 2017 ECLI:NL:RBMNE:2017:178 (*Heel Holland Bakt*) en ABRvS 9 juli 2014 ECLI:NL:RVS:2014:2493 (*Sprookjesboom*).

65. Het programma is door Tuvalu aangebracht bij de EO met de mededeling dat de provincie een groot deel van de begroting op zich zou nemen. De EO betoogt dat het hierbij ging om een nieuw format. Het Commissariaat is van oordeel dat bij het programma echter wel op zijn minst is voortgeborduurd op een soortgelijk programma dat al was ontwikkeld voor een commerciële media-instelling onder de naam *Boomhut XXL*. Boomhut XXL was ook geproduceerd door Tuvalu en mede gefinancierd door de provincie. Bovendien was Boomhut XXL, blijkens uitingen van Tuvalu, een maatwerk format voor de provincie. In het kader van Boomhut XXL heeft de provincie toen via een marketingbureau een marketingcampagne laten uitvoeren, teneinde de boomhutten te vermarkten.
66. Voorts is de EO er voorafgaand aan de uitzending van *De Boomhut Battle* over geïnformeerd dat de provincie opnieuw de opdracht had gegeven aan hetzelfde marketingbureau om de boomhutten te vermarkten. Na de laatste uitzending zou worden gestart met een campagne om de bezoeken en boekingen hiervan te stimuleren. De start van de exploitatie van de boomhutten was met andere woorden afgestemd op de uitzenddata van het programma.
67. Uit het onderzoek blijkt verder dat de provincie waarde hechtte aan het uitzendtijdstip januari-februari, bij voorkeur in de vooravond. Dit is ook het uitzendtijdstip geworden, en op verzoek van de provincie is dit in de cofinancieringsovereenkomst opgenomen. Blijkens interne stukken van de provincie werd een uitzending in januari van belang geacht, omdat dit een gunstig effect kon hebben op de toeristische sector.
68. De voorgaande feiten hadden de EO moeten nopen tot een zeer hoge zorgvuldigheid, zeker nu het bij *De Boomhut Battle* gaat om een kinderprogramma. Het was voorzienbaar dat een marketingcampagne zou worden opgezet door een betrokken contractspartner, gelijktijdig met en direct volgend op de uitzending van het programma.
69. Het Commissariaat stelt echter allereerst vast dat in zijn geheel geen afspraken zijn gemaakt met de provincie over de bouw van de boomhutten. De EO ging ervan uit, blijkens haar stelling, dat de kosten hiervan afzonderlijk werden vergoed door de provincie. Deze bijdrage werd ook niet beschouwd als onderdeel van het productiebudget noch als cofinanciering voor het programma. Daarmee werd deze bijdrage volledig buiten de (reikwijdte van de) coproductieovereenkomst gesteld. Dit gaf de provincie in principe vrij spel.
70. Het gevolg hiervan was dat de provincie vrij werd gelaten om derde commerciële partijen in te schakelen teneinde de bouw te financieren. Deze commerciële partijen, de parken, waren vervolgens betrokken bij (een belangrijk deel van) de productie van het programma. De EO was hiervan niet op de hoogte.
71. Daarnaast heeft de EO onvoldoende grip gehouden op de wijze waarop de provincie en de parken konden meeliften met het programma, met name door in online uitingen aan te haken bij het programma.
72. Volgens de coproductieovereenkomst moest Tuvalu er zorg voor dragen dat alle door haar bij het produceren betrokken derden zouden voorkomen dat de EO dienstbaar werd (onder meer door niet aanhakend te adverteren). Verder heeft de EO contact gehad met het marketingbureau van de provincie over welke vermeldingen al dan niet zijn toegestaan. Daarbij heeft de EO aangegeven dat de provincie niet de namen van de parken mocht noemen.

