

CvdM vaart strenge koers; Yvon Jaspers Protocol

Het Commissariaat voor de Media (CvdM) heeft de handhaving op vermijdbare uitingen medio 2018 opgevoerd nadat de laatste jaren meer overtredingen werden geconstateerd. Dit heeft al geleid tot een hoge boete voor zowel de AVROTROS als de KRO-NCRV. Daarnaast is laatstgenoemde door het CvdM op de vingers getikt voor het verkeerd inrichten van haar bedrijfsprocessen rondom het onderzoek naar de nevenfunctie van Yvon Jaspers.

Mediawet en vermijdbare uitingen

De Mediawet is van toepassing op zowel de publieke als commerciële omroepen. Publieke omroepen zijn echter aan striktere regels gebonden dan de commerciële omroepen. Zo is het op grond van de Mediawet verboden voor publieke omroepen om vermijdbare uitingen of 'sluikreclame' op te nemen in haar media-aanbod die de afname van producten of diensten van derden bevorderen. Van een dergelijke uiting is sprake wanneer de vertoning of vermelding een 'wervend karakter' heeft.

Gorts Wijkkwartier

De [sanctiebeschikking voor AVROTROS](#) heeft betrekking op twee uitzendingen van het programma 'Gorts Wijkkwartier'. Voor wie het programma niet kent: wijnkenner Ilja Gort geeft antwoord op vragen zoals '*Is een kurk beter dan een schroefdop?*' en vertelt over de wijnetiquette en alles wat je moet weten over het selecteren van de juiste wijn.

In uitzendingen van 9 en 16 juni 2018 was Gort te zien in een T-shirt met de opdruk 'Grape Angel'. Dit shirt bleek te worden verkocht in zijn webshop: 'Slurpshop'. Volgens het CvdM was door het veelvoudig tonen van het shirt sprake van een overdadige aanprijzing en dus een vermijdbare uiting. Boete: 10.000 euro.

Door het CvdM wordt – wat mij betreft – erg makkelijk voorbij gegaan aan de omstandigheden zoals aangevoerd door AVROTROS. Zo betrof het twee herhalingen van eerdere uitzendingen en had AVROTROS voorafgaand aan de eerste uitzendingen al de nodige voorzorgsmaatregelen getroffen door aanwezige merknamen onzichtbaar te maken. Daarbij komt dat de shirts tijdens de uitzending van 9 juni nog helemaal niet verkocht werden. AVROTROS kon dus redelijkerwijs niet weten dat de shirts door de presentator werden verkocht. Op het moment dat AVROTROS constateerde dat dit wel het geval was, tijdens de uitzending van 16 juni 2019, heeft zij diezelfde dag verzocht de shirts van de webshop te halen, wat ook is gebeurd. Bovendien ging het maar om een oplage van 15 shirts.

Het feit dat de shirts ten tijde van de eerste herhaling nog niet werden verkocht is door het CvdM als boeteverlagende omstandigheid meegewogen. De boete ligt er alsnog. Volgens het CvdM is AVROTROS nou eenmaal verantwoordelijk voor de inhoud van het programma.

Jinek

Dan de [beschikking voor KRO-NCRV rondom de live-talkshow Jinek](#). Tijdens de uitzending van 19 juli 2018 was Erland Galjaard te gast om te praten over zijn recente vertrek bij RTL. Gedurende het gesprek komen Jinek en Galjaard te spreken over zijn vrije tijd en wordt een filmpje getoond waarop Galjaard sportend te zien is. Na het filmpje vraagt Jinek wat hij precies aan het doen is en waarom. Daarop blijkt dat het gaat om een sportapparaat van het merk Disq, waarvan de vrouw van Galjaard het boegbeeld schijnt te zijn. Door het filmpje te tonen en daarover te praten is volgens het CvdM sprake van een aanprijzing en dus een uiting die vermeden had moeten worden. Boete: 20.000 euro, terwijl het maximum voor de boete 17.500 Euro bedraagt. Als boeteverhogende omstandigheid wordt meegewogen dat KRO-NCRV in 2017 ook al is gewaarschuwd in verband met een vermijdbare uiting.

Ook hier wordt – wat mij betreft – te gemakkelijk voorbij gegaan aan de bijzondere omstandigheden. Zo is door KRO-NCRV duidelijk naar voren gebracht dat zij niet op de hoogte was dat het een commercieel product betrof. Zij kende het product helemaal niet. Het filmpje was louter bedoeld om het leven na RTL met Galjaard te bespreken. Bovendien gaat het om een live-talkshow waarbij men redelijkerwijs niet in staat is om vooraf uitgebreid onderzoek te doen naar alle producten in het programma. Ook is Galjaard van tevoren geïnstrueerd dat hij geen producten of merken mocht noemen, zo stelt KRO-NCRV. Zodra duidelijk werd dat sprake was van een merkproduct heeft presentatrice Eva Jinek het onderwerp ook direct op een natuurlijke manier afgekapt.

