

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2004-2005

13 januari 2005

HANDELINGEN

COMMISSIEVERGADERING

COMMISSIE VOOR CULTUUR, JEUGD, SPORT EN MEDIA

Vraag om uitleg van mevrouw Helga Stevens tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over televisiereclame voor, tijdens en na kinderprogramma's

Vraag om uitleg van de heer Carl Decaluwe tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over illegale tv-kansspelen via sms

Vraag om uitleg van de heer Stefaan Sintobin tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de naamgeving van de Vlaamse kust op de openbare omroep

Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

Donderdag 13 januari 2005

Voorzitter: de heer Dany Vandebossche

– *De vraag om uitleg wordt gehouden om 10.05 uur.*

Vraag om uitleg van mevrouw Helga Stevens tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over televisiereclame voor, tijdens en na kinderprogramma's

De voorzitter: Aan de orde is de vraag om uitleg van mevrouw Stevens tot de heer Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over televisiereclame voor, tijdens en na kinderprogramma's.

Mevrouw Stevens heeft het woord.

Mevrouw Helga Stevens: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, mijn vraag gaat over reclame. Vorig jaar hebben we een dossier gemaakt over obesitas en de preventie. Deze vraag houdt daarmee verband.

Kinderen blijken echt kwetsbaar te zijn voor reclame. Uit onderzoek in Nederland bij 2.700 kinderen bleek dat meer dan één derde van de kinderen tussen 10 en 12 jaar zin krijgt om te eten of te drinken na het zien van reclame die ze net heeft gezien. Een aantal kranten, zoals De Morgen, hebben hier aandacht aan besteed.

Er wordt heel veel reclame gemaakt voor producten die gericht zijn op kinderen. Dat geldt bijvoorbeeld voor ongezond eten. Het gaat vaak om vet voedsel, eten dat zoet is of waren waar heel wat zout in is verwerkt. Net die reclame heeft veel effect op kinderen. Overgewicht kan het gevolg zijn van veel te eten. Obesitas kent op dit moment een sterke toename.

Er wordt ook heel wat reclame gemaakt voor fast food en soft drinks. Ze heeft ook duidelijk een impact op het gedrag van kinderen, want vaak beslissen de kinderen wat de ouders kopen, of beïnvloeden ze het koopgedrag van hun ouders. De kinderen maken geen verschil tussen de inhoud van het programma en de reclame die eraan voorafgaat of erbij aansluit.

Mijnheer de minister, mijn vraag heeft niets met betutteling te maken, wel met respect voor de eigenheid van kinderen. Ze begrijpen onvoldoende hoe reclame werkt. Ze kijken niet kritisch genoeg. Ze weten niet echt wat de boodschap is.

Het decreet van 2 februari 2001 heeft de 5-minutenregel ingevoerd: 5 minuten voor of na een kinderprogramma mag er geen reclame worden uitgezonden. Tijdens het programma zelf is dit ook verboden, maar dit verbod wordt ontweken. We hebben dan ook de indruk dat het niet werkt.

Mijnheer de minister, als de mediamaatschappijen hun verantwoordelijkheid niet nemen en het decreet blijven omzeilen, moeten we dan die 5-minutenregel niet uitbreiden? Moet het verbod tot een half uur worden uitgebreid, zodat de kinderen echt worden beschermd? Wat is uw visie op de problematiek van reclame rond kinderprogramma's? Wilt u daarvan een prioriteit maken en hoe kunt u het best ingrijpen?

In hoeverre moet er overleg worden gepleegd met de federale minister van Consumentenzaken, of kan de Vlaamse overheid zelf initiatieven ontwikkelen? In 2000 hebben de juristen van de Vlaamse Mediamaatschappij betwist dat burgers bij het Vlaams Commissariaat voor de Media een klacht kunnen indienen als de reclame- of sponsorregels worden geschonden, omdat telkens een belang

Stevens

moet worden aangetoond. Wat is uw standpunt daarover?

De voorzitter: De heer Verstrepen heeft het woord.

De heer Jurgen Verstrepen: Mijnheer de minister, inzake televisiereclame voor, tijdens en na kinderprogramma's, kun je voor en tegen een uitbreiding van de 5-minutenregel zijn. Een uitbreiding kan immers nadelig zijn voor de Vlaamse zenders, rekening houdend met het internationaal kabelaanbod in ons land. Dat zou een negatief saldo kunnen betekenen voor de commerciële zenders. U weet hoe de commerciële zenders redeneren: als er geen reclame meer mag worden uitgezonden, is het mogelijk dat de kinderprogramma's niet meer rendabel zijn en dat ze worden afgevoerd omdat ze commercieel niet meer interessant zijn.

