

Onderscheid reclame – redactionele inhoud



Het Mediadecreet bepaalt dat televisiereclame en redactionele inhoud duidelijk herkenbaar moeten zijn en moeten kunnen worden onderscheiden van elkaar. Omdat uit de monitoring van de televisieprogramma's bleek dat steeds meer gebruik werd gemaakt van zeer korte bumpers (in sommige gevallen werd vastgesteld dat de duurtijd van de gebruikte bumpers beperkt was tot slechts één seconde, of zelfs minder) en hierdoor de door het Mediadecreet voorgeschreven scheiding tussen reclame en redactionele inhoud ernstig in het gedrang komt, is de VRM met de omroeporganisaties in overleg getreden over de scheiding tussen reclame en redactionele inhoud.

De algemene kamer van de VRM heeft op 23 februari 2015 het volgende beslist omtrent de **afscheiding tussen reclame en redactionele inhoud**:

DE BEGINBUMPER:

- Men kan van een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud spreken wanneer de beginbumper minstens 5 seconden beeldvullend wordt getoond.
- Afwijkend hiervan is ook sprake van een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud wanneer de beginbumper minstens 2 seconden beeldvullend wordt getoond en op de beginbumper het woord 'RECLAME' vermeld wordt in een grootte die voor de doorsnee kijker gemakkelijk leesbaar is.
- Beeldvullend tonen houdt in dat het gehele scherm wordt gevuld, zonder in deze 5 of 2 seconden gebruik te maken van 'wipes'.
- Er is geen duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud wanneer de beginbumper is verwerkt in de redactionele inhoud of in een reclamespot of wanneer de beginbumper een sponsoringboodschap bevat.

DE EINDBUMPER

- Men kan van een duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud spreken wanneer de eindbumper minstens 2 seconden beeldvullend wordt getoond.

- Beeldvullend tonen houdt in dat het gehele scherm wordt gevuld, zonder in deze 2 seconden gebruik te maken van 'wipes'.
- Het is niet noodzakelijk dat het woord 'RECLAME' op de eindbumper wordt vermeld.
- Er is geen duidelijk herkenbare afbakening van reclame en redactionele inhoud wanneer de eindbumper is verwerkt in een reclamespot of in de redactionele inhoud of wanneer de eindbumper een sponsoringboodschap bevat.

