

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

**ZAAK VAN VRM t. DPG MEDIA NV**

(dossier nr. 2020/459)

BESLISSING nr. 2020/050

14 december 2020



## **In de zaak van VRM tegen DPG Media NV,**

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

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

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 14 december 2020,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

### **PROCEDURE**

1. Op 20 oktober 2020 legt de onderzoekscel een rapport voor inzake de monitoring van de uitzendingen van 'Familie' tijdens de week van 14 tot 18 september 2020 op VTM (omroepprogramma van DPG Media NV) met mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens deze uitzendingen.
2. Op 26 oktober 2020 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van die bevindingen, tegen DPG Media NV (hierna: DPG Media), met maatschappelijke zetel Mediaplein 1 te 2018 Antwerpen, een procedure op tegenspraak te starten.
3. De beslissing om een procedure op tegenspraak op te starten, wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 29 oktober 2020 aan DPG Media meegedeeld.
4. Bij dezelfde aangetekende brief vraagt de VRM of DPG Media, omwille van de dreiging van het coronavirus, akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting. Zij krijgt hierbij de mogelijkheid om nog een nota in te dienen, ter vervanging van de mondelinge toelichting.
5. Op vraag van DPG Media kent de VRM bij e-mail van 10 november 2020 uitstel toe voor het indienen van schriftelijke opmerkingen tot en met 17 november 2020.

6. Per e-mail van 10 november 2020 gaat DPG Media akkoord met een volledig schriftelijke procedure.

7. Per e-mail van 17 november 2020 bezorgt DPG Media de schriftelijke opmerkingen. DPG Media dient nadien geen bijkomende nota meer in.

8. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 14 december 2020 op basis van de schriftelijke stukken

## DE FEITEN

9.1. De onderzoeksceel stelt vast dat de uitzendingen van de afleveringen uit de serie 'Familie' (gemaakt door het productiehuis Zodiak Belgium in opdracht van DPG Media), van maandag 14 september tot en met 18 september 2020, worden gekenmerkt als een door GAIA gesponsorde uitzending, dit ingevolge de uitzending van een sponsorboodschap.

Wat deze sponsorboodschap betreft, doet de onderzoeksceel volgende vaststellingen :

- het is telkens éénzelfde sponsorboodschap (met sponsorlogo en) met een duurtijd van 8 seconden, vergezeld door de auditieve boodschap: *'Als één familie nemen we het op voor vleeskippen, die abnormaal snel groeien op een veel te kleine ruimte.'* ;

- behalve de auditieve verwijzing naar het gesponsorde programma verschijnt aan het begin van de sponsorvermelding ook een animatie van tal van namen van personages uit de serie 'Familie': (*Hanne – Stefanie – Lars – Peter – Zjef – Guido – Jan – Amélie – Jenny – Albert – Mieke – Cédric – Niko – Anna – Benny – Véronique – Patrick – Mathias*), die elkaar verdringen :



- de sponsorvermelding eindigt met centraal in beeld het GAIA-logo en het onderschrift 'Voice of the voiceless':



- gedurende de onderzochte periode wordt de sponsorvermelding dagelijks uitgezonden:

- op maandag 14 september aan het begin en vóór het 2<sup>de</sup> programma-onderdeel;
- op dinsdag 15 september na het 1ste programma-onderdeel;
- op woensdag 16 september vóór het 2de programma-onderdeel;
- op donderdag 17 september aan het einde;
- op vrijdag 18 september aan het begin.

De onderzoekscel merkt ten slotte op dat op woensdag 16 september tijdens de onderbreking van de aflevering ook een reclamespot (10 sec) in opdracht van GAIA voorkomt, in verband met de sterilisatie van katten.

9.2.1. Bij het analyseren van de inhoud van de betrokken afleveringen, waarin GAIA optreedt als sponsor van de reeks 'Familie', stelt de onderzoekscel vast dat één van de verhaallijnen verbonden is met de boodschappen rond dierenwelzijn en dierenrechten vanwege GAIA.

Zij vindt dit gegeven ook terug in verklaringen vanwege de organisatie GAIA en vertegenwoordigers van DPG Media zelf in diverse persartikels, die aan het onderzoeksrapport zijn toegevoegd.

De onderzoekscel leidt hieruit af dat het dus niet zou gaan om een toevallige verhaallijn maar om een verhaallijn, die tot stand is gekomen in samenwerking tussen de omroep en de sponsor.