Er zijn de traditionele reclameblokken rond de kinderprogramma's, maar de wonderformule die de zenders tegenwoordig hebben gevonden om de 5-minutenregel te omzeilen, is het magische woord merchandising. De productiehuisen, de producers en de distributeurs halen daar veel inkomsten uit. Ook de openbare omroep bezondigt zich daaraan. Zo kennen de kinderen Plop, Bob de Bouwer, Piet Piraat, Nijntje, Big en Betsy, Hopla, Sponge Bob Square Pants, Winnie de Pooh, Mickey en Minnie Mouse niet zozeer door de reclameblokken, maar hoofdzakelijk door de programma's en de merchandising daarrond.

Het is moeilijk om daarvoor een oplossing te bedenken. We kunnen die kinderprogramma's toch niet schrappen? Over die discussie moet grondig worden nagedacht. Misschien moeten wij als politici ons veeleer de vraag stellen of in scholen geen vak 'reclame ondergaan' moet worden ingevoerd. De kinderen leren vanalles en nog wat. Zo wordt er een hele week lang gewerkt rond Sinterklaas en de Kerstman die voor iedereen geschenkjes brengen. En daar vertrekt de merchandising, want de kinderen willen dan ook effectief een boekentas van Bob de Bouwer bijvoorbeeld. Misschien moeten we kinderen leren omgaan met reclame.

We kunnen daar op Vlaams niveau over discussiëren en maatregelen treffen, maar bijvoorbeeld Nickelodeon, een internationaal product van de

MTV-group, zendt gedurende 24 uur kinderprogramma's uit. Sponge Bob Square Pants heeft gezorgd voor een verdubbeling van het marktaandeel van die zender in Vlaanderen en Nederland. Op die zender zijn overal reclameblokken. We kunnen die buitenlandse zenders toch niet op een stalinistische wijze van de kabel halen.

Dit moet ons tot nadenken stemmen, want het is nog maar een begin. Het is kiezen tussen slecht, minder slecht en een beetje goed. Als de Vlaamse zenders in een keurslijf worden gegoten, vrees ik dat dit in het voordeel is van de buitenlandse initiatieven. Als we rekening houden met wat de kabel binnenkort kan bieden, wensen we dat toch ook niet.

Mijnheer de minister, hoe kan die merchandising worden aangepakt? We moeten daarover minstens de discussie voeren. Ik zie echter geen kant-en-klaare oplossing.

De voorzitter: De heer Decaluwe heeft het woord.

De heer Carl Decaluwe: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, ik sluit me aan bij de bekommernissen van mevrouw Stevens. Tijdens de vorige legislatuur heb ik een voorstel van decreet ingediend om de huidige regeling uit te breiden tot 15 minuten. Dit voorstel heeft het echter niet gehaald. Er werd toen onder andere gezegd dat deze materie op het Europees vlak moet worden geregeld.

De discussie die mevrouw Stevens op gang heeft gebracht, gaat meer dan alleen maar over het feit het aantal reclamevrije minuten uit te breiden, het gaat ook over de inhoud en volksgezondheid. Het gaat daarbij over snoepen en ongezonde voeding. De vraag is dan waar we de grens moeten trekken om te bepalen of iets al dan niet om kinderreclame is. In het Vlaams Parlement wordt er bijvoorbeeld niet veel gedronken, maar wel veel gesnoept. Het is zeer moeilijk om die grens te trekken.

Mijnheer de minister, op inhoudelijk vlak moet er op de een of andere manier, eventueel op basis van studies, worden nagegaan wat mogelijk is. We moeten ons bewust zijn van de commerciële impact op de inkomsten van de omroepen. Die zijn niet min. Toen het reclamedecreet werd besproken, heb ik amendementen ingediend. Het ging om honderden miljoenen inkomsten voor bepaalde omroepen. Daar moet ook rekening mee worden gehouden.

Decaluwe

Mijnheer de minister, Europa gaat de richtlijn aanpassen. Ondertussen is er ook de interactieve televisie. Er zullen zenders komen die, al dan niet tegen betaling, al dan niet met reclame, kinderprogramma's, kinderfilms, tekenfilms zullen uitzenden. De zenders zullen moeten zorgen voor inkomsten. Mevrouw Stevens heeft het daarnet gehad over de Nederlandse studie. De problematiek zou op Europees niveau moeten worden aangepakt. Dat zou een grote stap zijn. Als we de zaak zelf willen regelen, dan zal het neerkomen op dweilen met de kraan open.

