

# VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA

---

Onafhankelijk toezichthouder voor  
de Vlaamse audiovisuele media

ALGEMENE KAMER

ZAAK VAN VRM t. NV SBS BELGIUM

(dossier nr. 2022/553)

BESLISSING nr. 2022/035

24 oktober 2022



## In de zaak van VRM tegen nv SBS Belgium,

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

Dhr C. ADAMS, *voorzitter*,  
Dhr P. SOURBRON, *ondervoorzitter*,  
Dhr R. LANNOO,  
Mevr P. VALCKE,  
Mevr K. VAN DER PERRE, *leden*,

en Dhr D. PEEREMAN, *griffier*,

Na beraadslaging op 24 oktober 2022,  
Neemt op dezelfde datum de volgende beslissing:

### PROCEDURE

1. De onderzoeksceel van de Vlaamse Regulator voor de Media (hierna: de VRM) heeft de lineaire uitzendingen van de Vlaamse docureeks 'Topmakelaars' aan een onderzoek onderworpen. De zes afleveringen werden uitgezonden op 2, 9, 16, 23 en 30 juni en 7 juli 2022, via het omroepprogramma Play4 van nv SBS Belgium.

Het onderzoek werd ingesteld naar aanleiding van indicaties dat commerciële communicatie ten behoeve van een sponsor in het programma zelf werd opgenomen.

2. Op 20 september 2022 legt de onderzoeksceel 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 26 september 2022 beslist de algemene kamer van de VRM om, op basis van het onderzoeksrapport, nv SBS Belgium, met maatschappelijke zetel Harenssesteenweg 224 te 1800 Vilvoorde, in een procedure op tegenspraak te betrekken.
4. Deze beslissing om een procedure op tegenspraak te starten, wordt samen met het onderzoeksrapport bij aangetekende brief van 29 september 2022 aan nv SBS Belgium meegedeeld. Zij krijgt de mogelijkheid om binnen de vijftien dagen hierover schriftelijke opmerkingen aan de VRM te bezorgen.

De VRM vraagt hierbij of nv SBS Belgium akkoord kan gaan met een volledig schriftelijke behandeling van de zaak, zonder hoorzitting. Zij krijgt in dat geval de mogelijkheid om nog een bijkomende nota in te dienen, ter

vervanging van de mondelinge toelichting.

5. Op 20 oktober 2022 bezorgt nv SBS Belgium schriftelijke opmerkingen aan de VRM. 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 24 oktober 2022 op basis van de schriftelijke stukken.

## DE FEITEN

7. De onderzoeksceel heeft de lineaire uitzendingen onderzocht van de zes afleveringen van 'Topmakelaars' (gemaakt door Hotel Hungaria), die werden uitgezonden op 2, 9, 16, 23 en 30 juni en 7 juli 2022, via Play4 van nv SBS Belgium.
8. De onderzoeksceel stelt vast dat deze uitzendingen worden gekenmerkt als gesponsord door 'ERA' (een samenwerkingsverband van makelaars in residentieel vastgoed, nv ERA Belgium – Electronic Realty Associates). Dit gebeurt door het tonen van een sponsorboodschap bij elke lineaire aflevering én door de visuele vermelding aan het einde van elke aflevering: 'MET DANK AAN ERA'. Bij elke aflevering wordt ook de aanwezigheid van productplaatsing aangegeven door het gebruik van het logo voor productplaatsing.

Bij elke aflevering wordt een sponsorboodschap (SB) voor ERA getoond. Er zijn vier verschillende sponsorboodschappen. In twee versies (SB1 en SB2), is een makelaar van het programma 'Topmakelaars' te zien, Béa Vandendael, ook gekend van het programma 'Blind Gekocht' op Play4 van nv SBS Belgium. In de vierde versie (SB4) worden alle makelaars van het programma 'Topmakelaars' getoond.

- De eerste sponsorboodschap (SB1) toont een koppel dat een huis komt bezoeken op een open huizendag van ERA. Makelaar Béa Vandendael overhandigt het koppel een informatiemap. De sponsorboodschap wordt auditief begeleid: *"Blind kopen? Niet nodig, je kan heel wat woningen bezoeken op de ERA open huizendag. Zo gevonden. Era.be"*. Aan het einde van de sponsorvermelding verschijnt centraal in beeld de tekst 'zo gevonden. Era.be' en vervolgens het logo ERA-real estate;
- De tweede sponsorboodschap (SB2) toont een geblinddoekt koppel dat naast elkaar staat. Makelaar Béa verwijdert de blinddoek bij het koppel en zij blijken voor een ERA-vastgoedkantoor te staan. De sponsorboodschap wordt auditief begeleid: *"Ook voor jouw droomwoning kan je blind vertrouwen op Bea en haar collega's. Zo gevonden. Era.be"*. Visueel staat op de voorlaatste pancarte de tekst: 'zo

gevonden. Era.be'. De sponsorboodschap eindigt met het logo van ERA-real estate;

