

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV DPG MEDIA

(dossier nr. 2020/423)

BESLISSING nr. 2020/006

10 februari 2020



**In de zaak van VRM tegen NV DPG MEDIA,**

De Vlaamse Regulator voor de Media (algemene kamer), samengesteld uit:

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,  
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE,  
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 10 februari 2020,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

**PROCEDURE**

1. Ingevolge de algemene opdracht, vastgesteld bij kaderbeslissing van 14 juli 2014 tot het uitvoeren van een regelmatige monitoring van de Vlaamse televisieomroeporganisaties, heeft de onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) de uitzendingen van diverse televisieomroeporganisaties op 1 december 2020 (8u tot 20u) aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van het omroepprogramma VTM KIDS JR van NV DPG MEDIA.

2. Op 7 januari 2020 legt de onderzoeksceel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzending.

3. Op 13 januari 2020 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, NV DPG MEDIA (hierna: DPG), met maatschappelijke zetel Mediaplein 1 te 2018 Antwerpen, in een procedure op tegenspraak te betrekken.

4. Deze beslissing wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 13 januari 2020 aan DPG meegedeeld.

5. DPG bezorgt op 28 januari 2020 schriftelijke opmerkingen aan de VRM.

6. DPG maakt geen gebruik van de mogelijkheid om mondeling toelichting te geven op de zitting van 10 februari 2020.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel stelt vast dat er tussen 10u en 11u televisiereclame wordt uitgezonden met een totale tijdsduur van 16 minuten en 10 seconden.

Er worden vijf reclameblokken uitgezonden, die telkens worden aan- en afgekondigd met een passende reclamebumper:

- van 10u 02m 15s tot 10u 06m 14s (duurtijd 03m 59s) met 14 reclamespots;
- van 10u 11m 10s tot 10u 15m 14s (duurtijd 04m 04s) met 13 reclamespots;
- van 10u 20m 54s tot 10u 22m 56s (duurtijd 02m 02s) met 8 reclamespots;
- van 10u 26m 03s tot 10u 29m 46s (duurtijd 03m 43s) met 13 reclamespots;
- van 10u 34m 54s tot 10u 37m 16s (duurtijd 02m 22s) met 9 reclamespots.

De VRM ontving geen bericht dat het begin van het klokkuur zou gewijzigd worden.

Volgens de onderzoeksceel bedraagt het aandeel van televisiereclame van dit klokkuur 26%.

De onderzoeksceel stelt bijgevolg een overschrijding vast van het maximaal toegelaten percentage zendtijd voor reclame en telewinkelspots per klokkuur conform de toepassing van artikel 81, §2 van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

## TOEPASSELIJKE REGELS

8. Artikel 81, §§ 2 en 3, van het Mediadecreet stelt dat:

*“[...]”*

*§ 2. Het aandeel van televisiereclame- en telewinkelspots mag per klokuur niet meer dan 20 percent bedragen.*

*§ 3. Voor de berekening van het percentage, vermeld in paragraaf 2, bestaat een klokuur uit een periode van zestig opeenvolgende minuten en begint het klokuur in principe bij minuut 0 en eindigt het bij minuut 59.*

*Als een lineaire televisieomroeporganisatie het begin van het klokuur op een ander tijdstip dan minuut 0 wil laten aanvangen, deelt hij voor het begin van het programma aan de Vlaamse Regulator voor de Media mee op welk tijdstip de klokuren zullen starten voor de berekening van de grenzen, vermeld in het eerste lid.*

*De bepalingen van paragraaf 2 zijn niet van toepassing op boodschappen van de lineaire televisieomroeporganisaties over hun eigen programma's en rechtstreeks daarvan afgeleide ondersteunende producten, op sponsorboodschappen en op productplaatsing.*

*[...] “*

### A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie

9. DPG stelt zeer nauw toe te zien op de naleving van de maximale duurtijd per klokuur zoals bepaald in het Mediadecreet.