Mijnheer de minister, bent u bereid om in het kader van de wijziging van de Europese richtlijn de hele problematiek daar ter sprake te brengen? Misschien kunnen we daarover eerst hier een debat voeren. Het probleem is immers ruimer.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer de voorzitter, geachte leden en medewerkers, ik bied u mijn beste wensen aan. Ik hoop op een goede en, af en toe, spitante samenwerking.

Mevrouw Stevens, de Vlaamse regelgeving laat inderdaad niet toe dat kinderprogramma's worden onderbroken voor reclameboodschappen. In de nabijheid van kinderprogramma's mag, in navolging van de zogenaamde 5-minutenregel, evenmin reclame worden uitgezonden.

Deze regels gelden enkel voor de omroepen die worden erkend door de Vlaamse Gemeenschap. Buitenlandse omroepen die op de Vlaamse kabel uitzenden, moeten met deze verbodsbepalingen geen rekening houden. Uiteraard is dit vervelend voor ouders en kinderen in Vlaamse gezinnen die bijvoorbeeld naar Nederlandse omroepprogramma's kijken.

Er kan alleen maar toezicht worden uitgeoefend op de Vlaamse omroepen.

De Private Omroep Federatie, de POF, vraagt aan de Vlaamse overheid om de opheffing te onderzoeken van het verbod op reclameboodschappen in de 5 minuten voor en na kinderprogramma's om de 'concurrentiepositie van de Vlaamse omroepen veilig te stellen in de Europese context'.

De federatie stelt dat de Vlaamse privé-omroepen sinds enkele maanden sterke concurrentie ondervinden van buitenlandse televisiestations zoals Nickelodeon via MTV. Zij zenden vanuit het buitenland met groot succes kinderprogramma's uit op de Vlaamse markt en verkopen daarrond reclame aan Vlaamse adverteerders.

Veel Vlaamse ouders maken zich ernstig zorgen over het ongebreideld consumentisme waaraan hun kinderen worden blootgesteld. Zo zouden er verbanden zijn tussen de reclameboodschappen waaraan kinderen dagelijks worden blootgesteld en het overgewicht bij jonge kinderen. Bij tieners blijken er verbanden te bestaan tussen de zogenoemde ideale maten die hen in de reclame worden voorgespiegeld en magerzucht. Jonge kinderen kunnen zeer moeilijk het onderscheid maken tussen televisieprogramma's en reclameboodschappen. We mogen de discussie echter niet beperken tot het verband tussen reclame voor kinderen en hun eetgedrag. We moeten ons afvragen welke reclame voor kinderen verantwoord is. We kunnen de kinderen van meet af aan meedrekken in het consumentisme of we kunnen hen beschermen, hen leren het onderscheid te maken en hen daarin begeleiden en ondersteunen thuis, op school en in jeugdverenigingen of andere.

Wat de kinderprogramma's betreft, is de Vlaamse regelgeving strenger dan de Europese richtlijn. Het is niet mijn bedoeling om daaraan te tornen. Ik heb dat ook duidelijk gemaakt aan de POF.

Om oneerlijke concurrentie te vermijden met omroepen die vanuit het buitenland Nederlandse programma's via de Vlaamse kabel aanbieden, heeft de Vlaamse Gemeenschap gezocht naar middelen om op Europees vlak een algemene verstrenging van de reclameregels ter bescherming van de kinderen door te voeren. Onmiddellijk bleek dat Vlaanderen vrijwel alleen stond. Alleen Zweden bleek een nog strengere regelgeving te hebben. Officieel kon de Vlaamse Gemeenschap het debat zelfs niet aantrekken omdat de Franse Gemeenschap geen vragende partij was voor een verstrenging van de Europese televisierichtlijn, omdat op die manier een gelijkaardig concurrentienadeel voor haar omroepen zou ontstaan. Zij bevindt zich in een gelijkaardige positie en wordt geconfronteerd met Frans-talige buitenlandse zenders die niet gebonden zijn door een eventueel strengere regelgeving.

Bourgeois

Dit neemt niet weg dat ik dit debat opnieuw op Europees niveau wil voeren. Het probleem van de delocalisering is daarvoor het aangewezen uitgangspunt. Kleinere lidstaten dringen reeds lang aan op een afdoende regeling van het probleem waarbij omroepen een licentie verwerven in naburige lidstaten met soepele wetgeving, maar hun programma's op de betrokken kleine lidstaat richten. Het omzeilen van de regelgeving inzake reclame over kinderprogramma's is daar een perfect voorbeeld van. Vlaanderen, Wallonië, Oostenrijk en de Scandinavische landen verkeren allemaal in die situatie omdat vanuit het Verenigd Koninkrijk programma's in die talen worden uitgezonden.