KRO-NCRV wijst daarbij ook op een eerdere kwestie rondom WNL, waarbij een gast een dienst aanpreeft waarbij zij zelf zakelijk betrokken was. In dat geval is door het CvdM geen boete opgelegd omdat de presentator op adequate wijze had ingegrepen.

Het CvdM gaat niet mee met de argumenten van KRO-NCRV. Een en ander leidt ook niet tot een boeteverlagende omstandigheid. Volgens haar is het nou eenmaal de plicht van de redactie om na te gaan of het gebruikte filmpje wel of geen commercieel product of merk bevatte. Bovendien is met het tonen ervan het risico aanvaard dat Galjaard over het product zou gaan uitwijden. Bij de kwestie rondom WNL was de situatie anders omdat het initiatief geheel bij de gast zelf lag. Hierover valt wat mij betreft te twisten.

Mediawet en nevenfuncties

Naast regels over vermijdbare uitingen bepaalt de Mediawet ook dat presentatoren van programma's op de publieke omroep geen nevenfunctie mogen vervullen die leidt tot belangenverstrengeling of dienstbaarheid aan het maken van winst door een derde.

Nevenfunctie Yvon Jaspers

In september 2018 werd door Trouw de onafhankelijkheid van Yvon Jaspers in twijfel getrokken omdat zij in de 'pro boer' imagocampagne van veevoederbedrijf ForFarmers zichtbaar was in een setting die wel erg leek op die van Boer Zoekt Vrouw en Onze Boerderij (zie <https://www.trouw.nl/home/hoe-onafhankelijk-is-yvon-jaspers--~a2edb5dd/>).

Hierop heeft het CvdM een onderzoek ingesteld naar de nevenfunctie en is tot [de conclusie](#) gekomen dat geen sprake is van (sluik)reclame, sponsoring of dienstbaarheid. Evenmin is belangenverstremgeling vastgesteld. Deze conclusie is getrokken na een uitvoerige analyse van onder meer de contracten en andere afspraken tussen de KRO-NCRV, de producent, Jaspers en het bedrijf ForFarmers.

Het CvdM heeft wel haar best gedaan om alsnog een signaal af te kunnen geven. Het CvdM schaarst een en ander onder het algemene artikel 2:178 Mediawet dat ziet op de deugdelijkheid van bedrijfsprocessen bij publieke omroepen. KRO-NCRV zou onvoldoende zorgvuldig zijn geweest bij het beoordelen van de nevenfunctie van Jaspers. Daarnaast zou KRO-NCRV niet transparant zijn over de overwegingen op grond waarvan de nevenfunctie is goedgekeurd. Het CvdM dwingt de KRO-NCRV dit alsnog kenbaar te maken. Daarmee wordt als het ware een soort 'Yvon Jaspers-protocol' geïntroduceerd. Mocht de KRO-NCRV dit niet uitvoeren, dan volgt alsnog een boete.

In deze [beleidsregels rondom governance](#), waarnaar het CvdM verwijst, is echter opgenomen dat het bestuur wordt geacht zich te buigen over de vraag welke regels van toepassing zijn, om te toetsen of daaraan wordt voldaan en zo nodig beheersingsmaatregelen te treffen. Nu de contracten en verdere afspraken tussen betrokken partijen in orde bevonden zijn, heeft het bestuur dus eigenlijk juist gehandeld. Waarom de bedrijfsprocessen van KRO-NCRV niet zouden functioneren en niet in lijn zouden zijn met de daarvoor geldende (beleids)regels zie ik niet. Zij hebben de afspraken immers zodanig in weten te kleden dat geen sprake was van een sanctioneerbare overtreding van de Mediawet.

ForFarmers heeft inmiddels ook eenzijdig de contracten met Jaspers beëindigd. Het is natuurlijk zuur dat Jaspers op deze manier geen gebruik kan maken van haar verzilverbare populariteit door mee te werken aan een imagocampagne. Immers de programma's Boer Zoekt Vrouw en Onze Boerderij zijn in de kern ook bedoeld om het imago van boer wat op te krikken. De onafhankelijkheid van de publieke omroep is in dit geval ook helemaal (nog) niet in gevaar. Het lijkt er sterk op dat de media-aandacht voor de nevenfunctie vooral de doorslag heeft gegeven bij het CvdM.

Welke conclusie kunnen we hieruit trekken?

Voorgaande kwesties bevestigen dat het CvdM (nog steeds) een strenge koers vaart.¹ Het is de vraag hoeveel boetes er de komende tijd nog gaan volgen. Voor de verhouding tussen de omroepen en het CvdM zou het wellicht beter zijn om duidelijkere regels op te stellen en meer/vaker in gesprek te gaan met de publieke omroepen dan om steeds maar weer hoge boetes op te leggen.

Hanneke van Lith

¹ Zie ook de opinie van Bertil van Kaam 'Het nieuwe harde beleid van het Commissariaat voor de Media' in Mediaforum 2015-4: https://www.van-kaam.nl/uploaded_files/inlineitem/MF_art_4-2015-2_B.vanKaam.pdf.