

Reclame-uitingen II (NOS)

[◀Art. 52 Mediawet▶](#) [◀Mediawet Art. 52▶](#) [◀Sluikreclame▶](#)

AFDELING RECHTSPRAAK

Uitspraak in het geschil tussen:

de Nederlandse Omroepstichting (appellante), vertegenwoordigd door mr. E.J. Dommering, advocaat te ' s-Gravenhage en

het Commissariaat voor de Media te Hilversum (verweerder), vertegenwoordigd door mr. G.H.L. Weesing, advocaat te Amsterdam.

Bij besluit van 11 november 1988 heeft verweerder appellante een financiële sanctie in de zin van de artikelen 46 en 135 van de Mediawet opgelegd wegens overtreding van artikel 52 van de Mediawet. Het besluit is aan deze uitspraak gehecht.

Tegen dit besluit heeft appellante bij schrijven van 9 december 1988, ingekomen bij de Raad van State op dezelfde datum, beroep op grond van de Wet administratieve rechtspraak overheidsbeschikkingen ingesteld bij de Afdeling rechtspraak. Het beroepsschrift is aan deze uitspraak gehecht.

Tevens heeft appellante verzocht om een versnelde behandeling als bedoeld in artikel 117, eerste lid, van de Wet op de Raad van State.

Het beroepsschrift is met toepassing van artikel 11, eerste lid, van de Wet administratieve rechtspraak overheidsbeschikkingen aan de Minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur toegezonden met uitnodiging om binnen veertien dagen schriftelijk te verklaren of dit

beroepsschrift als bezwaarschrift zal worden behandeld en als zodanig in behandeling zal worden genomen.

Verweerder heeft naar aanleiding hiervan is medegedeeld dat aan die uitnodiging geen gevolg zal worden gegeven.

Het geschil is op 9 maart 1989 behandeld in een openbare vergadering van de Afdeling, waarin appellante en verweerder, bij monde van hun vertegenwoordigers, hun standpunten nader hebben uiteengezet.

In rechte:

Ten aanzien van het verzoek om versnelde behandeling:

Nu op grond van de stukken en het verhandelde ter zitting van voldoende spoedeisendheid is gebleken om versnelde behandeling te kunnen rechtvaardigen, terwijl een zodanige behandeling, in verhouding tot het daardoor te dienen belang, geen onevenredig nadeel met zich brengt, ziet de Afdeling geen aanleiding om alsnog toepassing te geven aan de artikelen 75, 76 en 77, eerste en tweede lid, van de Wet op de Raad van State.

Ten aanzien van het beroep:

Ingevolge artikel 1, eerste lid, aanhef en onder s, van de Mediawet worden onder reclame-uitingen verstaan reclameboodschappen en andere uitingen die onmiskenbaar ten gevolge hebben dat het publiek wordt bewogen tot het kopen van een bepaald produkt of het gebruik maken van een bepaalde dienstverlening, dan wel gunstig wordt gestemd ten aanzien van een

bepaald bedrijf, een bedrijfstak of een bepaalde instelling zodat de verkoop van produkten of de afname van diensten wordt bevorderd.

Artikel 52, eerste en tweede lid, van de Mediawet luiden als volgt:

1. De programma's en instellingen die zendtijd hebben verkregen voor binnenlandse omroep bevatten geen reclameboodschappen tenzij zulks bij deze wet uitdrukkelijk wordt toegestaan.

2. De programma's als bedoeld in het eerste lid bevatten voorts geen andere reclame-uitingen tenzij dit niet vermijdbaar is. Bij algemene maatregel van bestuur kan worden bepaald in welke gevallen een reclame-uiting in een programma niet vermijdbaar kan worden geacht, alsmede wanneer het is toegestaan dat programma's reclame-uitingen bevatten.