Wat het standpunt van de POF betreft, kan het nuttig zijn terug te keren naar de eerste levensjaren van VTM. Aangezien het in de beginfase van VTM niet zo goed ging met de verstandhouding tussen die omroep en de VRT, heeft toenmalig minister Weckx eerst via overleg met de omroepen afzonderlijk en daarna via gezamenlijk overleg getracht tot een betere verstandhouding te komen. Er werd een akkoord bereikt over vormen van samenwerking en verstandhouding. De poging van minister Weckx in verband met kwalitatieve Vlaamse kinderproductie werd evenwel resoluut door het Vlaams Parlement afgewezen. Voorstellen om de reclameregels te verstrengen, werden later evenmin aanvaard. Het Vlaams Parlement heeft tot nu toe steeds blijik gegeven van standvastigheid in deze zaak. De 5-minutenregel blijft gehandhaafd, maar er wordt ook niet gevraagd de regel te verstrengen.

Radio en televisie behoren volledig tot de bevoegdheid van de gemeenschappen. De Vlaamse Gemeenschap kan dus de regelgeving inzake reclame op televisie rond kinderprogramma's bepalen, uiteraard rekening houdend met het Europees kader. Wat dit betreft, moet er dus geen overleg worden gepleegd met de federale overheid. Wel belangrijk is dat we deze aangelegenheid beleidsoverschrijdend aanpakken. Onderwijs heeft hierin een belangrijke rol. Op dit moment wordt gediscussieerd over voeding en dranken die worden aangeboden in de scholen. Fast food wordt er gewoerd en er wordt onder andere naar gestreefd geen zoete dranken aan te bieden.

Ook sport is belangrijk. Kinderen moeten bewegen in plaats van elke avond bewegingloos voor het

kastje te zitten. De ouders spelen hierin een zeer belangrijke rol. Uit studies blijkt het verband tussen reclame op tv en obesitas. Die relatie is echter niet de meest significante, er zijn andere factoren die ook belangrijk zijn. Ik denk daarbij aan het gebrek aan beweging, het opvoedingsgedrag, onderwijs, enzovoort. Ook de ouders dragen dus verantwoordelijkheid. We moeten inderdaad niet betuttelend optreden. De overheid kan een stimulerende rol spelen en wijzen op het belang van het opnemen van de eigen verantwoordelijkheid.

De zaak moet ook ruimer worden bekeken. We moeten kijken naar de beïnvloeding van kinderen door reclame in het algemeen, los van het verband met obesitas en magerzucht. We moeten nagaan vanaf welk ogenblik kinderen klaar zijn voor reclame en ze een onderscheid kunnen maken, zodat ze worden behoed voor consumentisme.

Controle op de bepalingen inzake reclame en sponsoring gebeurt door het Vlaams Commissariaat voor de Media. Het procedurebesluit van het VCM van 14 juli 1998 bepaalt in artikel 3, punt 5 dat, bij het indienen van een klacht, de klager zijn belang moet bewijzen, behalve bij de bepalingen inzake reclame, telewinkelen en sponsoring. Het gaat hierbij met name om de artikelen 80 tot en met 92ter van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie. Concreet betekent dit dat de burger, rekening houdend met de vormvereisten van een klacht, zonder een belang aan te tonen, klacht kan indienen over het naleven van de bepalingen inzake reclame, telewinkelen en sponsoring.

Mevrouw Stevens, wat het concrete dossier betreft, verwijs ik naar de beslissing van het VCM. In de motivering bij de beslissing nummer 2000/035 van 23 juni 2000 stelde het commissariaat dat de mediadecreten met betrekking tot klachten inzake reclame en sponsoring niet uitdrukkelijk voorzien in een individuele belangvereiste. Toch was het VCM hier van oordeel dat deze aangelegenheid was opgezet als een academische oefening binnen een praktijkgerichte opleiding. De indieners van de klacht konden in die omstandigheden niet steunen op het vermoeden van belang dat, met betrekking tot het indienen van een klacht betreffende sponsoring en reclame, in de mediadecreten is ingebouwd. Het ging hier dus om een zeer specifieke aangelegenheid.

Het Vlaams Commissariaat voor de Media neemt uiteraard in volle autonomie zijn beslissingen. Als

Bourgeois

minister bevoegd voor het mediabeleid kan ik enkel akte nemen van deze beslissingen. Er is alleen verhaal bij de Raad van State mogelijk.

De voorzitter: Mevrouw Stevens heeft het woord.