73. Deze voorzorgsmaatregelen waren echter onvoldoende om het meeliften op het media-aanbod te voorkomen. Hierbij hecht het Commissariaat veel waarde aan de verantwoordelijkheid die de EO heeft om aanhakende reclame en dienstbaarheid te voorkomen. Tegelijkertijd bestonden in dit geval op voorhand verzwarende omstandigheden, waaronder in het bijzonder de beoogde marketingcampagne rondom een kinderprogramma. Niettemin heeft de EO volstaan met een standaardclausule in de coproductieovereenkomst, en een informatief gesprek met het marketingbureau dat niet was geïnitieerd door de EO maar door het marketingbureau. De EO heeft geen concrete afspraken gemaakt met of toezeggingen gehad vanuit de provincie of de parken over potentiële aanhakende reclame.
74. Weliswaar hebben de EO en de provincie wel een cofinancieringsovereenkomst gesloten, maar deze had slechts een beperkte reikwijdte. Hierin verklaarde de provincie namelijk enkel dat zij, en aan haar gelieerde ondernemingen, bij het promoten van eigen producten en diensten niet zou verwijzen c.q. aanhaken bij het programma of de EO. Dit is een bepaling die meer lijkt te zijn toegeschreven naar commerciële promotie. Hieruit blijkt niet duidelijk of het de provincie bijvoorbeeld is toegestaan om te verwijzen naar het programma bij streekpromotie, of om de parken te vermelden. Daargelaten of het marketingbureau van de provincie als een 'aan haar gelieerde onderneming' kan worden beschouwd.
75. Daar komt bij dat de EO met Tuvalu noch met de provincie heeft gesproken over de startdatum van de verhuur van de boomhutten. De EO was ermee bekend dat deze direct na de laatste uitzending zouden worden verhuurd. Het feit dat de boomhutten konden worden gehuurd na de finale, was ook een logisch gevolg van het format waarin de boomhutten werden voltooid in de laatste aflevering. De EO heeft hier echter geen (beperkende) afspraken over gemaakt.
76. Feitelijk heeft het voorgaande ertoe geleid dat zowel het marketingbureau van de provincie als de parken in hun online uitingen hebben verwezen naar het programma en de parken. Het marketingbureau heeft (voorafgaand, tijdens en na het programma) de namen van de parken genoemd in combinatie met de programmatitel en uitzenddata. Ook is daarbij meermaals het logo van het programma gebruikt. Daarnaast heeft in ieder geval het park met de winnende boomhut onder meer in haar eigen promotie verwezen naar het programma. Deze promotie vond plaats vanaf de dag van de finale.
77. Het Commissariaat overweegt dat de EO zich niet voldoende heeft gerealiseerd wat de specifieke risico's waren bij dit programma en dat zij op basis daarvan aan haar verzwaarde zorgplicht heeft voldaan. Zodoende heeft de EO bijgedragen aan de totstandkoming en het op de markt brengen van de boomhutten. De verhuur van de boomhutten is niet om het programma heen ontstaan, maar het programma heeft gediend als platform voor de lancering daarvan.<sup>8</sup> Zowel de provincie als de parken hebben een meer dan normale winst of ander concurrentievoordeel behaald. Aldus is de EO niet binnen de marges van normaal economisch handelen gebleven.

*c) Tussenconclusie t.a.v. dienstbaarheid*

78. Gelet op voorgaande is het Commissariaat van oordeel dat het dienstbaarheidsverbod van artikel 2.141 van de Mediawet door de EO is overtreden.

<sup>8</sup> ABRvS 27 juni 2012s ECLI:NL:RVS:2012:BW9561 (*Bibaboerderij*).

## H. Bestuurlijke Boete

79. Gelet op het eerder onderstreepte belang dat het Commissariaat hecht aan de naleving van de normen die zijn gericht op het beschermen van minderjarigen tegen commerciële beïnvloeding, blijft het Commissariaat bij zijn voornemen om voor de vastgestelde overtredingen een bestuurlijke boete op te leggen.
80. Op grond van artikel 7.12, eerste lid, van de Mediawet kan het Commissariaat bij overtreding van het bepaalde bij of krachtens de Mediawet een bestuurlijke boete opleggen van ten hoogste €225.000 per overtreding.
81. Voor de vaststelling van de hoogte van een op te leggen bestuurlijke boete hanteert het Commissariaat beleid dat is neergelegd in de Beleidsregels bestuurlijke boetes 2019 (hierna: beleidsregels). Uit de beleidsregels volgt dat het Commissariaat bij het bepalen van de hoogte van een bestuurlijke boete in het concrete geval de hoogte van de toepasselijke basisboete als uitgangspunt neemt. Die basisboete is afhankelijk van de overtreden norm en de ernst van de overtreding in het concrete geval. De aanwezigheid van boeteverhogende of boeteverlagende omstandigheden kan leiden tot aanpassing van dit bedrag.
82. Het Commissariaat heeft geconstateerd dat het overtredingen uit het jaar 2019 betreffen. Gelet op het tijdsverloop ziet het Commissariaat aanleiding om dit als een boeteverlagende omstandigheid in aanmerking te nemen.