In artikel 26 van het Mediabesluit is bepaald dat in deze paragraaf wordt verstaan onder sportwedstrijd: een (voorbereiding op een) wedstrijd georganiseerd door of onder auspiciën van de door de Nederlandse Sportfederatie (NSF) erkende nationale sportorganisaties en hun geledingen, of door vergelijkbare internationale (overkoepelende) sportorganisaties, dan wel een andere (voorbereiding op een) wedstrijd van een sport die door de NSF als sport is aangemerkt.

Ingevolge artikel 27 van het Mediabesluit zijn niet vermijdbaar reclame-uitingen die behoren tot het normale straatbeeld en die zonder opzet en zonder nadruk gedurende enkele seconden in een programma-onderdeel voorkomen.

In artikel 28 van het Mediabesluit is het volgende bepaald:

1. Programma-onderdelen van informatieve of educatieve aard, mogen reclame-uitingen als bedoeld in het tweede lid bevatten, mits:

- a. deze in het programma-onderdeel zijn opgenomen in het kader van een evenwichtige registratie en presentatie, en
- b. in redelijke verhouding staan tot het met het programma-onderdeel beoogde niet-commerciële doel.

2. De in het eerste lid bedoelde reclame-uitingen zijn:

- a. het vermelden van merk- of handelsnamen van bepaalde goederen en diensten of van namen van bedrijven;
- b. het aankondigen en recenseren van boeken, grammofoonplaten, compact disks en soortgelijke culturele uitingen, alsmede van toneel-, muziek- en filmuitvoeringen en soortgelijke evenementen van kunstzinnige aard.

Arikel 30 van het Mediabesluit luidt als volgt:

1. In radio- of televisieprogramma-onderdelen zijn reclame-uitingen in de vorm van het vermelden van de naam van een bedrijf of instelling toegestaan, mits:

- a. de naam uitsluitend betrekking heeft op de benaming van een sportvereniging of sponwedstrijd;
- b. de naam niet met nadruk wordt vermeld; en
- c. de naamgeving, voor zover het de benaming van een Nederlandse sportvereniging betreft, is erkend door de desbetreffende bij de NSF aangesloten sportorganisatie.

2. Televisieprogramma-onderdelen bestaande uit reportages van sportwedstrijden mogen reclame-uitingen bevatten indien deze niet overheersend zijn.

3. Televisieprogramma-onderdelen bestaande uit reportages van sportwedstrijden die in het buitenland plaatsvinden, mogen in afwijking van het bepaalde in het tweede lid, overheersende reclame-uitingen bevatten, mits deze reclame-uitingen niet in het bijzonder op het Nederlands publiek zijn gericht.

In artikel 2.1.2, aanhef en onder F, van het 'Besluit reclame in uitzendingen van sportwedstrijden' — hierna aan te duiden als: het Besluit — is bepaald dat beeldreclame in de vorm van reclame-uitingen op borden in ieder geval als overheersend wordt aangemerkt indien deze uit meer bestaat dan, onderscheidenlijk niet overeenstemt met:

1. een rij reclameborden met een bordhoogte van maximaal 80 cm, parallel aan, met de reclame-uitingen gericht naar en geplaatst buiten het veld, de straat of het parcours aangebracht tot een hoogte van maximaal 1 m, gerekend vanaf het grondoppervlak tot de bovenrand;

2. alsmede daar waar de beeldachtergrond wordt gevormd door een tribune: een rij reclameborden met een bordhoogte van maximaal 80 cm, en met de reclame-uitingen gericht naar het veld, de straat of het parcours geplaatst op een afstand van ten minste 12 m achter, dan wel ten minste 5 m boven de onder 1 genoemde rij reclameborden.

In artikel 2.3.2, aanhef en onder d, van het Besluit is bepaald dat beeldreclame in de vorm van reclame-uitingen op boeien bij watersportevenementen in ieder geval als overheersend wordt aangemerkt, indien deze uit meer bestaat dan, onderscheidenlijk niet overeenstemt met, een reclame-uiting met een hoogte van maximaal 80 cm.