- De derde sponsorboodschap (SB3) toont een ERA-makelaar die naast een uithangbord met het logo van ERA-real estate staat. Hij vervangt het kleine bijbord van 'te koop' met een bord 'verkocht'. De boodschap wordt auditief begeleid: *"Blind verkopen? Niet nodig, bij ERA vind je snel een koper. Zo gevonden. Era.be"*. Visueel staat op de voorlaatste pancarte de tekst: 'zo gevonden. Era.be'. De sponsorboodschap eindigt met het logo van ERA-real estate;
- De vierde sponsorboodschap (SB4) toont alle makelaars die deelnemen aan het programma 'Topmakelaars' op een voetbalveld. Een voice-over zegt: *"Zit er een topmakelaar in jou? Er is nog plaats op onze tribune."* Visueel eindigt de sponsorboodschap opnieuw met de tekst 'zo gevonden. Era.be' en met het logo van ERA-real estate.

Bij elke aflevering wordt een versie van deze sponsorboodschappen voor ERA uitgezonden.

9. Volgens de onderzoeksceel is er dus duidelijk sprake van een structurele sponsoringovereenkomst met ERA bij het programma 'Topmakelaars'.

Op de website van ERA (<https://www.era.be/nl>) wordt het programma 'Topmakelaars' zeer duidelijk in de verf gezet.<sup>1</sup> Alle makelaars van het programma worden centraal afgebeeld op de startpagina van de ERA-website. Een begeleidende tekst wijst op alle informatie die in de reeks te vinden is (*"Wat doet een makelaar precies? Hoe sluit je de perfecte deal?"*) en op de professionaliteit van de makelaars in de reeks (*"Leer stuk voor stuk deze vedetten binnen hun vakgebied kennen"*).

10. De onderzoeksceel stelt bij het analyseren van de inhoud van de zes afleveringen (elk met een duurtijd van ongeveer 45 tot 50 minuten) vast dat de tien makelaars die gevolgd worden in het programma 'Topmakelaars' uitsluitend makelaars van vastgoedkantoor ERA zijn.

De werkwijze van ERA-makelaars wordt uitgebreid belicht en besproken. Ook verschillende diensten en verkoop-opties, waaronder de 'open huizendag', worden uitvoerig in beeld gebracht. Verder krijgen de makelaars heel wat spreekruimte om hun diensten verder toe te lichten. Het logo van ERA komt in alle afleveringen in beeld. Er wordt gefilmd in en rond de kantoorgebouwen waardoor ERA-logo's in beeld komen. Ook de ERA-logo's op de bedrijfswagens, verhuishagens, aanplakborden, vlaggen, laptops, kledij en contractmappen komen in beeld. Daarnaast bevatten de afleveringen ook enkele fragmenten waarin louter het persoonlijke leven van de makelaars in beeld wordt gebracht.

- Tijdens de uitzending van aflevering 1 op donderdag 2 juni 2022 komen

---

<sup>1</sup> Website ERA op 10 juni 2022.

volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Enkele makelaars worden aan de kijker voorgesteld en gaan op klantenbezoek (inkooporders, opvolging verkopen, ...). Deze fragmenten worden afgewisseld met toelichtingen en commentaren van de makelaars zelf. Het logo van ERA is bijvoorbeeld goed te zien wanneer makelaar Béa een sticker met de tekst 'VERKOCHT' op een uithangbord van ERA kleeft en wanneer de bedrijfswagens van ERA in beeld komen.

- Tijdens de uitzending van aflevering 2 op donderdag 9 juni 2022 komen volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Op een 'open huizendag' is het logo van ERA goed te zien op de vlaggen en op de kledij van enkele makelaars. Het concept van een 'open huizendag' wordt toegelicht. Verder is er een fragment waarbij makelaar Béa Vandendael deelneemt aan de opnames van het programma 'Blind Gekocht'. Er wordt een bezoek voor waardebeoordeling aan een eigenaar getoond dat leidt tot een inkooporder aan de kust. Een verkoopdag onder gesloten enveloppe in Antwerpen-Berchem wordt in beeld gebracht waarbij infomappen met ERA-logo duidelijk zichtbaar zijn. De jaarlijkse ERA Award-show van de vastgoedgroep wordt uitvoerig in beeld gebracht. De beste makelaars worden bekroond en ERA wordt zowel visueel als auditief verschillende keren vermeld.

