



Dienstbaarheidsverbod

Het dienstbaarheidsverbod moet voorkomen dat wat een publieke omroep doet of nalaat zorgt voor (financieel) voordeel voor commerciële partijen. Samenwerking met commerciële partijen mag wel, maar die mogen niet 'meer dan normale' winst maken door deze samenwerking. Een aantal voorbeelden:

- Je regelt een fotograaf via je eigen netwerk. Het uurtarief en het aantal uur dat deze persoon rekent, is marktconform.
- Je koopt een programma in bij een commerciële partij. Vooraf regel je dat de personages uit het programma niet zonder jullie toestemming ergens anders gebruikt worden, zoals in een theatervoorstelling.
- Een commerciële partij heeft interesse in een van jullie programma's. De verkoopprijs is niet veel hoger of lager dan normaal zou zijn voor zo'n programma.
- Een winkelketen verkoopt sloffen met een personage erop uit een van jullie series. Tussen de uitzendingen en de verkoop zit voldoende tijd zodat de keten niet meelift op de uitzendingen.

Anderen mogen dus niet 'meeliften' op programma's. Daarvan is ook sprake als:

- Een bedrijf 'aanhaakt' bij jouw programma door bijvoorbeeld een sticker te plakken op een product met: 'gezien in programma X'.
- In een omliggend reclameblok wordt geadverteerd voor een product of dienst waarbij de reclame aansluit bij de inhoud van het programma.



Sponsoring

Sponsoring is in principe niet toegestaan. Er geldt een uitzondering voor programma's van culturele aard, educatieve aard, sportevenementen of -wedstrijden en evenementen voor ideële doelen. Het doel van sponsoring is dan om deze programma's mogelijk te maken, en niet om reclame te maken voor de sponsor. Houd de sponsorvermelding daarom ook neutraal. Scan de QR-code en bekijk de animatie voor de andere regels waaraan gesponsorde programma's moeten voldoen.

Er is sprake van sponsoring als een programma gemaakt of aangekocht wordt met de bijdrage van een andere partij. Bij bepaalde kleinere niet-financiële bijdragen, zoals geleende kleding voor een presentator, is waarschijnlijk geen sprake van sponsoring en mag een 'met dank aan'-vermelding worden gedaan. Twijfel je? Neem dan contact met ons op.

De onderstaande organisaties worden in principe niet als sponsor gezien:

- Overheidsinstellingen en instellingen die geen onderneming zijn, zoals goede doelen
- Eigen media-instelling
- (Co)producent

Sommige sponsorregels gelden ook voor deze organisaties. Vermeld ze bijvoorbeeld evengoed met de zin: 'Dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door', en houd je ook aan de sponsorregels bij het laten zien of noemen van producten en diensten.



Vermijdbare uitingen

Als je een merk, logo, product of dienst laat zien of noemt, dan is dat een vermijdbare uiting. In principe zijn die niet toegestaan. Door (te) veel aandacht te besteden aan producten of diensten kan je (onbedoeld) reclame maken en dat is in strijd met het non-commercialiteitsbeginsel van de publieke media. Maar hoeveel aandacht is te veel? Dat zie je in de animatie via de QR-code. Een praktische tip is om de volgende vraag te stellen: zou de concurrent van het merk dat je toont of noemt jaloers zijn op deze aandacht? Zo ja, dan is het waarschijnlijk een vermijdbare uiting met te veel aandacht.