9.2.2. De onderzoekscel beschrijft voor elke aflevering, die telkens een duurtijd van ongeveer 25 minuten heeft, de fragmenten die binnen deze verhaallijn passen :

- aflevering op **maandag 14 september** bevat drie fragmenten met een totale duurtijd van ongeveer 3 minuten : een collega (Iris) uit de foodbar raadt Zjef aan om filmpjes te bekijken over de vleesindustrie en stuurt hem zelf een filmpje (afkomstig van GAIA) door;
- aflevering op **dinsdag 15 september** bevat twee fragmenten met een totale duurtijd van ongeveer 2min25 sec : Zjef wijst een huisgenoot (Nico) terecht over de consumptie van eieren van categorie 2 en het gebruik van zuivel. Hij dringt er op aan om enkel nog eieren van categorie 0 en categorie 1 te gebruiken.  
Zjef heeft ook een gesprek met zijn collega Iris in de foodbar na het terechtwijzen van een klant over de consumptie van vlees en tonijn. Zjef dringt er op aan om voortaan nog enkel broodjes met beleg van niet-dierlijke oorsprong aan te bieden;
- aflevering op **woensdag 16 september** bevat drie fragmenten met een totale duurtijd van ongeveer 4min50 sec : Zjef wijst zijn vriend Rudi, die overweegt een GSM te kopen, op het vervuilende aspect van de productie van een GSM en de onethische werkomstandigheden bij het productieproces. Rudi reageert hevig door te wijzen op de inconsequentie van deze terechtwijzing door het eigen consumptiegedrag van Zjef.  
Zjef stelt zijn collega Iris in de foodbar enkele (vegetarische) broodjes voor ter vervanging van de klassieke broodjes en wil ook alle frisdrank van de kaart schrappen. Collega Iris vindt de voorgestelde broodjes niet geschikt en gaat zelf aan de slag om andere broodjes te maken met een beleg van niet-dierlijke oorsprong. Zjef proeft deze broodjes, die zeer bij hem in de smaak vallen;
- aflevering op **donderdag 17 september** bevat geen dergelijke fragmenten;
- aflevering op **vrijdag 18 september** bevat één fragment met een duurtijd van ongeveer 1min25 sec : Rudi wijst Zjef op zijn waterverbruik bij het douchen en op het waterverbruik bij de productie van zijn kleding. Zjef reageert daarop dat hij zich de voorbije tijd te fanatiek heeft gedragen inzake zijn ecologische opvattingen.

De onderzoekscel merkt op dat de aflevering op maandag 21 september ook nog één fragment met een duurtijd van ongeveer 2 minuten bevat, dat past binnen deze verhaallijn. Bij deze aflevering wordt geen sponsorvermelding voor GAIA uitgezonden. In dit fragment stelt Zjef de zaakvoerders van de foodbar een nieuwe kaart voor met louter vegetarische en veganistische broodjes. Zij gaan akkoord met de aanvulling van het aanbod maar eisen dat ook de kaart met de klassieke broodjes behouden blijft.

9.3. Volgens de onderzoekscel is de integratie binnen een programma van de boodschappen, die aansluiten bij de acties en campagnes van een

programmasponsor, door deze te koppelen aan één personage, niet toevallig of terloops. Er is sprake van een korte verhaallijn (gedurende één week) rond de thematiek waarrond de programmasponsor actie voert. De confrontatie van de kijker met deze thematiek is onontkoombaar.

De onderzoeksceel leidt hieruit af dat er dus duidelijk sprake is van beïnvloeding van de inhoud van een programma door een sponsor.

9.4. Vervolgens moet er, aldus de onderzoeksceel, beoordeeld worden of deze beïnvloeding de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie aantast.

De onderzoeksceel merkt in dit verband op dat de verhaallijn in kwestie geen eenzijdige belichting van de doelstellingen van de sponsor in kwestie betreft :

- de sponsor zelf wordt tijdens de uitzendingen niet vermeld, op één vluchtige blik na van een doorgestuurde videolink op een computerscherm (*3<sup>de</sup> fragment aflevering 14 september*);
- het personage Zjef, dat wordt ingezet om de aandacht te vestigen op de standpunten van de sponsor, krijgt telkens tegenwind van zijn tegenspelers, die hem wijzen op zijn overdreven fanatisme. Zjef erkent uiteindelijk ook dat hij zich hierin te ver laat meeslepen.

Volgens de onderzoeksceel omvat de verhaallijn dus ook duidelijk elementen en standpunten die tegengewicht bieden voor de ideologische boodschap van de sponsor, die bij de beoordeling van een mogelijke aantasting van de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid, in rekening moeten worden genomen.

