

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



Zitting 2005-2006

29 maart 2006

MET REDENEN OMKLEDE MOTIE

**– van de heren Carl Decaluwe, Dany Vandenbossche, Bart Caron
en Kris Van Dijk en mevrouw Margriet Hermans –**

**tot besluit van de op 15 maart 2006 door de heer Jos Stassen
gehouden actuele interpellatie tot de heer Geert Bourgeois,
Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme,
over het voorstel van de minister betreffende de eventuele afschaffing
van de vijfminutenregel inzake kinderreclame op televisie**

TEKST AANGENOMEN DOOR DE PLENAIRE VERGADERING

Zie:

769 (2005-2006)

– Nr. 1: Met redenen omklede motie

Het Vlaams Parlement,

- gehoord de interpellatie van de heer Jos Stassen;
- gehoord het antwoord van minister Geert Bourgeois;
- gelet op het feit dat door het bestaan van de vijfminutenregel Vlaamse omroepen geen reclame mogen uitzenden in de onmiddellijke omgeving van een kinderprogramma. Met onmiddellijke omgeving wordt bedoeld vijf minuten voor én na een kinderprogramma;
- gelet op het feit dat die regel de facto een concurrentieel nadeel veroorzaakt voor de Vlaamse omroepen ten opzichte van de omroepen met een buitenlandse erkenning die niet aan deze specifieke Vlaamse wetgeving gebonden zijn;
- gelet op het feit dat pogingen om de vijfminutenregel ook in Europa ingang te laten vinden, niet lukken;
- gelet op het feit dat er op de Vlaamse televisiemarkt een aantal buitenlandse omroepen aanwezig zijn die zich specifiek op kinderen richten en reclame kunnen uitzenden die zelfs specifiek op onze Vlaamse jeugd gericht is;
- gelet op het feit dat de Vlaamse commerciële omroepen door de vijfminutenregel minder geneigd zijn om nog te investeren in kinderprogramma's en dat er hierdoor een verminderd aanbod van Vlaamse televisieprogramma's voor kinderen ontstaat;
- vraagt de Vlaamse Regering dringend in overleg te treden met de Vlaamse private omroepen om een allesomvattende regeling uit te werken die:
 - 1° een oplossing biedt voor het concurrentieel nadeel dat de vijfminutenregel voor de Vlaamse private omroepen ten opzichte van de buitenlandse omroepen betekent;
 - 2° inhoudt dat de Vlaamse omroepen in overleg met de Gezinsbond, de Vlaamse Jeugdraad, de Unie der Belgische Adverteerders (UBA) en Test-Aankoop een gedragscode uitwerken voor reclame die gericht is op kinderen;

3° moet leiden tot een grotere investering van de Vlaamse omroepen in eigen Vlaamse en kwalitatief hoogstaande kinderprogramma's.