Ingevolge artikel 134, eerste lid, van de Mediawet is het Commissariaat voor de Media belast met het toezicht op de naleving van het bepaalde bij of krachtens de hoofdstukken IV-VII, hoofdstuk VIII, paragraaf 1, en hoofdstuk XI, van de Mediawet.

Artikel 52 van de Mediawet maakt deel uit van hoofdstuk IV.

In artikel 135 eerste lid, van de Mediawet is het volgende bepaald:

1. Het Commissariaat voor de Media kan een instelling die zendtijd heeft verkregen, onderscheidenlijk de beheerder van een draadomroepinrichting of de verzorger van een programma dat door middel van een draadomroepinrichting wordt uitgezonden, een administratieve boete opleggen:

- van ten hoogste *f* 200.000,- per overtreding, bij overtreding van het bepaalde in artikel 52, artikel 55, eerste lid, artikel 56, eerste artikel 71, eerste en derde lid, of artikel 72, tweede lid, en
- van ten hoogste *f* 50.000,- per overtreding, bij overtreding van enig ander bij of krachtens deze wet gesteld voorschrift.

Verweerder heeft zich in het bestreden besluit op het standpunt gesteld dat appellante het in artikel 52, tweede lid, van de Mediawet vervatte verbod heeft overtreden.

Allereerst leverde een overtreding op het op 14 mei 1988 in het programma-onderdeel 'Jeugdjournaal' veelvuldig noemen van de naam 'Center Parcs'.

In dit fragment wordt het bezoek aan bungalowparken en natuurcampings besproken en worden beide vormen van recreatie belicht aan de hand van een bungalowpark, respectievelijk een natuurcamping. Het bungalowpark, een of meer van de door 'Center Parcs' geëxploiteerde

bungalowparken, wordt zeer uitvoerig behandeld in verhouding tot de natuurcamping. Ook de naam van de exploitant van dit bungalowpark wordt veelvuldig genoemd, terwijl de naam van de natuurcamping slechts eenmaal, bovendien zeer onduidelijk wordt genoemd.

Daar niet onaannemelijk is dat de kijker door dit fragment ten aanzien van Center Parcs-bungalowparken positief is gestemd, is hier sprake van een overheersende reclame-uiting met een (bijzonder) wervend karakter en wel een die vermijdbaar was zonder het doel van het programma aan te tasten, zodat niet is voldaan aan de in artikel 28 van het Mediabeluit neergelegde voorwaarden, aldus verweerder.

Voorts leverde een overtreding op het — op 16 juli 1988 in het programma-onderdeel 'Klokhuis' — tonen van beelden waarin een meisje een tas vol Coca Cola flesjes op tafel zet en deze flesjes vervolgens leegdrinkt. Tegelijkertijd heeft een jongen geroepen om 'Wokkels', een door de firma Smith onder die merknaam op de markt gebracht zoutje.

Doordat de Coca Cola flesjes langdurig en nadrukkelijk in beeld kwamen en er ook werd gesproken over cola en wokkels is hier sprake van (duidelijk waarneembare en herkenbare) reclame-uitingen die geschikt waren om de kijker ten aanzien van deze artikelen positief te stemmen en derhalve een wervend karakter hadden en die vermijdbaar waren zonder het doel van het programma aan te tasten, zodat niet is voldaan aan de in artikel 28 van het Mediabeluit neergelegde voorwaarden, aldus verweerder.

Tevens leverde een overtreding op het — op 28 en 29 mei 1988 in het programma-onderdeel 'Studio Sport' — een aantal malen in beeld komen van en bij de finish van een wielerronde opgestelde reclame-uiting in de vorm van een fles met daarop de tekst 'Amstel Bier'. Nu deze fles — beschouwd als een reclamebord — hoger was dan op grond van artikel 2.1.2.

aanhef en onder F, van het Besluit is toegestaan en ook niet overeenkomstig deze bepaling was opgesteld, was er sprake van een reclame-uiting met een overheersend karakter die op grond van artikel 30, tweede lid, van het Mediabesluit niet is toegestaan, aldus verweerder.