Mevrouw Helga Stevens: Wat de opmerking van de heer Decaluwe betreft, proberen we op Europees niveau het dossier van de kinderreclame op te volgen. Het is natuurlijk jammer dat de Franse Gemeenschap niet wil meewerken. Dat getuigt van de slechte werking van de Belgische constructie. Ik ben er echter van overtuigd dat dit probleem op Europees niveau moet worden aangepakt.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van de heer Carl Decaluwe tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over illegale tv-kansspelen via sms

De voorzitter: Aan de orde is de vraag om uitleg van de heer Decaluwe tot de heer Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over illegale tv-kansspelen via sms.

De heer Decaluwe heeft het woord.

De heer Carl Decaluwe: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, collega's, ruim een maand geleden heeft de Kansspelcommissie – een federale commissie – zich gekant tegen het principe van de remote gambling. Dit is een spelsysteem waarmee de tv-zenders hun kijkers via sms en via betaaltelefoons laten stemmen over meerkeuzevragen. De heer Marique, voorzitter van de Kansspelcommissie, zegt in *Le Soir* dat er vijftig klachten zijn bestudeerd en dat er een zaak aanhangig is gemaakt bij het parket van Brussel.

Alle tv-zenders werken mee aan dat spelsysteem, waarbij per oproep tot 1 euro moet worden betaald. Volgens de Kansspelcommissie kan dat niet, want deze praktijk zou neerkomen op het toekennen van een lening aan spelers. Er wordt hen een bedrag voorgeschoten dat later wordt gerecupereerd via telefoonfacturen.

Nadat de klachten werden bestudeerd door de Kansspelcommissie, blijkt dat vooral de zwaksten uit de samenleving daarvan het slachtoffer zijn. Het gaat dan over ouderen, kinderen en minder begoeden. Zo lopen sommige telefoonrekeningen als gevolg van dergelijke praktijken op tot 7.000 euro.

Zenders, operatoren en telefoonmaatschappijen zijn zelf voorstander van een deontologische code. De vraag is natuurlijk of dit kan worden afgedwongen.

De komst van de interactieve televisie zal gepaard gaan met allerlei themakanalen die allemaal gefinancierd moeten worden. Ik vermoed dan ook dat deze werkwijze verder zal worden gecommercialiseerd.

Mijnheer de minister, welke omroepen hebben dit spelsysteem reeds gebruikt? In welke mate kunt u overleggen met de Kansspelcommissie om de regelgeving over dergelijke spelsystemen duidelijk af te bakenen, in het bijzonder met het oog op de komst van de interactieve televisie? De opbrengsten van dergelijke spelsystemen zijn gigantisch. Het is niet moeilijk om als hoofdprijs een woning weg te geven als het sms-verkeer meer dan het dubbele opbrengt van de waarde van de woning.

Mijnheer de minister, kunt u geen initiatief nemen voor de opmaak van een deontologische code om excessen te vermijden en tegemoet te komen aan de opmerkingen van de Kansspelcommissie?

De voorzitter: De heer Roegiers heeft het woord.

De heer Jan Roegiers: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, ik sluit me aan bij de vraag en de bekommernissen van de heer Decaluwe. De afgelopen weken was ik bezig met de voorbereiding van een soortgelijke vraag.

In de hoop 10 jaar gratis elektriciteit te winnen, heb ik me een paar keer gewaagd aan dergelijke sms-spelletjes op televisie. Groot was mijn verbazing toen ik telkens zag dat de regels wel in acht werden genomen – er wordt inderdaad meegedeeld hoeveel zo'n berichtje kost – maar er per kerende steeds het antwoord kwam dat ik werd geselecteerd om deel te nemen aan de schiftingsvraag. Dit betekent dat er nog eens een sms moest worden verstuurd. Daarop volgde dan opnieuw een antwoord

Roegiers

om nog een laatste vraag te beantwoorden. Op het eind zat ik aan 6 sms-berichtjes. En dat allemaal om 10 jaar gratis elektriciteit te winnen, hoewel de kans op succes zeer miniem is.

Mijnheer de minister, er bestaan waarschijnlijk een aantal regels. Als ik me goed herinner, hebt u daarrond gewerkt toen u nog in de Kamer zat. Een aantal zaken worden door de omroepen ook effectief in acht genomen. Ondertussen hebben ze wel een aantal achterpoortjes gevonden om het aantal gokkers te verhogen.

Mijnheer de minister, is het mogelijk om voor de omroepen een soort deontologische code te ontwerpen, waarbij veel meer regels worden vastgelegd? Vandaag wordt enkel de kostprijs van een sms meegedeeld. Er is dus nog werk aan de winkel.