### I. Vermijdbare uitingen

83. De overtreding van artikel 2.89 van de Mediawet (*niet-toegestane vermijdbare uitingen*) merkt het Commissariaat op grond van artikel 5 van de beleidsregels aan als zeer ernstig (zwaarte III). Het Commissariaat overweegt hiertoe dat het een programma betreft dat naar aard en inhoud in het bijzonder bestemd is voor kinderen tot 12 jaar. Het Commissariaat heeft reeds aangegeven een groot belang te hechten aan de naleving van de normen die zijn gericht op het beschermen van minderjarigen tegen commerciële beïnvloeding. Daarnaast is sprake van een structureel karakter (de gehele serie door), een groot bereik en een veelvoud in vorm (gesproken, geschreven en in beeld).
84. Op basis van artikel 4 van de beleidsregels valt de hiervoor genoemde overtreding in 'categorie A'. Bij een overtreding met zwaarte III van een norm uit categorie A hanteert het Commissariaat als uitgangspunt een basisboete met een hoogte van € 180.000 (artikel 6, vierde lid van de beleidsregels) per overtreding.
85. Het Commissariaat constateert een overlap tussen de overtreding van het dienstbaarheidsverbod en de niet-toegestane vermijdbare uitingen. Zo raken de (positieve) uitlatingen, de beelden van de parken en de promotiecampagnes, waarin het programma is genoemd niet alleen aan het verbod op vermijdbare uitingen, maar ook aan het dienstbaarheidsverbod. De vermijdbare uitingen leiden immers tot een positief beeld bij de kijker, wat tot een economisch voordeel leidt in dit geval. De overtredingen zien dan ook deels op dezelfde gedraging, namelijk het positief in beeld brengen van de boomhutten. Het Commissariaat ziet aanleiding om deze omstandigheid als boeteverlagend in aanmerking te nemen.
86. Het Commissariaat constateert tevens dat de EO adequate maatregelen heeft genomen ter voorkoming van herhaling van de overtreding, en ziet aanleiding om deze omstandigheid als boeteverlagend in aanmerking te nemen.

87. Het Commissariaat merkt ten aanzien van de voorgenomen boeteverhogende omstandigheden op dat de EO in haar zienswijze voldoende naar voren heeft gebracht dat zij de mondelinge en schriftelijke waarschuwing die in 2014 aan de EO is opgelegd niet als een formeel besluit heeft aangemerkt. Daarnaast heeft het Commissariaat geconstateerd dat er in 2018 geen individueel normoverdragend gesprek over vermijdbare uitingen met de EO is gevoerd. Het Commissariaat zal deze omstandigheden derhalve, anders dan in het voornemen is opgenomen, niet als boeteverhogend in aanmerking nemen.
88. Voornoemde omstandigheden in aanmerking genomen, verlaagt het Commissariaat het als uitgangspunt gehanteerde boetebedrag van €180.000,- tot een bedrag van **€54.000,-**. Het Commissariaat acht de hoogte van deze boete mede gezien de voormelde omstandigheden evenredig aan de ernst van de overtreding door de EO.