- Tijdens de uitzending van aflevering 3 op donderdag 16 juni 2022 komen volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Een investeerder krijgt verschillende koopopties aangeboden door vastgoedmakelaars van ERA. In een volgend fragment komt het verloop van een schattingsverslag en een inkoopgesprek aan bod waarbij het ERA-logo in beeld komt op de bedrijfswagen, de laptop en de kledij van de makelaar. De CEO van ERA geeft een gastcollege aan de studenten vastgoedmarketing. Een ERA-makelaar geeft een rondleiding in een pand aan potentiële kopers. Een ERA-makelaar zoekt een woning voor expats. In een ERA-kantoor wordt tussen de collega's een 'Team Tuesday' gehouden: ERA-makelaars telefoneren een hele avond om zoveel mogelijk inkoopafspraken te maken. Een ERA-makelaar gaat op zoek naar een huurwoning voor eigen privégebruik waarbij haar bedrijfswagen met duidelijk zichtbaar ERA-logo in beeld komt. Er wordt een kijkdag voor een pand georganiseerd waar weinig bezoek op afkomt, maar wel een succesvolle verkoop tot gevolg heeft.

- Tijdens de uitzending van aflevering 4 op donderdag 23 juni 2022 komen volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten

die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Een ERA-makelaar gaat op gesprek bij een kandidaat-verkoper die een nieuwe makelaar zoekt. De ERA-makelaar legt uit hoe zij te werk zullen gaan, wat er belangrijk is in dit proces en laat vertrouwen groeien in een succesvoller resultaat via ERA. ERA-makelaar deelt flyers uit in de buurt. Er wordt opnieuw een expat-opdracht en een kijkafspraak in beeld gebracht. In een volgend fragment wordt getoond hoe de opname van een promo-video voor ERA in zijn werk gaat, waarbij ERA niet alleen duidelijk visueel in beeld komt maar ook op promotionele wijze auditief vermeld wordt.

- Tijdens de uitzending van aflevering 5 op donderdag 30 juni 2022 komen volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Er wordt een gesprek gevoerd met een kandidaat-verkoper waarbij de verschillende aspecten van een discrete verkoop besproken worden. Een huisbezoek waarbij een prijs voor het pand wordt bepaald, leidt tot een succesvol inkooporder. Een leegstaande woning wordt ingekleed door een ERA-makelaar om ze aantrekkelijker te maken voor potentiële kopers. Bij een waardebeoordeling van een pand geeft een ERA-makelaar uitleg aan de eigenaars rond hoe het er allemaal aan toe gaat met een succesvol inkooporder tot gevolg.

- Tijdens de uitzending van aflevering 6 op donderdag 7 juli 2022 komen volgende fragmenten voor waarin de makelaars en de diensten die zij leveren voor het vastgoedbedrijf ERA positief belicht worden.

Inhoud: Een ERA-lanceerevent voor een groot nieuwbouwproject van promotor 'Yxilon' in Stekene wordt in beeld gebracht. De ERA-makelaar geeft uitleg over het project aan kandidaat-kopers. Er wordt een rondleiding gegeven in een pand aan potentiële kopers met een onmiddellijke verkoop tot gevolg. Een gesprek tussen een ERA-makelaar en een eigenaar die zijn pand wenst te verkopen leidt tot een inkooporder. ERA-makelaars gaan op teambuildingreis naar Lapland, waarbij de nadruk ligt op de aangename werksfeer. De opening van een nieuw ERA-vastgoedkantoor wordt in beeld gebracht waarbij het ERA-logo goed te zien is op vlaggen en borden.

11. De onderzoekscel is van oordeel dat de integratie binnen het programma van de makelaars van vastgoedkantoor ERA niet toevallig is. Makelaars van een ander vastgoedbedrijf worden niet gevolgd. Er is volgens de onderzoekscel sprake van een duidelijk bewust gemaakte keuze om enkel ERA-makelaars te volgen en niet van een toevallige samenloop van omstandigheden waaruit zou blijken dat alle topmakelaars ook ERA-makelaars zijn.

De onderzoeksceel verwijst hierbij naar een verklaring van de omroeporganisatie in het Nieuwsblad: *“We wilden graag verderbouwen op wat Béa ons liet zien in Blind gekocht en gaan dus dieper in op hoe zij samen met haar collega’s haar job beleeft en doet”* (Nieuwsblad, 2 juni 2022).