Ten slotte leverde een overtreding op het op 28 mei 1988 bij het tonen van beelden van een zeilwedstrijd in het programma-onderdeel 'Studio Sport' — herhaaldelijk en opvallend in beeld komen van boeien met daarop 'Spa'. Daardoor was er sprake van voor het publiek duidelijk waarneembare reclame-uitingen die, daar deze geschikt waren om de kijker ten aanzien van dat bedrijf positief te stemmen, een wervend karakter hadden.

Naar de mening van verweerder is hier, gelet op het bepaalde in artikel 2.3.2, aanhef en onder d, van het Besluit, sprake van een reclame-uiting met een overheersend karakter, die op grond van anikel 30, tweede lid, van het Mediabesluit niet is toegestaan.

Met betrekking tot de stelling van appellante dat de toegepaste wettelijke voorschriften in strijd zijn met artikel 10 van het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden (EVRM) en artikel 19 van het Verdrag van New York tot bescherming van de Burgerlijke en Politieke Vrijheden (BuPo) overweegt de Afdeling dat, naar aanleiding van het door de Staat der Nederlanden bij het BuPo gemaakte voorbehoud met betrekking tot het in Nederland gehanteerde vergunningstelsel, voor de beoordeling van dit geval geen relevante verschillen bestaan in toetsing tussen beide genoemde artikelen.

In Haar uitspraak inzake no. R01.85.0331/Sp 44 van 1 juli 1985 (AB 1986/91) heeft de Afdeling ten aanzien van het antwoord op de vraag of artikel 11 van de toen geldende Omroepwet in strijd moest worden geacht met artikel 10 van het EVRM onder meer overwogen dat, ook indien zou moeten worden aangenomen dat onder het door deze bepaling beschermde recht

van vrijheid van meningsuiting mede is begrepen reclame voor diensten, bedrijven of producten, de zogenoemde handelsreclame, het onderhavige verbod met artikel 10, eerste lid, niet in strijd is. Immers, aldus genoemde uitspraak, de laatste volzin van de bepaling staat toe dat Staten radio- en televisie-ondernemingen aan een vergunningensysteem onderwerpen en dat de onderwerpelijke bepaling als een aan de vergunning verbonden voorwaarde moet worden beschouwd.

Niet is gebleken dat zich sedertdien ontwikkelingen hebben voorgedaan, met name door jurisprudentie van het Europese Hof voor de rechten van de mens, die nopen of aanleiding geven tot een ander oordeel.

Hiermede is evenwel niet gezegd dat de overheid te dezen een onbeperkte vrijheid toekomt, aangezien, gelet op de artikelen 14, 17 en 18 van het EVRM en de strekking van het verdrag, bij de hantering van een vergunningstelsel als hiervoor bedoeld geen willekeur, discriminatie, onnodige beperking of misbruik van bevoegdheid mag plaatsvinden, terwijl een en ander onderworpen dient te zijn aan het toezicht van een onafhankelijke rechter dan wel een administratieve beroepsinstantie. Het in geding zijnde stelsel van bepalingen voldoet naar het oordeel van de Afdeling aan deze voorwaarden.