## **II. Bijdragen provincie Drenthe en parken**

### *a) Vermelding bijdrage provincie Drenthe*

89. De geconstateerde overtreding van artikel 2.114 jo. 2.107 van de Mediawet (*het niet vermelden van de provincie in aflevering 1 tot en met 4*), merkt het Commissariaat op grond van artikel 5 van de beleidsregels aan als ernstig (zwaarte II). Het Commissariaat overweegt hiertoe dat de bijdrage van de provincie weliswaar een groot deel van de productiekosten bestrijkt, maar dat geen specifieke producten of diensten van de provincie zelf zijn vermeld of getoond. Ook neemt het Commissariaat in overweging dat het gaat om een bijdrage van een overheidsinstelling.
90. Op basis van artikel 4 van de beleidsregels valt de hiervoor genoemde overtreding in 'categorie A'. Bij een overtreding met zwaarte II van een norm uit categorie A hanteert het Commissariaat als uitgangspunt een basisboete met een hoogte van € 85.000 (artikel 6, vierde lid van de beleidsregels) per overtreding.
91. De EO geeft aan dat een en ander is misgegaan en erkent haar eindverantwoordelijkheid ten aanzien van de overtreding die ziet op het niet-vermelden van de provincie in de aftiteling. Daarnaast heeft het Commissariaat opgemerkt dat de provincie in aflevering vijf en zes (in tegenstelling tot aflevering één tot en met vier) wel in de aftiteling wordt vermeld. De EO aan dat zij terstond heeft gehandeld om de overtreding te herstellen, en dat zij aanleiding ziet om haar interne werkprocessen aan te scherpen. Het Commissariaat weegt deze omstandigheden als boeteverlagend.
92. Het Commissariaat verlaagt op basis hiervan het boetebedrag van €85.000,- tot een bedrag van **€25.500,-**. Het Commissariaat acht de hoogte van deze boete mede gezien de voormelde omstandigheden evenredig aan de ernst van de overtreding door de EO.

### *b) Sponsorverbod parken*

93. De geconstateerde overtreding van artikel 2.106 van de Mediawet (*verbod op sponsoring*) merkt het Commissariaat op grond van artikel 5 van de beleidsregels aan als ernstig (zwaarte II). Het Commissariaat overweegt hiertoe dat de bijdrage van de parken weliswaar een belangrijk deel van de productiekosten bestrijkt, maar dat de EO niet direct betrokken was bij het verkrijgen hiervan.
94. Op basis van artikel 4 van de beleidsregels valt de hiervoor genoemde overtreding in 'categorie A'. Bij een overtreding met zwaarte II van een norm uit categorie A hanteert het Commissariaat als uitgangspunt een basisboete met een hoogte van € 85.000 (artikel 6, vierde lid van de beleidsregels) per overtreding.

95. Het Commissariaat heeft naar aanleiding van hetgeen door de EO naar voren is gebracht vernomen dat de EO aanscherpingen in haar interne werkprocessen doorvoert om zodoende overtreding van de Mediawet ten aanzien van sponsoring in de toekomst te voorkomen. Het Commissariaat ziet aanleiding om deze omstandigheid als boeteverlagend in aanmerking te nemen.
96. Voormelde omstandigheden in aanmerking genomen, verlaagt het Commissariaat het als uitgangspunt gehanteerde boetebedrag van €85.000,- tot een bedrag van **€68.000,-**. Het Commissariaat acht de hoogte van deze boete mede gezien de voormelde omstandigheden evenredig aan de ernst van de overtreding door de EO.