9.5. Aangezien het om een gesponsord programma gaat waarbij er sprake is van een beïnvloeding door de sponsor in kwestie van de programma-inhoud, is de onderzoeksceel van oordeel dat dit - ingeval van aantasting van de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroep – een mogelijke inbreuk op artikel 91, 1°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet) vormt.

## **TOEPASSELIJKE REGELS**

10. Artikel 91, 1°, van het Mediadecreet bepaalt:

*“Gesponsorde omroepdiensten en programma’s moeten aan de volgende voorwaarden voldoen*

*1° de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering, worden nooit dusdanig beïnvloed door de sponsor dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast.'*

## **A. Argumenten van de aangeklaagde omroeporganisatie**

11. DPG Media schetst het programma 'Familie' als een soap en familieprogramma dat een realistisch beeld wil geven van wat zich in de maatschappij afspeelt. In de verhaallijnen wordt door de scenaristen gezocht naar thema's die bij de Vlaamse kijker leven, zoals hier de discussie rond invloeden op het milieu, meer bepaald het effect hierop indien men meer veganistisch zou eten. Deze thema's komen, aldus de omroeporganisatie, tegenwoordig vaak onder de aandacht en daarbij komt ook de thematiek rond dierenwelzijn naar voren.

12. Volgens de omroeporganisatie was de verhaallijn al begin 2020 uitgeschreven, dus alvorens GAIA besloot als sponsor op te treden. Dat GAIA besloot als sponsor op te treden volgde, aldus DPG Media, uit het feit dat zij zich in de verhaallijn kon vinden en niet dat zij invloed op de inhoud uitoefende.

Het feit dat GAIA in haar sponsorboodschap naar het programma verwijst, hoeft volgens de omroeporganisatie niet te betekenen dat ze enige inspraak of invloed in de afleveringen zelf heeft en zo de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie zou aantasten. DPG Media wijst er in dat verband op dat in de afleveringen slechts vluchtig melding van GAIA wordt gemaakt.

De omroeporganisatie vervolgt dat de beslissing over wat en hoe een thema in beeld wordt gebracht altijd bij de producent ligt. Volgens de omroeporganisatie mag dat blijken uit het feit dat het personage Zjef sowieso veganist is, lang voordat GAIA als sponsor optrad. Volgens de omroeporganisatie past de verhaallijn in dit kader en treedt ze de onderzoeksceel bij waar die aangeeft dat er niet alleen positief wordt gesproken over veganistisch eten maar dat er ook tegengewicht wordt gegeven door de andere personages.

DPG Media besluit haar verweer dan ook door te stellen niet akkoord te gaan met de redenering dat door de uitzending van de sponsorboodschap van GAIA met link naar het programma haar verantwoordelijkheid en redactionele onafhankelijkheid zouden zijn aangetast en dat aldus een inbreuk zou zijn gepleegd op artikel 91, 1°, van het Mediadecreet.



13. Tot slot deelt de omroeporganisatie geheel vertrouwelijk het weekgemiddeld kijkcijfer mee met het gemiddeld marktaandeel van de betrokken uitzendingen voor die week, evenals het nettobedrag van de sponsorboodschap tijdens die week.

## B. Beoordeling

14. Uit het onderzoek en uit de beelden blijkt dat er sprake is van een tijdelijke doch structurele sponsorovereenkomst voor het programma 'Familie' met GAIA gedurende de week van 14 september tot 18 september 2020. Het bestaan van die sponsorovereenkomst wordt niet betwist door DPG Media.

15. Na analyse van de beelden treedt de VRM de onderzoeksceel bij wanneer die vaststelt dat er sprake is van een verhaallijn (gedurende één week) rond de thematiek waarrond de programmasponsor actie voert en waarbij de confrontatie van de kijker met deze thematiek onontkoombaar is.

16. Het onderzoek toont aan dat de aanwezigheid binnen het programma van de thematiek rond dierenwelzijn, en daarmee samenhangend de ecologische thematiek, het gevolg is van een bewuste keuze.

Voorts blijkt uit het onderzoek, en meer bepaald uit de bijgevoegde persartikels, dat de verhaallijn wel degelijk op vraag van GAIA/de sponsor werd uitgewerkt en niet reeds bestond alvorens deze besloot als sponsor op te treden.