De voorzitter: De heer Verstrepen heeft het woord.

De heer Jurgen Verstrepen: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, het debat is ruimer dan alleen maar het probleem van het gokken, sms'en en spelen via televisie. De Nederlandse zender TMF gebruikt de zogenaamde ticker, waarbij sms-nummers en -applicaties continu onderaan het scherm doorlopen. Op een goede dag brengt dat een goede 500.000 oude Belgische franken in het laatje. Ook de muziekzenders maken er gebruik van.

Er zijn inderdaad een aantal regels waaraan de zenders zich moeten houden. Zo moet de prijs per sms-bericht worden vermeld. Als ik eerlijk ben, moet ik toegeven dat een televisiemaker ervoor zorgt dat de boodschap zo klein mogelijk op het scherm verschijnt. Er staat immers nergens geschreven hoe groot die boodschap moet zijn en hoe snel ze moet worden gebracht.

Er zijn inderdaad een vijftigtal klachten geweest. Dat cijfer is echter marginaal als we rekening houden met de totale trafiek. Het gaat om waanzinnig hoog sms-verkeer. De klachten staan dus niet in verhouding tot het gevaar ervan.

Er is het probleem van de sms-kansspelen op televisie. Wat echter een groter probleem blijkt te zijn, is het gokken via internet, dat hetzelfde systeem

hanteert. Op dit ogenblik kennen we enkel de cijfers in Nederland. Daar is het aantal internetgokkers vorig jaar verdubbeld en –luister goed – zorgen ze voor 5 percent van het internetgebruik. Ik durf vermoeden dat in Vlaanderen iets soortgelijks aan de gang is.

Het debat moet dus worden opengetrokken. Televisie is laagdrempelig. Het internetgokken is nog veel gewichtiger. De enige oplossing die ik daarbij kan bedenken, is dat de Vlaamse overheid een regeling uitwerkt inzake de kleine lettertjes en de boodschappen die duidelijk maken hoeveel iets kost en wat de risico's zijn van overdadig sms-kansspelgebruik op televisie.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer de voorzitter, tot voor kort waren televisieprogramma's met kansspelen strafbaar. Deze televisiespelletjes houden in dat kijkers het antwoord op een vraag kunnen doorbellen of sms'en. Uit de talrijke oproepen of berichten met het juiste antwoord worden vervolgens een of meerdere winnaars geloot die live op antenne aan de quiz mogen deelnemen en een geldprijs kunnen winnen.

Deze inbelspelletjes hebben de kenmerken van een kansspel. Kansspelen aanbieden is verboden, tenzij men hiervoor toelating heeft. Bij de Kansspelcommissie liepen heel wat klachten binnen over hoge telefoonrekeningen door deelname aan deze spelletjes. Telkens had de klacht betrekking op een televisieformat dat integraal en uitsluitend tot doel had kijkers aan te zetten een 0900-nummer te bellen of een sms'je te versturen.

Naar aanleiding van een aantal klachten van consumenten heeft de Kansspelcommissie zelf strafrechtelijke klachten ingediend tegen een aantal commerciële omroepen. De commissie oordeelde zelf dat hier sprake was van een verboden kansspel.

Sinds 23 februari 2004 zendt VT4 het spel 'Toeters en bellen' uit. Hierbij wordt enkel gebruik gemaakt van betaallijnen en niet van sms. De VMMa zendt 'Puzzeltijd' uit op VTM en 'Play Today' en 'Play Tonight' op Kanaal 2. De VRT heeft nog nooit dergelijke spelformules toegepast. De spelletjes op VRT blijven beperkt tot interactieve spelformules

Bourgeois

die slechts een van de onderdelen van een programma vormen, bijvoorbeeld een quizvraag op het einde van Vlaanderen Vakantieland.

Na de eerste reacties op deze programma's heeft de Kansspelcommissie alle betrokken actoren uit de sector samengebracht: omroepen, telecommunicatie-operatoren, het BIPT, het kabinet van Justitie, het kabinet van Consumentenzaken en het kabinet van Begroting. Het was de bedoeling dit soort spelletjes uit de strafwet te halen en op een andere manier te regelen. Daarbij staat de bescherming van de gebruiker voorop. Dat is ook de opdracht van de Kansspelcommissie.