De exclusieve aanwezigheid van de programmasponsor ERA binnen het programma is volgens de onderzoeksceel dus onmiskenbaar het gevolg van een bewuste redactionele keuze waarbij rekening werd gehouden met het bestaan van een belangrijke sponsorovereenkomst. Er is dan ook sprake van een duidelijke en verregaande beïnvloeding van de inhoud van een programma door een sponsor waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast.

Af en toe betreffen de verhaallijnen in kwestie ook de minder succesvolle momenten (bv. een bezoekdag waar zeer weinig bezoek komt, een gesprek dat toch niet tot een verkoop leidt, kritiek op het systeem om snel een bod uit te brengen, het niet behalen van een inkooporder etc.) in het professionele leven en ook in het privéleven van de ERA-makelaars. In aflevering 3 wordt één ander vastgoedkantoor ‘IMMO JET’, gedurende enkele seconden in beeld gebracht, omdat een ERA-makelaar een appartement wil huren voor privégebruik. Dit doet volgens de onderzoeksceel echter geen afbreuk aan het feit dat de sponsor ERA veel aandacht en bekendheid verkrijgt door zijn exclusieve aanwezigheid in het programma. Het format werd uitgewerkt rond makelaars van één vastgoedkantoor, de programma-sponsor ERA.

Volgens de onderzoeksceel maakt de inhoud van elke aflevering vastgoedkantoor ERA zeer aantrekkelijk voor eigenaars die hun huis willen verkopen en op zoek zijn naar een makelaar (voordelen van werken met een ERA-makelaar worden opgesomd, uitleg rond verschillende verkoopopties bij ERA, *“wij zijn de beste”*, ..), voor personen die op zoek zijn naar een huis (betrouwbaar, professioneel, eerlijke prijs, uitleg rond de biedingsprocedures bij ERA, ...) én voor personen die graag een job in de vastgoedsector willen (leuke teamsfeer, teambuildingreizen, award shows, doorgroeimogelijkheden, ...). Deze drie doelgroepen (verkopers, kopers en potentiële werknemers) worden ook aangesproken in de sponsorboodschappen die bij de afleveringen worden uitgezonden.

12. De onderzoeksceel meent dan ook dat bij ‘Topmakelaars’, een volledig structureel gesponsord programma, de sponsor in kwestie een duidelijke en verregaande beïnvloeding uitoefent op de programma-inhoud, waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast.

Bijgevolg begaat de omroeporganisatie volgens de onderzoeksceel een inbreuk op artikel 91, 1<sup>o</sup>, van het decreet van 27 maart 2009 betreffende



radio-omroep en televisie (hierna: het Mediadecreet).

De onderzoekscel wijst er nog op dat nv SBS Belgium bij VRM-beslissing nr. 2019/003 van 28 januari 2019 voor gelijkaardige feiten werd gesanctioneerd met een administratieve geldboete van 20.000 euro.

## TOEPASSELIJKE REGELS

13. Artikel 91, 1<sup>o</sup>, van het Mediadecreet stelt:

*“Gesponsorde omroepdiensten en programma’s moeten aan de volgende voorwaarden voldoen:*

*1<sup>o</sup> de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering, worden nooit dusdanig beïnvloed door de sponsor dat daardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast;”*

*[...]*

### A. Argumenten van nv SBS Belgium

14. Nv SBS Belgium voert in hoofdorde aan dat de inhoud van het programma ‘Topmakelaars’ niet werd beïnvloed door de sponsor op een wijze waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele autonomie van de omroeporganisatie zouden zijn aangetast. Ook de eigenlijke sponsorboodschappen (de billboards) zijn conform de bepalingen van het Mediadecreet, aldus nv SBS Belgium.

Zij geeft aan dat de vraag of de redactionele verantwoordelijkheid werd aangetast ook is gesteld, weliswaar in de context van productplaatsing, bij het bierprogramma ‘Tournée Générale’ dat op VRT werd uitgezonden. De VRM heeft toen aangegeven dat dit niet het geval was om volgende redenen: *“Door de betaling van geldsommen door brouwerijen wiens producten in de uitzendingen voorkomen, is er onrechtstreeks steeds sprake van een beïnvloeding van de inhoud van het programma. Dit volstaat volgens de VRM evenwel niet om een inbreuk vast te stellen vermits er sprake dient te zijn van een dusdanige beïnvloeding dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast.”*

De redenering van VRT met betrekking tot dat programma was onder meer als volgt: *“Productiehuis Sputnik TV heeft, na research en prospectie,*