Zo leest men in het persartikel van 'Het Laatste Nieuws' van 29 september 2020: *"Waarom VTM het strijdpunt van GAIA geschikt acht, legt de zender graag uit "In 'Familie' zetten we vaak maatschappelijke en actuele thema's op de agenda zoals zelfdoding, pesten, dementie of verkeersveiligheid" klinkt het "Duurzaamheid en veganisme in het bijzonder zijn thema's die tegenwoordig vaak onder de aandacht komen." Dat GAIA betaald heeft voor die verhaallijn wordt niet ontkend "Er worden inderdaad soms samenwerkingen aangegaan, als dat binnen de verhaallijn past" en verder "Ik (aan het woord is de GAIA directeur) heb gevraagd of er ook andere mogelijkheden waren dan gewoon adverteren op VTM, en dit werd ons aangeboden. Natuurlijk vonden wij dat een goed idee."*

Hoewel DPG Media bij de mededeling van de beslissing van de VRM om haar in een procedure op tegenspraak te betrekken, verzocht werd om *"elk element dat dienstig kan zijn"* te bezorgen, moet de VRM volstaan met een loutere mededeling dat de verhaallijn al was uitgeschreven alvorens GAIA besloot als sponsor op te treden. De omroeporganisatie legt geen enkel stuk voor die haar stelling staft en waarmee zij kan aantonen dat de sponsorovereenkomst werd

afgesloten nadat de verhaallijn was uitgeschreven. Het verweer van de omroeporganisatie overtuigt dan ook niet.

Op basis van het bovenstaande besluit de VRM dan ook dat de aanwezigheid van het thema van de programmasponsor binnen de verhaallijn van het programma niet te wijten was aan een onwaarschijnlijk toevallige samenloop van omstandigheden, maar onmiskenbaar het gevolg was van een bewuste redactionele keuze die gemaakt werd in het licht van het sluiten van een belangrijke sponsorovereenkomst. Er is dan ook duidelijk sprake van beïnvloeding van de inhoud van een programma.

17. Het gegeven dat DPG Media geen enkel stuk voorlegt om de persverklaringen te ontkrachten waarin gesteld wordt dat de sponsor voor die verhaallijn betaald heeft of waarin de sponsor openlijk verklaart dat de omroeporganisatie zelf een samenwerking omtrent een verhaallijn voorstelt op de vraag naar andere mogelijkheden dan gewone advertenties, volstaat voor de VRM om te besluiten dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van DPG Media wezenlijk werd aangetast.

Het gegeven dat in de afleveringen slechts vluchtig melding van de sponsor zou worden gemaakt, is daarbij van geen belang.

Ook het verweer dat veganistisch eten niet alleen positief in beeld wordt gebracht of dat het betrokken personage sowieso veganist is, overtuigt niet. Dergelijke argumenten doen immers geen afbreuk aan het feit dat de hele thematiek in een verhaallijn wordt uitgewerkt op vraag van een sponsor. Dit punt wordt door DPG Media op geen enkele manier overtuigend weerlegd.

Evenmin overtuigt het verweer dat het altijd de producent is die beslist over wat en hoe een thema in beeld wordt gebracht. De VRM kan niet anders dan vaststellen dat DPG Media in dit geval wél is ingegaan op de vraag van de sponsor om een verhaallijn uit te schrijven.

Voor zoveel als nodig merkt de VRM op dat het in dit geval niet de uitzending van een sponsorboodschap met een link naar het programma is waardoor de verantwoordelijkheid en redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie zouden zijn aangetast, maar wel door het aanpassen of uitwerken van een verhaallijn met aandacht voor, in dit geval, de thematiek van de sponsor.

18. Uit al het voorgaande volgt dat er in de betrokken uitzending van de afleveringen van 'Familie' tijdens de week van 14 tot en met 18 september 2020 sprake is van duidelijke en verregaande beïnvloeding door de programmasponsor van de inhoud van het gesponsord programma, waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie werden aangetast. Bijgevolg heeft DPG Media de bepalingen van artikel 91, 1°, van het Mediadecreet geschonden.

19. Bij het bepalen van de sanctie houdt de VRM rekening met de ernst van de inbreuk.

De overwegingen dat de betrokken verhaallijn een week heeft geduurd, dat die verhaallijn in 4 van de 5 afleveringen vaak in meerdere fragmenten aan bod is gekomen en dat ze in prime time werd uitgezonden waarbij een heel hoog weekgemiddeld kijkcijfer met dito marktaandeel behaald werd, doen de VRM besluiten dat het hier om een zeer zware inbreuk gaat. Mede gelet op het bedrag van de sponsorovereenkomst is daarom in dit geval een administratieve geldboete van 25.000 euro een gepaste sanctie.

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

In hoofde van DPG Media NV een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 1°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet DPG Media NV een administratieve geldboete van 25.000 euro op te leggen.

Aldus uitgesproken te Brussel op 14 december 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.