

VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

Onafhankelijk toezichthouder voor
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV DPG MEDIA

(dossier nr. 2025/695)

BESLISSING nr. 2026/020

26 januari 2026

In de zaak van VRM tegen nv DPG Media,

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,
Mevr B. PONET, *ondervoorzitter*,
Dhr D. BRAECKEVELT,
Mevr K. VAN DER PERRE,
Dhr L. VANFLETEREN, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 26 januari 2026,
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, werden door de onderzoekscel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: VRM) de uitzendingen op woensdag 1 oktober 2025 (van 18u tot 24u) van 3 diverse televisieomroeporganisaties aan een onderzoek onderworpen.

Het betreft hier onder meer de uitzendingen van de omroepprogramma's VTM2, VTM3 en VTM4 van nv DPG Media.

2. Op 14 november 2025 legt de onderzoekscel van de VRM aan de algemene kamer van de VRM een rapport voor aangaande mogelijke overtredingen van de regelgeving tijdens de bovengenoemde uitzendingen.
3. Op 24 november 2025 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, nv DPG Media, 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 27 november 2025 aan nv DPG Media meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of nv DPG Media akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting.

5. Nv DPG Media bezorgt schriftelijke opmerkingen aan de VRM per brief van 11 december 2025. Zij geeft daarbij aan akkoord te gaan met een volledig schriftelijke procedure.
6. De algemene kamer van de VRM behandelt de zaak ter zitting van 26 januari 2026 op basis van de schriftelijke stukken.

DE FEITEN

7. De onderzoekscel van de VRM heeft de uitzendingen op 1 oktober 2025 (18u-24u) via VTM2, VTM3 en VTM4 onderzocht.

Zij stelt daarbij vast dat sponsorvermeldingen voor 'Siemens' worden uitgezonden. Op VTM2 omstreeks 18u01 en 22u05, op VTM3 omstreeks 19u16 en op VTM4 omstreeks 18u22, 19u37, 21u37 en 22u16.

De sponsorvermelding duurt 7 seconden en toont een vrouw die van een gerecht proeft en gebruik maakt van een oven. Een voice-over zegt: *“De intelligente Siemens oven herkent tot wel 100 gerechten. Siemens Huishoudtoestellen.”*

8. De onderzoekscel stelt verder vast dat deze sponsorvermeldingen telkens geen sponsoridentificatie bevatten.

De onderzoekscel wijst op de verplichting om de identificatie als sponsor van een programma, een programma-aankondiging of een omroepdienst duidelijk te maken aan de kijkers door een duidelijk identificerend element. Dit kan bijvoorbeeld door het gebruik van het sponsorlogo of met een tekst zoals *“met dank aan”* of *“gesponsord door”*.

De onderzoekscel is van oordeel dat de betrokken pancartes met sponsorvermelding van 'Siemens' geen duidelijk identificerend element als sponsor bevatten en dat hierdoor de kijker telkens niet duidelijk wordt gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Bijgevolg begaat de omroeporganisatie volgens de onderzoekscel een inbreuk op artikel 91, eerste lid, 3°, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

TOEPASSELIJKE REGELS

9. Artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet luidt als volgt:

“Gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten aan de volgende voorwaarden voldoen: [...]”

3° de kijkers en de luisteraars worden duidelijk gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Gesponsorde programma's of teletekstpagina's worden duidelijk als zodanig gekenmerkt door in het begin, tijdens, en/of op het einde van het programma of het programmaonderdeel of teletekstpagina's op passende wijze de naam en/of het logo en/of een ander symbool van de sponsor, zoals een verwijzing naar zijn product(en) of dienst(en) of een onderscheidingsteken daarvan, te vermelden."

A. Schriftelijke opmerkingen van nv DPG Media

10. Nv DPG Media erkent dat bij de uitzendingen van de sponsorvermelding 'Siemens' het sponsorlogo ontbreekt en excuseert zich voor de inbreuk op artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet.

Uit navraag bij de betrokken diensten blijkt dat het om een menselijke vergissing gaat. Nv DPG Media benadrukt geen commercieel voordeel te hebben gehaald uit het weglaten van de sponsorvermelding. Het betreft een spijtige onachtzaamheid van de verantwoordelijke dienst.

10. Nv DPG Media geeft aan dat zij de betreffende diensten heeft gewezen op de bepalingen van het Mediadecreet en zij alles in het werk stelt om herhaling in de toekomst te vermijden.
11. Nv DPG Media verschaft tevens vertrouwelijk meer informatie over de marktaandelen/kijkcijfers en de bij de betrokken sponsor in rekening gebrachte bedragen voor de betreffende uitzendingen van de sponsorboodschappen.

B. Beoordeling

12. Artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet schrijft voor dat de kijkers duidelijk moeten worden gewezen op het bestaan van een sponsoringovereenkomst. Een sponsorvermelding dient daartoe een duidelijk identificerend element te bevatten: een duidelijk logo en/of auditieve en/of geschreven tekst.

Tijdens de informatievergadering op 20 oktober 2014 betreffende commerciële communicatie heeft de VRM de principes overlopen die gelden bij uitzending van onder meer sponsorvermeldingen. Daarbij is met name gewezen op de noodzaak aan een sponsoridentificatie, gelet op het standpunt van de Europese Commissie hierover. Vanaf 1 januari 2015 wordt door de VRM toegezien op de aanwezigheid van dergelijke sponsoridentificatie.

13. Uit de beelden en het onderzoek blijkt dat de uitgezonden sponsorvermeldingen voor 'Siemens' geen duidelijk identificerend element als sponsor bevatten. Nv DPG Media erkent ook dat de betrokken pancartes geen correcte vermelding bevatten.

Uit het voorgaande volgt dan ook dat nv DPG Media inbreuken heeft begaan op artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet.

14. Bij het bepalen van de sanctie houdt de algemene kamer van de VRM rekening met het gegeven dat op relatief korte termijn reeds twee dergelijke inbreuken bij nv DPG Media werden vastgesteld (zie VRM-beslissingen nr. 2024/031 van 22 april 2024 en nr. 2024/040 van 27 mei 2024, waarbij nv DPG Media werd gewaarschuwd) en met de omvang van het financiële voordeel dat nv DPG Media volgens de vertrouwelijk verstrekte informatie heeft ontvangen voor de uitzendingen van de kwestieuze sponsorboodschap in de onderzochte periode.

Een administratieve geldboete van 1500 euro is in dit geval een gepaste sanctie.

OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

In hoofde van nv DPG Media inbreuken vast te stellen op artikel 91, eerste lid, 3°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet nv DPG Media een administratieve geldboete van 1500 euro op te leggen.

Aldus beslist te Brussel op 26 januari 2026.

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.