*aan de Federatie van de Belgische Brouwers voorgelegd welke brouwerijen zij inhoudelijk interessant vonden voor hun programmaconcept. Die brouwerijen zijn in functie van een goed verhaal – bepaald door de programmamakers – en van het inhoudelijke totaalconcept (de Route van de Smaak) gekozen.”*

*“Kort samengevat bepaalde de redactie steeds de agenda. Zo was een grote brouwerij bijvoorbeeld vragende partij voor een item rond één van hun zwaardere bieren. De redactie heeft dit geweigerd en beslist om een item te maken rond een fruitbier van een andere, kleinere brouwerij, omdat dit een inhoudelijk relevant verhaal was in de aflevering over zuur versus zoet in de kriekbieren”.*

*“Ook met andere sponsorende bedrijven heeft de redactie altijd autonoom beslist over de verhaallijn, ook al hadden de brouwerijen in kwestie dat volgens de VRT soms liever anders gezien. Er zijn ook geïnteresseerde brouwerijen geweigerd omdat ze inhoudelijk niet interessant waren of omdat ze niet pasten in het concept van de Route van de Smaak of in het thema van een bepaalde aflevering.”*

*“Voor alle programma’s van de VRT geldt de redactionele autonomie”, zo stelt de VRT. Er is dus geen enkel programma waarvan de programma-inhoud bepaald wordt door de financieringen.”*

Nv SBS Belgium meent dat de redenering omtrent de redactionele onafhankelijkheid kan worden doorgetrokken naar huidige procedure.

15. Nv SBS Belgium geeft aan dat ‘Topmakelaars’ volledig onafhankelijk van de sponsor werd gerealiseerd en deze redactionele onafhankelijkheid gedurende de volledige looptijd van het productieproces aanwezig was, zowel bij de selectie van de makelaars als bij de bepaling van de eigenlijke inhoud. Zij voegt volgende verklaring van de producent toe: *“Binnen het ERA netwerk heeft productiehuis Hotel Hungaria volledig onafhankelijk van de sponsor het programma kunnen realiseren. We beschikten over de redactionele vrijheid om zowel de (10) makelaars te selecteren als om de volledige inhoud van het programma te bepalen. Onder geen beding werden we door ERA verplicht om bepaalde inhoudelijke keuzes te maken of makelaars in beeld (of net niet in beeld) te brengen.”*
16. De insteek van het programma was volgens nv SBS Belgium om een exclusieve inkijk te bieden in het reilen en zeilen van de makelaarswereld. In navolging van de populariteit van het format ‘Blind Gekocht’, eveneens te bekijken op Play4, heeft zij dit succes louter willen doortrekken naar de specifieke leefwereld van makelaars. Gelet op het feit dat Béa Vandendael – bekend van ‘Blind Gekocht’ – zeer goed werd ontvangen door de gemiddelde Vlaamse kijker, was zij hiervoor de geschikte persoon.

Het is net vanuit deze gedachte dat een samenwerking met ERA werd aangegaan, gelet op het feit dat Béa hier werkzaam is. Deze samenwerking was essentieel om het programma ‘Topmakelaars’ van een zekere exclusiviteit te kunnen voorzien, alsook om de kijker volledig te kunnen

meenemen in het verhaal van een topmakelaar, Béa.

Een nauwe samenwerking vormt immers een tool om het programma van enige authenticiteit te voorzien. Bovendien kan zo ook transparantie aan de dag worden gelegd, bijvoorbeeld over de manier van werken, de commissies, de diverse diensten die makelaars aanbieden, huisbezoeken, alsook de procedures tot aankoop/verkoop van een woning. De makelaars in kwestie wordt ook de ruimte gegeven om hun praktijkervaringen met de kijker te delen, meestal gepaard met een inkijk in hun persoonlijk leven.

De manier waarop dit verhaal gebracht werd, alsook de wijze van interactie tussen de collega's en potentiële klanten, berustte steeds op een zuivere redactionele keuze. Het tegendeel wordt ook niet op een objectieve wijze bewezen door de onderzoekscel.

Onder geen enkel beding werd de redactie verplicht om bepaalde inhoudelijke keuzes te maken of makelaars in beeld te brengen (of net niet in beeld) te brengen. Nv SBS Belgium wenst ten stelligste te benadrukken dat het werken met één specifiek immokantoor, alsook de hieraan verbonden makelaars, trouwens niet automatisch hoeft te betekenen dat ERA enige inspraak of invloed in de afleveringen zelf zou hebben gehad. ERA heeft namelijk in geen geval inspraak gehad in de verhaallijnen, het scenario en/of de dialogen. Dit blijkt ook uit het feit dat ook de negatieve en/of moeilijke aspecten in het makelaarsleven worden belicht. Er worden bovendien ook visuele vermeldingen gemaakt van concurrerende immokantoren, waaronder 'Cityplus', 'C&S Immo' en 'IMMO JET'.