### III. Dienstbaarheidsverbod

97. De geconstateerde overtreding van artikel 2.141 van de Mediawet (*dienstbaarheidsverbod*) merkt het Commissariaat op grond van artikel 5 van de beleidsregels aan als ernstig (zwaarte II). Het Commissariaat overweegt hiertoe dat het een programma betreft dat naar aard en inhoud in het bijzonder bestemd is voor kinderen tot 12 jaar, terwijl de voorzorgsmaatregelen die de EO genomen heeft ontoereikend waren.
98. Op basis van artikel 4 van de beleidsregels valt de hiervoor genoemde overtreding in de zogenoemde 'categorie A'. Bij een overtreding met zwaarte II van een norm uit categorie A hanteert het Commissariaat als uitgangspunt een basisboete met een hoogte van € 85.000 (artikel 6, vierde lid van de beleidsregels) per overtreding.
99. Het Commissariaat neemt in aanmerking dat, zoals de EO betoogt, niet is gebleken dat hij zich eerder op het standpunt heeft gesteld dat het dienstbaarheidsverbod kan worden overtreden indien de media-instelling dienstbaar is aan een overheidsinstelling. Om die reden ziet het Commissariaat aanleiding om deze omstandigheid als boeteverlagend in aanmerking te nemen.
100. Het Commissariaat heeft naar aanleiding van hetgeen door de EO in haar zienswijze naar voren is gebracht vernomen dat de EO aanscherpingen in haar interne werkprocessen doorvoert om zodoende overtreding van de Mediawet ten aanzien van het dienstbaarheidsverbod in de toekomst te voorkomen. Het Commissariaat ziet derhalve aanleiding om deze omstandigheid en de omstandigheid zoals reeds overwogen in randnummer 84, als boeteverlagend in aanmerking te nemen.
101. Voormelde omstandigheden in aanmerking genomen, verlaagt het Commissariaat het als uitgangspunt gehanteerde boetebedrag van €85.000,- tot een bedrag van **€17.000,-**. Het Commissariaat acht de hoogte van deze boete mede gezien de voormelde omstandigheden evenredig aan de ernst van de overtreding door de EO.

### IV. Totale boete

102. Gelet op het voorgaande legt het Commissariaat de EO een boete op van in totaal **€164.500**.

## I. Openbaarmaking

103. Ten aanzien van het verzoek van de EO om niet over te gaan tot publicatie van het besluit, tot dat het besluit onherroepelijk is geworden wijst het Commissariaat op het volgende.



104. Het Commissariaat hanteert ingevolge vast beleid als uitgangspunt actieve openbaarmaking van haar besluitvorming ten behoeve van de transparantie bij de uitvoering van zijn taken en met inachtneming van de Wet openbaarheid van bestuur (hierna: de Wob). Het Commissariaat maakt derhalve besluiten openbaar via zijn website.
105. De EO stelt in haar zienswijze dat zij onevenredig benadeeld wordt in de vorm van onomkeerbare reputatieschade, indien sprake is van publicatie van het besluit voordat deze onherroepelijk is geworden. Uit vaste jurisprudentie<sup>9</sup> volgt dat, om aan te kunnen nemen dat sprake is van onevenredige schade, het moet gaan om een individuele, bijzondere situatie, waarbij de door de betrokkene(n) als gevolg van de publicatie te verwachten schade zodanig uitzonderlijk is dat het belang van de bescherming van de markt daarvoor moet wijken. Voor een dergelijke uitzonderlijke situatie is van belang dat de positie van de betrokkene verschilt met die van andere ondernemingen die te maken krijgen met publicatie van een besluit. De omstandigheden die de EO aandraagt acht het Commissariaat onvoldoende om af te zien van de voorgenomen publicatie.
106. Het Commissariaat zal derhalve de volledige tekst van het besluit, met uitzondering van de daarin vermelde persoonsgegevens en vertrouwelijke bedrijfsgegevens, openbaar maken voor publicatie. Deze publicatie vindt veertien dagen nadat het besluit op de in artikel 3:41 van de van de Awb voorgeschreven wijze is bekendgemaakt plaats. Het Commissariaat ziet daartoe geen belemmering op grond van artikel 10 van de Wob.

## J. Besluit

107. Op grond van het voorgaande besluit het Commissariaat als volgt:
- I. Het Commissariaat legt de vereniging De Evangelische Omroep een boete op van:
    - a. €54.000,- wegens overtreding van artikel 2.89, eerste lid, aanhef en onder b van de Mediawet 2008;
    - b. €25.500,- wegens overtreding van artikel 2.114 jo. 2.107 van de Mediawet 2008;
    - c. €68.000,- wegens overtreding van artikel 2.106 van de Mediawet 2008;
    - d. €17.000 wegens overtreding van artikel 2.141 van de Mediawet 2008; en
  - II. Het Commissariaat maakt de volledige tekst van dit besluit, veertien dagen na de voorgeschreven bekendmaking daarvan, met uitzondering van de daarin vermelde persoonsgegevens en vertrouwelijke bedrijfsgegevens, openbaar door publicatie op zijn website.