Met betrekking tot de stelling van appellante dat de in dit geval van toepassing zijnde bepalingen in strijd zijn met de artikelen 14 van het EVRM en 26 van het BuPo, aangezien aan de in Nederland gevestigde omroepinstellingen en/of zendgemachtigden meer beperkingen worden opgelegd dan aan buiten Nederland gevestigde en in Nederland te ontvangen omroepinstellingen en/of zendgemachtigden overweegt de Afdeling dat van ongerechtvaardigde ongelijke behandeling geen sprake kan zijn, reeds omdat over de mate waarin buitenlandse

omroepinstellingen beperkingen worden opgelegd de Nederlandse wetgever geen zeggenschap heeft. Iedere omroepinstelling en/of zendgemachtigde is gebonden aan het wettelijk regime van het land waar deze omroepinstelling en/of zendgemachtigde is gevestigd. Ten aanzien van het hier te lande geldende regime kan niet worden staande gehouden dat, omdat het minder toelaat dan het regime van een ander land, het niet verenigbaar is met de artikelen 14 van het EVRM en 26 van het BuPo.

Voor zover appellante zich op het standpunt heeft gesteld dat de artikelen 27 tot en met 31 van het Mediabesluit in strijd zijn met artikel 7, tweede lid, van de Grondwet en de artikelen 48, 52, 134, tweede lid, van de Mediawet, zoals uiteengezet in de nadere memorie, omdat — aldus appellante — toepassing van deze bepalingen een toetsing van de inhoud van de programma's voorafgaand aan de uitzending met zich brengt, overweegt de Afdeling het volgende. Vooropgesteld zij dat artikel 7, tweede lid, van de Grondwet voorafgaand toezicht op de inhoud van een radio- of televisie-uitzending verbiedt. Niet valt in te zien dat de artikelen 27 tot en met 31 van het Mediabesluit, die aangeven in welke gevallen reclame-uitingen zijn toegestaan, een voorafgaand toezicht van overheidswege op de inhoud van programma's met zich moeten brengen.

Het toezicht op de naleving van deze voorschriften in samenhang met artikel 52 van de Mediawet vindt van overheidswege, zoals ook in dit geval geschied is, uitsluitend plaats nadat de uitzending heeft plaatsgehad. De omstandigheid dat de opgelegde sancties appellante niet onberoerd laten waar het de samenstelling van volgende programma's aangaat, geeft aan dat het uitgeoefende toezicht niet het karakter van voorafgaand toezicht is als bedoeld in artikel 7, tweede lid, van de Grondwet.

In artikel 52 van de Mediawet is bepaald dat bij algemene maatregel van bestuur kan worden geregeld in welke gevallen een reclame-uiting in een programma niet vermijdbaar kan worden geacht en het is toegestaan dat programma's reclame-uitingen bevatten. Aan de hier bedoelde uitwerking zijn geen nadere eisen gesteld. De Afdeling kan dan ook niet inzien dat de invulling die in artikel 27 van het Mediabesluit is vervat zich niet met artikel 52 van de Mediawet verdraagt. Of buiten artikel 27 van het Mediabesluit vallende reclame-uitingen als niet-vermijdbaar kunnen worden aangemerkt, kan hier buiten beschouwing blijven, nu door appellante niet is gesteld dal de beboete reclame-uiting als niet-vermijdbaar moet worden beschouwd. Evenmin kan worden erkend dat artikel 28 van het Mediabesluit in strijd is met artikel 52 van de Mediawet, gelet op de vrijheid die dit (laatstgenoemde) artikel laat bij het bepalen van toegelaten vermijdbare reclame-uitingen. Anders dan appellante meent de Afdeling dat artikel 52 van de Mediawet niet uitsluit dat daarbij onderscheid tussen programma-categorieën wordt gemaakt.

Gelet op het voorgaande moet verweerder, indien hij een sanctie oplegt, zoals hij in dit geval heeft gedaan, het bewijs leveren dat sprake is van een reclame-uiting die vermijdbaar is en niet voldoet aan de in de artikelen 28 en 30 van het Mediabesluit neergelegde voorwaarden.

Derhalve dient eerst te worden nagegaan of hier sprake is van een reclame-uiting als bedoeld in artikel 1, eerste lid, aanhef en onder s, van de Mediawet. Uit de geschiedenis van de totstandkoming van de Mediawet blijkt duidelijk dat de in deze bepaling bedoelde reclameboodschappen er op moeten zijn gericht om de aangeduide effecten teweeg te brengen.

