



In kinderprogramma's zoals Sesamstraat mag nu nog geen reclame komen voor bepaalde merken speelgoed of luiers. In gewone televisieprogramma's mag dat over een paar jaar wel, is het voorstel van de Europese Commissie. (Foto Dijkstra)

‘Je kan de tv niet dichtplakken’

Europese Commissie wil ‘lichte’ toezicht op internet-tv

De regels voor reclame op televisie worden soepeler, zo wil de Europese Commissie. Maar Brussel gaat het toezicht wel uitbreiden met ‘lichte’ regels voor internet-programma's.

Door onze redacteur
REMMELT OTTEN

ROTTERDAM, 14 DEC. In de televisieserie *Baantjer* rijdt inspecteur De Cock in een Lancia Lybra door Amsterdam. Zijn collega's drinken op het bureau Nespresso uit de automaat of Yakult uit een flesje. Het zijn voorbeelden van tv-reclame buiten de duidelijk herkenbare reclameblokken. Juist omdat tv-kijkers tijdens die reclameblokken koffie gaan zetten of zappen én omdat de kijker straks met een digitale videorecorder de reclameblokken heel makkelijk kan overslaan, willen adverteerders graag een rol spelen in het programma zelf. En zeker in *Baantjer*, een kijkcijferhit met ruim twee miljoen kijkers.

De tv-zender RTL4 kan dergelijke *non-spot-advertising* ofwel *product placement* al aan zijn adverteerders verkopen omdat het officieel een Luxemburgse zender is en de reclameregels daar soepeler zijn dan in Nederland. De concurrenten SBS (SBS6, Net5 en Veronica) en Talpa mogen dat nog niet – totdat de Nederlandse wetgeving is aangepast, zoals de Tweede Kamer gisteren heeft opgedragen aan het kabinet.

Om dit soort ongelijke regels van lidstaten voortaan te voorkomen, heeft de Europese

Commissie gisteren een voorstel gedaan voor nieuwe regels die voor heel Europa gaan gelden. Het is een aanpassing van de richtlijn ‘Televisie zonder grenzen’ die dateert uit 1989 en in 1997 een keer is aangepast. In de praktijk zullen deze nieuwe regels in Nederland pas gaan gelden in 2008 of 2009, nadat het Europees Parlement en de lidstaten hun oordeel hebben gegeven en de richtlijn vervolgens is overgenomen in Nederlandse wetgeving.

De Commissie, in dit geval de Luxemburgse Europees commissaris Viviane Reding, wil in ieder geval de reclameregels voor heel Europa gelijk trekken. Producten mogen best een rol spelen in tv-programma's, vindt Reding, want dat kan ook in Amerikaanse programma's waarmee de Europese tv-makers moeten concurreren. Er komen wel beperkingen: de kijker moet vooraf te horen krijgen welke adverteerders er meedoen. En het mag niet in uitzendingen met nieuws én niet in kinderprogramma's. Ook wil Reding tv-zenders meer vrijheid geven wat betreft de frequentie van reclameblokken.

„Wij zijn blij met die voorstellen”, zegt een woordvoerder van het Nederlandse SBS. „Wij mogen nu minder dan RTL, en dit is een steuntje in de rug om ons een gelijke positie te geven.” SBS verwacht in de toekomst op een creatievere manier reclame te kunnen maken. „We willen voor adverteerders al onze media, ook de bladen en internet, in een totaalconcept aanbieden. Dat kan tv interessanter maken.”

Toch zal *product placement* geen grote verschuivingen opleveren van de reclamebestedingen, verwacht SBS. „Je kan een programma niet

dichtplakken met producten – het eerste doel is toch de kijker te boeien en gelukkig te houden.” Commissaris Reding verwees gisteren naar de Verenigde Staten, waar product placement goed is voor 1,7 procent van de bestedingen aan tv-reclame. Vertaald naar de Nederlandse markt gaat het dan om 10 tot 12 miljoen euro.

De meeste discussie is de komende jaren te verwachten over een ander onderdeel van het voorstel van Reding. Ze wil ook een deel van het internet onder de nationale mediatoezichthouders brengen. Nu is het in Nederland nog zo dat de programma's die SBS op televisie uitzendt onder de mediawet en het Commissariaat van de Media vallen. Maar dezelfde programma's vallen daar niet onder als ze worden uitgezonden via een internet-televisiekanaal. Internet wordt inhoudelijk nog niet gereguleerd.

Om daar een einde aan te maken, wil de Commissie een ‘lichte’ toets – een soort verplichte zelfregulering – gaan hanteren voor programma's die via internet op pc's of mobiele telefoons te zien zijn. De Commissie zoekt daarbij naar een balans tussen het recht op vrijheid van meningsuiting aan de ene kant en onder meer de bescherming van kinderen aan de andere kant. Omdat gedetailleerde regels technisch toch vrijwel onuitvoerbaar zouden zijn, wil Europa de regulering zoveel mogelijk beperken tot algemene, kwalitatieve voorwaarden en toetsing achteraf. „Weblogs gaan er niet onder vallen”, zei Reding gisteren. Maar de discussie met de lidstaten en belanghebbenden als telecombedrijven en internetaanbieders, zal gaan over wat er dan wél onder valt.