17. Verder wenst nv SBS Belgium duiding te geven over de vermelde sponsorboodschappen, waarbij telkens aan het einde volgende tekst verschijnt: 'Zo gevonden. Era.be' en vervolgens het logo ERA-real estate.

Zij geeft aan dat het niet verboden is dat een sponsorvermelding promotionele elementen bevat en het in dit geval gaat over de baseline van de sponsor. De inhoud van de sponsorboodschap bevat in geen geval een aansporing om beroep te doen op de diensten van ERA. De boodschap is nauwkeurig afgelijnd en beperkt zich louter tot een imago-ondersteunende boodschap.

Nv SBS Belgium voert aan dat dus alleszins ook voldaan is aan de bepalingen van artikel 91, 2°, van het Mediadecreet.

18. Tot slot wenst nv SBS Belgium ook nog te wijzen op de naleving van de regels met betrekking tot productplaatsing uit artikel 100, 1° tot 4°, van het Mediadecreet.

De kijkers worden gewezen op de aanwezigheid van productplaatsing in het programma door het tonen van het PP-logo, er is geen sprake van enige redactionele inmenging noch een specifieke aanprijzing van

producten en/of diensten en evenmin van overmatige aandacht, aangezien de integratie van producten of diensten op een natuurlijke manier gebeurt. Bij een programma rond ERA-makelaars is het onvermijdelijk dat er visuele en soms auditieve verwijzingen gemaakt worden naar het logo en/of de diensten van het immokantoor. Een inkijk in de specifieke leefwereld van een makelaar, verbonden aan één specifiek immokantoor, betekent ook een zekere aandacht voor de producten en diensten die worden aangeboden.

19. In ondergeschikte orde vraagt nv SBS Belgium, indien de VRM beslist dat er desondanks een inbreuk is op artikel 91, 1<sup>o</sup>, van het Mediadecreet, dat er rekening wordt gehouden met verzachtende omstandigheden en het gegeven dat een voorgaande inbreuk dateert van 2019. Zij geeft in dat verband ook de kijkcijfers en de tarieven voor het programma 'Topmakelaars'.

## B. Beoordeling

20. Omroeporganisaties zijn in beginsel vrij in het uitzenden, opnemen, exploiteren en voeren van commerciële communicatie, hoewel hieraan ook voorwaarden zijn verbonden. Zij dienen zich bij het uitzenden van commerciële communicatie met name te houden aan de beperkingen en verplichtingen die zijn opgenomen in het Mediadecreet (artikel 48 van het Mediadecreet).

Dit geldt ook bij sponsoring, een specifieke vorm van commerciële communicatie (artikel 2, 41<sup>o</sup>, van het Mediadecreet), en het uitzenden van gesponsorde programma's, zoals in voorliggende procedure het geval is.

Eén van de voorwaarden waaraan gesponsorde omroepdiensten en programma's moeten voldoen is dat de inhoud en, in geval van lineaire uitzendingen, de programmering, nooit dusdanig mogen worden beïnvloed door de sponsor dat daardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie worden aangetast (artikel 91, 1<sup>o</sup>, van het Mediadecreet).<sup>2</sup>

Er is dus een evenwicht gezocht tussen het beginsel van de vrijheid van commerciële communicatie en de nood aan adequate bescherming van audiovisuele producties en het recht van het publiek op informatie, vrij van overmatige commerciële beïnvloeding.<sup>3</sup>

21. Uit de beelden en de vaststellingen van de onderzoeksceel blijkt dat het

---

<sup>2</sup> Zie ook VRM-beslissing nr. 2019/003 van 28 januari 2019 ('De Slimste Mens ter Wereld' en 'Hapkin') en VRM-beslissing nr. 2020/050 van 14 december 2020 ('Familie' en 'GAIA').

<sup>3</sup> J. KABEL, "Article 17 TWFD" in O. CASTENDYK, E. DOMMERING en A. SCHEUER (eds.), *European Media Law*, Alphen aan den Rijn, Kluwer Law International, 2008, p.622.

programma 'Topmakelaars', dat van 2 juni tot 7 juli 2022 telkens op donderdagavond via Play4 werd uitgezonden, een gesponsord programma is, met ERA als structurele sponsor. De kijkers worden daar ook op passende wijze op gewezen. Bij elke lineaire uitzending werd immers een sponsorboodschap voor ERA uitgezonden en de tekst 'MET DANK AAN ERA' getoond (overeenkomstig artikel 91, 3°, van het Mediadecreet).