De Afdeling is met verweerder van mening dat, gelet op deze geschiedenis, sprake moet zijn van een voor het gemiddelde publiek duidelijk waarneembare uiting op grond waarvan het in

staat is het desbetreffende produkt, de dienst of het bedrijf onloochenbaar te identificeren en die geschikt is om een positieve houding van het publiek ten opzichte van het produkt, de dienst of het bedrijf te bevorderen. Hieruit volgt dat verweerder aannemelijk moet maken dat aan de desbetreffende uitingen, in de context waarin deze voorkomen, een wervend en daardoor verkoopbevorderend effect is verbonden. Dat kan, zoals in het onderhavige geval, geschieden aan de hand van het verwijzen naar getoonde beelden, aangezien het als een feit van algemene bekendheid mag worden verondersteld dat het publiek wordt bewogen artikelen te kopen die worden getoond of waarvan de naam wordt genoemd in een televisie-uitzending en dat derhalve — anders dan appellante meent — niet van verweerder kan worden gevegd dat hij bewijst dat een verkoopbevorderend effect is opgetreden ten aanzien van het aldus onder de aandacht van het publiek gebrachte artikel.

Gezien de ter zitting getoonde beelden is voldoende aannemelijk geworden dat de hiervoor omschreven beelden met betrekking tot Coca Cola, Wokkels, Amstel bier en Spa, door de wijze waarop en de intensiteit waarmee die in de betrokken fragmenten zijn getoond, onmiskenbaar geschikt zijn om tot gevolg te hebben dat het publiek gunstig wordt gestemd ten opzichte van het desbetreffende produkt en/of bedrijf en dus doende een wervend en daardoor verkoopbevorderend karakter hebben.

Naar het oordeel van de Afdeling heeft verweerder zich terecht op het standpunt gesteld dat de programma-onderdelen 'Jeugdjournaal' en 'Klokhuis', welke thans onder meer onderwerp van geschil zijn, programma-onderdelen zijn als bedoeld in artikel 28 van het Mediabesluit. Gezien de ter zitting getoonde fragmenten van deze programma-onderdelen heeft verweerder zich evenzeer terecht op het standpunt gesteld dat de betrokken reclame-uiting niet in redelijke verhouding staat tot het met het programma-onderdeel beoogde niet-commerciële

doel als genoemd in artikel 28, eerste lid, aanhef en onder b, van het Mediabesluit.

Naar het oordeel van de Afdeling heeft verweerder in het licht van de bij de paragraaf Reclame-uitingen behorende toelichting kunnen volstaan met het in ogenschouw nemen van de gewraakte programma-onderdelen. In het ene geval strekte het ertoe informatie te verschaffen over twee vormen van recreatie — een bungalowpark en een natuurcamping — door die naast elkaar te zetten, en is voldoende de overweging van verweerder dat het veelvuldig noemen van de naam 'Center Parcs' en het langdurig in beeld komen van de verschillende attracties van een of meer van de door 'Center Parcs' geëxploiteerde bungalowparken het doel van deze uitzending te buiten ging.

In het andere geval strekte het programma-onderdeel ertoe de verslaving van kinderen aan zogenoemd junk-food en frisdranken aan de kaak te stellen en heeft verweerder kunnen volstaan met de overweging dat het langdurig en nadrukkelijk in beeld komen van die uiting en het noemen daarvan — een tas vol Coca Cola flesjes wordt op tafel gezet waarna de flesjes worden leeggedronken en waarbij de flesjes met merknaam nadrukkelijk en langdurig in beeld zijn terwijl meermalen om 'Wokkels' wordt geroepen — het doel van deze uitzending te buiten ging.