Federaal minister van Justitie Onkelinx besliste deze televisiespelletjes uit de kansspelwet van 7 mei 1999 te halen. In artikel 291 van de programmawet van 27 december 2004 werd een wijziging aan de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, kansspelinrichtingen en de bescherming van de speler opgenomen. Artikel 3 van deze wet bevat een opsomming van de spelen die niet als kansspelen worden beschouwd. Dit artikel wordt nu aangevuld met de bepaling: 'De Koning bepaalt de voorwaarden waaraan de spelen moeten voldoen die worden aangeboden in het kader van televisieprogramma's via nummerreeksen van het Belgische nummerplan waarvoor het is toegestaan om van de oproeper naast de prijs van de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen doch beperkt tot deze reeksen waarop het eindgebruikertarief geen functie is van de tijdsduur van de oproep en die een totaal spelprogramma inhouden.'

Deze wijziging in de regelgeving werd aangekondigd in het artikel van Le Soir. Het plaatsen van deze spelletjes buiten het toepassingsgebied van de kansspelwet is gekoppeld aan twee voorwaarden. Ten eerste moet het gaan om spelletjes die de integraliteit van een programma uitmaken, dus niet de prijsvraag aan het einde van Vlaanderen Vakantieland bijvoorbeeld. Ten tweede moeten de betrokken omroepen een gedragscode naleven. Deze gedragscode zal worden uitgevaardigd in de vorm van een KB. Momenteel wordt de tekst opgesteld door bovenvermelde werkgroep waarin de omroep- en de telecomsector vertegenwoordigd zijn.

Wellicht zullen in deze gedragscode een aantal grote principes worden opgenomen. Ten eerste moe-

ten de tarieven en het spelreglement duidelijk aan de gebruiker kenbaar worden gemaakt. Dit zal er wellicht voor zorgen dat het achterdeurtje wordt gesloten. Minderjarigen mogen niet deelnemen aan spelletjes. Er moet een klachtenprocedure opgesteld worden en klachten moeten daadwerkelijk worden afgehandeld.

Televisiespelletjes die niet aan deze gedragscode beantwoorden, ressorteren nog steeds onder de kansspelwet en kunnen worden gekwalificeerd als een verboden kansspel. De nadruk bij de code ligt wel op de bescherming van de gebruiker en niet zozeer op de inhoudelijke aspecten van het programma, noch op de frequentie van het aanbod ervan. Dat is federale materie.

De gedragscode wordt reeds opgesteld door een werkgroep onder leiding van de Kansspelcommissie. De omroepen en het BIPT zijn bij deze werkgroep betrokken. We moeten wat dat betreft geen verder initiatief nemen, we kunnen dat trouwens ook niet.

De voorzitter: De heer Decaluwe heeft het woord.

De heer Carl Decaluwe: Mijnheer de minister, ik dank u voor uw klaar en duidelijk antwoord.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van de heer Stefaan Sintobin tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de naamgeving van de Vlaamse kust op de openbare omroep

De voorzitter: Aan de orde is de vraag om uitleg van de heer Sintobin tot de heer Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de naamgeving van de Vlaamse kust op de openbare omroep.

De heer Sintobin heeft het woord.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, de eigenlijke aanleiding van mijn vraag om uitleg over de naamgeving van de Vlaamse kust op de openbare omroep is de beleidsnota Toerisme en de voorstelling ervan in de pers door de bevoegde minister.

Sintobin

Mijnheer de minister, Vlaanderen moet als een aparte bestemming worden gevaloriseerd. De Belgische kust bestaat niet meer, ze heet voortaan opnieuw de Vlaamse kust, zo zei u. Het Vlaams Belang was verheugd vast te stellen dat, in tegenstelling tot uw voorganger, we opnieuw over een minister van Toerisme beschikken die wel degelijk de naam 'Vlaamse kust' gebruikt en Vlaanderen, en meer bepaald de Vlaamse kust, opnieuw op de toeristische kaart wil zetten. Net zoals u wil het Vlaams Belang de Vlaamse identiteit van Vlaanderen en de Vlaamse kust op toeristisch vlak in het binnenland, maar ook in het buitenland verstevigen.

Naast de Vlaamse identiteit is er echter ook het marketingaspect. Waarschijnlijk zal dit aspect een aantal collega's meer aanspreken. Alle marketing-specialisten erkennen dat een eenduidige productsetting noodzakelijk is. De beeldvorming van een product bij potentiële klanten moet uniform zijn, anders dreigt er verwarring te ontstaan. Dit geldt evenzeer voor het product 'de Vlaamse kust'.

De VRT besteedt – gelukkig – heel wat aandacht aan de Vlaamse kust in verschillende programma's. Samen met heel wat andere kijkers en luisteraars moet ik vaststellen dat er nog regelmatig wordt gesproken over de Belgische kust of de kust tout court.