22. Wat de inhoud van dit gesponsorde programma betreft, blijkt dat de tien 'makelaars' die in 'Topmakelaars' worden gevolgd allemaal uit het ERA-netwerk komen en het programma dan ook exclusief in het teken staat van ERA.

Volgens nv SBS Belgium is dit evenwel niet het gevolg van een beïnvloeding door de sponsor ERA, op een wijze waardoor haar verantwoordelijkheid en redactionele autonomie zou zijn aangetast in de zin van artikel 91, 1°, van het Mediadecreet. Nv SBS Belgium voert aan dat zij met het programma 'Topmakelaars' een exclusieve inkijk wilde bieden in het reilen en zeilen van de makelaarswereld. Omdat zij wilde dat Béa Vandendael, uit haar succesvolle programma 'Blind Gekocht', daarin een hoofdrol zou spelen, was het essentieel dat een samenwerking werd aangegaan met ERA, waar Béa Vandendael werkzaam is. De redactie zou evenwel nooit zijn verplicht om bepaalde inhoudelijke keuzes te maken of bepaalde makelaars wel of niet in beeld te brengen.

Nv SBS Belgium laat verder echter na om toe te lichten waarom het programma, vanuit een redactioneel oogpunt, exclusief om ERA-makelaars diende te draaien (naast Béa Vandendael) of om welke reden de programmamakers, vanuit het inhoudelijke concept van het programma, autonoom voor alleen maar ERA-makelaars zouden hebben gekozen. Zij brengt in dit verband enkel aan dat deze nauwe samenwerking het programma van enige authenticiteit en transparantie voorziet.

Er lijkt bijgevolg geen redelijke en objectieve inhoudelijke verantwoording te zijn om voor een docuserie over 'topmakelaars' alleen maar met ERA-makelaars te werken. Zonder zich hierbij in de plaats van de omroeporganisatie te willen stellen, acht de VRM het weinig waarschijnlijk dat dit het gevolg zou zijn van een onafhankelijke redactionele keuze en niet van een bewuste keuze in het licht van (het sluiten van) een belangrijke sponsorovereenkomst met ERA.

Uit het gegeven dat in het programma voortdurend en exclusief ERA-makelaars op een positieve wijze aan bod komen, kan dan ook niet anders dan worden afgeleid dat de overeenkomst met ERA, sponsor van het programma, de redactionele inhoud van het programma op dusdanige wijze heeft beïnvloed, dat de redactionele onafhankelijkheid daardoor is aangetast. Gezien het grote aantal vastgoedmakelaars in Vlaanderen zou het van een onwaarschijnlijke toevalligheid getuigen dat de tien meest interessante 'topmakelaars' allemaal binnen het sponsorende ERA netwerk

werkzaam zijn.<sup>4</sup> Dat bepaalde ‘topmakelaars’ uit het programma zelfs niet over een BIV-erkenning beschikken en dus eigenlijk geen vastgoedmakelaars zijn (of zouden mogen worden genoemd), lijkt dit alleen maar te bevestigen.<sup>5</sup>

23. Het argument van nv SBS Belgium dat ERA hoe dan ook onder geen beding bepaalde inhoudelijke keuzes heeft opgelegd of inspraak heeft gehad om bepaalde specifieke makelaars in beeld (of net niet in beeld) te brengen, kan de aantasting van de redactionele onafhankelijkheid en beïnvloeding van de inhoud van (het format van) het programma door een sponsor in een eerdere fase van het productieproces geenszins tenietdoen. De verklaring van de producent, die in dit verband door nv SBS Belgium wordt voorgelegd, over de onafhankelijke totstandkoming van het programma, bevestigt integendeel dat de redactionele vrijheid bij het maken van ‘Topmakelaars’ op voorhand was ingeperkt tot kiezen *“binnen het ERA netwerk”*.
24. Het feit dat doorheen de afleveringen van het programma ‘Topmakelaars’ hier en daar negatieve en/of moeilijke aspecten in het leven van de ERA-makelaars worden belicht en er ook enkele visuele vermeldingen zijn van concurrerende immokantoren, is evenmin van aard om te weerleggen dat bij het produceren en programmeren van ‘Topmakelaars’ de redactionele onafhankelijkheid van nv SBS Belgium werd aangetast ten gevolge van de sponsorovereenkomst met ERA. Uit de beelden en de vaststellingen blijkt immers duidelijk dat het programma hoe dan ook uitsluitend aan ERA-makelaars is opgehangen (en vermeldingen van concurrenten onbeduidend zijn) en vastgoedkantoor ERA in elke aflevering als zeer aantrekkelijk wordt voorgesteld (en het nu en dan tonen van minder succesvolle momenten dit algemene beeld nooit aantast).
25. Nv SBS Belgium laat ook na, hoewel zij daar uitdrukkelijk om werd verzocht bij de opstart van deze procedure, om andere mogelijk dienstige elementen of documenten voor te leggen, zoals de sponsorovereenkomst of productieovereenkomst, waaruit eventueel zou kunnen blijken dat haar redactionele onafhankelijkheid ten aanzien van de sponsor ERA toch was gewaarborgd (bv. doordat zij over de volledige redactionele vrijheid beschikte om zelf ‘topmakelaars’ in Vlaanderen te zoeken of zij de betreffende makelaars al had geselecteerd nog voor er sprake was van sponsoring door ERA).
26. De verwijzing ten slotte van nv SBS Belgium naar het VRT-programma ‘Tournée Générale’, en reacties van de VRM en VRT dat daar geen sprake zou zijn geweest van aantasting van de redactionele verantwoordelijkheid bij productplaatsing, doet geen afbreuk aan de vaststellingen in de