Met betrekking tot de stelling van appellante dat verweerder, blijkens de brief gedateerd 9 september 1988, heeft medegedeeld dat reclame in satirische programma's als 'Het Klokhuis' is toegestaan, overweegt de Afdeling dat het hier een brief betreft van de Veronica Omroep Organisatie gericht aan verweerder. In deze brief wordt de inhoud van een telefoongesprek met verweerder bevestigd.

Bij brief gedateerd 3 november 1988 heeft verweerder deze organisatie echter medegedeeld

dat in het telefoongesprek van zijn kant niet is gezegd dat reclame in satirische programma's is toegestaan. Gelet hierop moet deze stelling van appellante falen.

Verweerder heeft zich voorts, in navolging van de Commissie van deskundigen, in redelijkheid op het standpunt kunnen stellen dat het beoogde doel ook bereikt had kunnen worden door een (andere) weergave, waarbij de namen Center Parcs, Coca Cola en Wokkels niet genoemd had behoeven te worden, noch in beeld te worden gebracht, zodat deze uiting vermijdbaar was zonder het doel van het programma aan te tasten. Immers, centraal dient te staan of de uiting vermijdbaar is in een programma-onderdeel waar eenzijdig de nadruk wordt gelegd op een produkt of een bedrijf, met als gevolg dat de evenwichtigheid in de registratie en de presentatie geweld wordt aangedaan.

Blijkens het bestreden besluit en de daarop gegeven toelichting heeft verweerder aan de hand van de artikelen 8 tot en met 15 van de Sanctieregeling berekend dat in het geval van het Jeugdjournaal een boete van *f* 80.000,- en in het geval van het Klokhuis *f* 70.000,- op haar plaats is. Omdat het de eerste keer is dat ten aanzien van appellante tot sanctie-oplegging wordt overgegaan, is de boete met toepassing van artikel g van de boeteregeling bepaald op *f* 8.000,- respectievelijk *f* 7.000,-.

De Afdeling overweegt dienaangaande dat artikel 6 van het EVRM vereist dat de toegepaste sanctie in een — behoorlijke — verhouding staat tot de gepleegde overtreding. De Afdeling is, daargelaten de wijze waarop verweerder de strafmaat heeft bepaald, van oordeel dat de in dit geval opgelegde straffen niet als buiten verhouding zijn aan te merken. Overigens is dit ook niet gesteld.

Aangezien niet is gebleken dat het bestreden besluit voor zover dat ziet op het opleggen van

sancties ten aanzien van de programma-onderdelen 'Jeugdjournaal' en 'Klokhuis' in aanmerking komt om te worden vernietigd op een der gronden, genoemd in artikel 8, eerste lid, van de Wet administratieve rechtspraak overheidsbeschikkingen, dient het beroep in zoverre te worden verworpen.

Met betrekking tot de in het programma-onderdeel 'Studio Sport' gewraakte reclame-uitingen overweegt de Afdeling dat verweerder zich bij de uiting in de vorm van een bij de finish van een wielronde opgestelde fles met het opschrift 'Amstel bier' terecht op het standpunt heeft gesteld dat het hier een programma-onderdeel betreft als bedoeld in artikel 30, tweede lid, van het Mediabesluit, in samenhang met artikel 2.1.2, aanhef en onder F, van het Besluit en zich bij de uiting 'Spa' die was aangebracht op een rondingsboei in een zeilwedstrijd terecht op het standpunt heeft gesteld dat dit een programma-onderdeel betreft als bedoeld in artikel 30, tweede lid, van het Mediabesluit, in samenhang met artikel 2.3.2, aanhef en onder d, van het Besluit.

Blijkens het bestreden besluit en de daarop gegeven toelichting heeft verweerder ter zake boetes opgelegd omdat naar zijn mening sprake is van overheersende reclame-uitingen.

Verweerder heeft daartoe in beide gevallen overwogen dat de reclame-uiting niet voldoet aan de in de hiervoor genoemde artikelen van het Besluit opgenomen voorwaarden. Dat een reclame-uiting niet aan deze voorwaarden voldoet, is evenwel slechts doorslaggevend voor het antwoord op de vraag of op grond van artikel 135 van de Mediawet een boete kan worden opgelegd.