Hilversum, 10 mei 2022

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,

drs. Renate Eringa - Wensing  
voorzitter

mr. Peter Eijvoogel  
commissaris

<sup>9</sup> Cbb, 25 januari 2018; ECLI:NL:CBB:2018:7.

## Bijlage 1: juridisch kader

### Artikel 2.89 Mediawet

1 Tenzij dit bij of krachtens deze wet is toegestaan, bevat het media-aanbod van de publieke mediadiensten geen:

- a. reclame- of telewinkelboodschappen; en
- b. vermijdbare andere uitingen die onmiskenbaar tot gevolg hebben dat de afname van producten of diensten wordt bevorderd.

2 Bij of krachtens algemene maatregel van bestuur kan worden bepaald in welke gevallen vermijdbare uitingen zijn toegestaan en wanneer uitingen onvermijdbaar zijn.

### Artikel 2.106 Mediawet

1 Media-aanbod van de publieke mediadiensten wordt niet gesponsord.

2 Het eerste lid is niet van toepassing op media-aanbod:

- a. van culturele aard;
- b. van educatieve aard;
- c. bestaande uit het verslag of de weergave van een of meer sportevenementen of sportwedstrijden; en
- d. bestaande uit het verslag of de weergave van evenementen ten behoeve van ideële doelen.

3 Media-aanbod als bedoeld in het tweede lid wordt niet gesponsord als het:

- a. geheel of gedeeltelijk bestaat uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie; of
- b. in het bijzonder is bestemd voor kinderen jonger dan twaalf jaar.

### Artikel 2.107 Mediawet

1 Bij gesponsord media-aanbod wordt ter informatie van het publiek duidelijk vermeld dat en door wie het media-aanbod is gesponsord.

2 De vermelding geschiedt door neutrale vermelding of vertoning van naam, (beeld)merk of ander onderscheidend teken van de sponsor.

3 Bij een gesponsord programma vindt de vermelding plaats aan het begin of het einde van het programma en kan de vermelding daarnaast plaatsvinden aan het begin of het einde van een reclameblok dat in het programma is opgenomen.

4 Ten aanzien van de vermelding geldt dat zij:

- a. ten hoogste vijf seconden duurt;
- b. voor zover deze niet plaatsvindt op de aan- of aftiteling, uitsluitend uit stilstaande beelden bestaat; en
- c. niet beeldvullend is.

5 Het derde en vierde lid zijn zo veel mogelijk van overeenkomstige toepassing op het overige media-aanbod van de publieke mediadiensten.

### Artikel 2.114 Mediawet

De artikelen 2.107 tot en met 2.113 zijn van overeenkomstige toepassing als een andere instelling dan bedoeld in de begripsomschrijving van sponsoring in [artikel 1.1](#) een bijdrage heeft gegeven voor de productie of aankoop van media-aanbod om de verspreiding daarvan te bevorderen of mogelijk te maken.

**Artikel 2.141 Mediawet**

1 De NPO, de RPO en de publieke media-instellingen zijn met al hun activiteiten niet dienstbaar aan het maken van winst door derden en tonen dat desgevraagd naar genoegen van het Commissariaat aan.

2 De landelijke publieke media-instelling die samenwerkingsomroep is, draagt ervoor zorg dat de omroepverenigingen die hij vertegenwoordigt, met al hun activiteiten niet dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden en tonen dat desgevraagd naar genoegen van het Commissariaat aan.

**Artikel 9 Mediabesluit**

1 In media-aanbod van informatieve of educatieve aard zijn vermijdbare uitingen in de vorm van het tonen of vermelden van een product of dienst toegestaan, mits:

- a. de vertoning of vermelding past binnen de context van het media-aanbod;
- b. de vertoning of vermelding geen afbreuk doet aan de formule of de integriteit van het media-aanbod;
- c. de vertoning of vermelding niet op een overdreven of overdadige wijze plaatsvindt; en
- d. er geen sprake is van specifieke aanprijzingen van deze producten of diensten.

2 Het eerste lid is van overeenkomstige toepassing op ander media-aanbod, met uitzondering van media-aanbod dat in het bijzonder bestemd is voor kinderen jonger dan twaalf jaar.