---

<sup>4</sup> Zo geeft het Beroepsinstituut van Vastgoedmakelaars (BIV) in haar jaarverslag 2021 aan dat er 6.324 Nederlandstalige vastgoedmakelaars actief waren in België in 2021. Zie <https://www.biv.be/jaarverslagen/2021/BIV-JAARVERSLAG-2021.pdf>, p. 8.

<sup>5</sup> Zie *“Wij zijn geen praatjesmakers”*, Het Laatste Nieuws, 18 juli 2022.

voorliggende zaak. Niet alleen verschillen de feiten op meerdere vlakken (een programma, zes afleveringen lang exclusief gewijd aan makelaars uit éénzelfde vastgoednetwerk, is niet vergelijkbaar met een bierprogramma waarin verscheidene biersoorten en brouwerijen aan bod komen), ook betrof het bij 'Tournée Générale' productplaatsing en geen sponsoring, zoals in de huidige zaak.

27. Voor zoveel als nodig merkt de VRM ook nog op dat het in dit geval niet de uitzending van sponsorboodschappen met een link naar het programma is waardoor de verantwoordelijkheid of de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie zouden zijn aangetast, maar wel het uitsluitend ophangen en volledig wijden van de inhoud van een programma aan een structurele sponsor.
28. Waar nv SBS Belgium nog aanvoert dat het werken met één specifiek immokantoor niet automatisch hoeft te betekenen dat er ook sprake was van ongepaste of overdreven beïnvloeding, wordt dergelijke beïnvloeding in voorliggend geval hoe dan ook op geen enkele manier overtuigend weerlegd door nv SBS Belgium.
29. Op basis van het voorgaande volgt dat er in de zes afleveringen van het programma 'Topmakelaars', uitgezonden op 2, 9, 16, 23 en 30 juni en 7 juli 2022 op Play4, sprake is van een duidelijke en verregaande beïnvloeding door de programmasponsor van de inhoud, waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de omroeporganisatie werden aangetast.

Bijgevolg heeft nv SBS Belgium de bepalingen van artikel 91, 1°, van het Mediadecreet geschonden.

30. Bij het bepalen van de sanctie kan de VRM enerzijds niet voorbijgaan aan de ernst van de inbreuk en aan het gegeven dat deze inbreuk plaats vond doorheen zes afleveringen (met telkens een duurtijd van ongeveer 45 minuten), bovendien in prime time, waardoor een groot aantal kijkers werd bereikt.

Anderzijds wordt rekening gehouden met het gegeven dat een voorgaande gelijkaardige inbreuk van nv SBS Belgium al dateert van 2019 (vastgesteld bij VRM-beslissing nr. 2019/003 van 28 januari 2019). Hoewel er volgens nv SBS Belgium sprake zou zijn van nog andere verzachtende omstandigheden, licht zij deze niet nader toe.

Een administratieve geldboete van 20.000 euro is, mede gelet op de gehanteerde tarieven voor de sponsoring van het programma, dan ook een gepaste sanctie.

**OM DEZE REDENEN, BESLIST DE VLAAMSE REGULATOR VOOR DE MEDIA**

In hoofde van nv SBS Belgium een inbreuk vast te stellen op artikel 91, 1°, van het Mediadecreet;

Overeenkomstig artikel 228, 4°, van het Mediadecreet nv SBS Belgium een administratieve geldboete van 20.000 euro op te leggen.

Aldus beslist te Brussel op 24 oktober 2022.

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.