Of er voldoende aanleiding bestaat om tot oplegging van de boete over te gaan is onder meer afhankelijk van de wijze waarop de gewraakte reclame-uiting, die niet aan een van de

bepalingen van het Besluit voldoet, in beeld komt.

Appellante heeft niet betwist — en ook de Afdeling gaat ervan uit — dat de beide reclame-uitingen — de fles met het opschrift 'Amstel bier' en de rondingsboei met het opschrift 'Spa' — niet in overeenstemming zijn geweest met het bepaalde in artikel 2.1.2, aanhef en onder F, van het Besluit respectievelijk artikel 2.3.2, aanhef en onder d, van het Besluit. Verweerder was derhalve bevoegd tot het opleggen van een boete als bedoeld in artikel 135 van de Mediawet.

Gezien de ter zitting getoonde fragmenten van het in geding zijnde programma-onderdeel is naar het oordeel van de Afdeling niet staande te houden dat de reclame-uiting in de vorm van de fles met het opschrift 'Amstel bier' welke stond opgesteld bij de finish van een wielerronde voor het verslag van de wedstrijd onnodig in beeld is geweest. Voorts zijn de afmetingen van de fles weliswaar groter dan in artikel 2.1.2, aanhef en onder F, van het Besluit is toegestaan, doch op het televisiescherm was deze uiting van onopvallende afmetingen en viel deze bij het tonen van de beelden niet zeer op.

Ten aanzien van het fragment dat beelden bevat van een zeilwedstrijd waarbij boeien met daarop 'Spa' worden gerond overweegt de Afdeling dat, gezien de ter zitting getoonde beelden, niet kan worden staande gehouden, dat de naam 'Spa' veelvuldig in beeld is geweest en evenmin dat de duur van de opname als van meer dan ondergeschikte betekenis moet worden geacht.

Gelet hierop staat in deze twee gevallen het opleggen van een sanctie als bedoeld in artikel 135 van de Mediawet niet in redelijke verhouding tot de gepleegde overtreding en had deze oplegging dan ook achterwege behoren te worden gelaten.

Gezien het vorenstaande is de Afdeling van oordeel dat verweerder bij afweging van de betrokken belangen niet in redelijkheid tot het bestreden besluit heeft kunnen komen voor zover dat ziet op het opleggen van een boete voor reclame-uitingen in het programma-onderdeel 'Studio Sport'. Dit besluit moet dan ook in zoverre worden vernietigd op de grond, genoemd in artikel 8, eerste lid onder c, van de Wet administratieve rechtspraak overheidsbeschikkingen.

Uitspraak:

De Raad van State, Afdeling rechtspraak;

Gezien de Wet administratieve rechtspraak overheidsbeschikkingen en de Wet op de Raad van State;

Recht doende in naam der Koningin:

I. vernietigt het besluit van verweerder van 11 november 1988, kenmerk B.034.01/2818/AB, wat de in het programma-onderdeel 'Studio Sport' getoonde reclame-uitingen betreft

II. verwerpt het beroep voor het overige;

III. gelast dat de Staat der Nederlanden (het Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur) aan appellante het door haar gestone recht (*f* 150,-) vergoedt.

Aldus vastgesteld te 's-Gravenhage op 5 december 1989, door mr. P.J. Boukema, voorzitter, mr. M.D. van Wolferen, plaatsvervangend lid, en mr. L. Dorhout, lid i.b.d., in tegenwoordigheid van mr. G.J.H. Doornewaard, ambtenaar van Staat.

w.g. Doornewaard
ambtenaar van Staat.

w.g. Boukema
voorzitter.

Uitgesproken in het openbaar, overeenkomstig artikel 100, eerste lid, van de Wet op de Raad van State.