De omroeporganisatie legt uit dat uit intern onderzoek is gebleken dat bij de naamswijziging van CADET naar VTM KIDS JR de naam KIDS JR werd opgenomen in de applicatie voor de registratie van de klokuren. Daardoor kon het systeem geen overeenkomst vinden met de benaming VTM KIDS JR, benaming opgenomen in de applicatie waarin de zendschema's worden opgemaakt en waaruit een rapport wordt getrokken dat verstuurd wordt aan het extern bedrijf dat op basis van dat rapport het klokuur registreert. Gevolg hiervan was dat de standaard "0" werd ingevuld terwijl de optimale minuut op minuut 20 zat.

Volgens DPG werden de bepalingen van het Mediadecreet wel degelijk nageleefd. De omroeporganisatie voegt een document toe waaruit dat zou moeten blijken.

De maximale duurtijd van 12 minuten televisiereclame per klokuur werd aldus volgens DPG niet overschreden.

Ten slotte voegt de omroeporganisatie eraan toe dat de benaming intussen correct werd ingevoerd en werd erop aangedrongen in de toekomst alerter te zijn zodat de juiste benamingen worden gebruikt.

DPG hoopt op begrip van de Regulator te kunnen rekenen.

## **B. Beoordeling**

10. Artikel 81, § 2, van het Mediadecreet schrijft voor dat het aandeel van televisiereclame- en telewinkelspots per klokuur niet meer dan 20 percent mag bedragen.

11. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat DPG tijdens de onderzochte periode tussen 10u en 11u de maximale duurtijd voor televisiereclame- en telewinkelspots heeft overschreden : er wordt televisiereclame uitgezonden met een totale tijdsduur van 16 minuten en 10 seconden.

Hoewel er volgens DPG geen sprake zou zijn van een overschrijding van de maximale duurtijd voor televisiereclame- en telewinkelspots, legt de omroeporganisatie zelf uit dat er door een menselijke fout geen wijziging van klokuur is meegedeeld. Naar zeggen van DPG diende tijdens de onderzochte periode tussen 10u en 11u de optimale minuut op 20 te zitten in plaats van op minuut 0.

Het ontbreken van de melding van wijziging klokuur impliceert logischerwijze dat het klokuur tussen 10u en 11u tijdens de onderzochte periode op minuut 0 startte. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat er in dat klokuur 16 minuten en 10 seconden reclame werd uitgezonden, dus meer dan 20 percent per klokuur, waardoor de maximale duurtijd voor televisiereclame- en telewinkelspots tijdens dat klokuur wel degelijk werd overschreden.

Het behoort tot de verantwoordelijkheid en de plicht van de omroeporganisatie om zorgvuldig te zijn in de melding van wijziging van klokuur. Komt daarbij dat de omroeporganisatie in dit geval extra waakzaam diende te zijn daar het om een kinderomroepprogramma gaat.

Uit het voorgaande volgt dat DPG een inbreuk heeft begaan op artikel 81, § 2, van het Mediadecreet.

12. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM enerzijds rekening met de ernst van de inbreuk die in dit geval werd begaan op een kinderomroepprogramma tijdens de sinterklaasperiode, maar anderzijds ook met het beperkte marktaandeel van het omroepprogramma.

Een administratieve geldboete van 3500 euro is in dit geval een gepaste sanctie.

### **OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van NV DPG MEDIA een inbreuk vast te stellen op artikel 81, § 2, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet NV DPG MEDIA een administratieve geldboete van 3500 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 10 februari 2020.

D. PEEREMAN  
griffier

C. ADAMS  
voorzitter

Tegen deze beslissing kan beroep tot nietigverklaring worden aangetekend bij de Raad van State. Dat beroep moet worden ingesteld bij aangetekende brief binnen zestig dagen na de kennisgeving, overeenkomstig de bepalingen van de gecoördineerde wetten op de Raad van State en het besluit van de regent van 23 augustus 1948 tot regeling van de rechtspleging voor de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.