Ik weet ook wel dat een groot deel van de VRT-journalisten niet wakker ligt van de Vlaamse identiteit. Als ze er echter geen problemen mee hebben om het consequent te hebben over de Schotse hoogvlakten, de Beierse alpen, de Toscaanse vlakten, de Tiroolse meren en de Bretoense kust, zouden ze het toch ook steeds kunnen hebben over de Vlaamse kust.

Mijnheer de minister, bestaat er bij de VRT een richtlijn over de benaming die moet worden gehanteerd? Indien ja, waarom wordt deze richtlijn dan niet algemeen en consequent toegepast? Wat kunt u als minister van Media ondernemen om deze richtlijn te doen gelden? Indien nee, bent u dan voorstander van dergelijke richtlijn? Welke initiatieven hebt u daarover al genomen?

In hoeverre bent u bevoegd om ook een initiatief te nemen ten opzichte van de regionale zenders en de geschreven pers?

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer Sintobin, ik wil u in eerste instantie verwijzen naar mijn antwoord op een schriftelijke vraag van de heer Loones van 15 oktober 2004. Ik denk dat die intussen gepubliceerd is.

De VRT-nieuwsdiensten hanteren zowel de benaming 'Vlaamse kust' als 'Belgische kust', al wordt veeleer over de Vlaamse kust gesproken als het bijvoorbeeld over toerisme, cultuur of regionale economie gaat. De benaming 'Belgische kust' wordt dan weer gebruikt als het duidelijk gaat over de buitengrenzen van België.

De bevoegde Vlaamse ministers hebben hun beleid over deze materie in de voorbije jaren gewijzigd. Na 1999 is beslist dat het gebruik van 'de Vlaamse kust' niet altijd even opportuun is. Daarover bestaat geen richtlijn binnen de VRT. De VRT legt in zijn taalcharter het taalgebruik op zijn netten vast. De VRT heeft in Vlaanderen een voorbeeldfunctie, ook wat het taalgebruik betreft. De VRT beschikt over een zeer uitgebreide taaldatabank, met aandacht voor onder meer taalkwesties, eigennamen, spelling en uitspraak. Een taaladviseur kijkt erop toe dat een correct taalgebruik volgens de richtlijnen wordt gehanteerd. Via de taaladviseur heb ik de medewerkers van de openbare omroep erop gewezen dat in de toekomst de benaming 'Vlaamse kust' zo consequent mogelijk moet worden gehanteerd.

De voorzitter: De heer Sintobin heeft het woord.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de minister, ik dank u voor uw antwoord.

Is het mogelijk om ook mijn vierde, bijkomende vraag te beantwoorden?

Minister Geert Bourgeois: Wat de geschreven pers betreft, kan en wil ik op geen enkele manier optreden. Hetzelfde geldt voor de regionale omroepen.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

– *Het incident wordt gesloten om 10.52 uur.*

HANDELINGEN

De handelingen zijn het woordelijk verslag van de plenaire vergaderingen en van de in openbare commissievergaderingen gehouden interpellaties en vragen om uitleg.

Ze worden in twee edities uitgegeven:

- de eerste, met witte kaft, bevat de handelingen van de plenaire vergaderingen;
- de tweede, met witte kaft en met bovenaan links de letter C met een chronologisch volgnummer, de vermelding van de commissie met het volgnummer van de vergadering per commissie, bevat de handelingen van de in openbare commissievergaderingen gehouden interpellaties en vragen om uitleg. Per commissie en per vergadering wordt een editie van de handelingen uitgegeven.

FIN : Commissie voor Algemeen Beleid, Financiën en Begroting
SFIN : Subcommissie voor Financiën en Begroting
BRU : Commissie voor Brussel en de Vlaamse Rand
BIN : Commissie voor Binnenlandse Aangelegenheden, Bestuurszaken, Institutionele en Bestuurlijke Hervorming en Decreetevaluatie
WON : Commissie voor Wonen, Stedelijk Beleid, Inburgering en Gelijke Kansen
BUI : Commissie voor Buitenlands Beleid, Europese Aangelegenheden, Internationale Samenwerking en Toerisme
OND : Commissie voor Onderwijs, Vorming, Wetenschap en Innovatie
CUL : Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
WEL : Commissie voor Welzijn, Volksgezondheid en Gezin
ECO : Commissie voor Economie, Werk en Sociale Economie
SWAP: Subcommissie voor Wapenhandel
LEE : Commissie voor Leefmilieu en Natuur, Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid en Ruimtelijke Ordening en Onroerend Erfgoed
SLAN: Subcommissie voor Landbouw, Visserij en Plattelandsbeleid
OPE : Commissie voor Openbare Werken, Mobiliteit en Energie

