

Sponsorregels L1





Billboarding bij L1: Wat mag wel en wat mag niet?

Bij L1 bieden we adverteerders de mogelijkheid om via billboarding zichtbaar te zijn rondom onze programma's en evenementen. Dit biedt een mooie kans om uw merk te presenteren aan een breed publiek. Echter, billboarding is onderhevig aan strikte regels die zijn opgesteld door het Commissariaat voor de Media (CvdM). Op deze pagina leggen we uit wat wel en niet is toegestaan.

Wat is billboarding?

Billboarding is een vorm van sponsoring waarbij een bedrijf kort in beeld komt rondom een programma of evenement. Dit gebeurt meestal met de melding: **"Dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door..."** gevolgd door de bedrijfsnaam en/of het logo. Billboarding is geen reclame, maar een neutrale sponsorvermelding.

Wat is sponsoring?

Volgens de Mediawet is sponsoring "het verstrekken van financiële of andere bijdragen door een onderneming of een natuurlijk persoon die zich gewoonlijk niet bezighoudt met de verzorging van mediadiensten of media-aanbod, ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van media-aanbod, teneinde de verspreiding daarvan naar het algemene publiek of een deel daarvan te bevorderen of mogelijk te maken."

Met andere woorden: bijdragen die een publieke omroep ontvangt van derden om media-aanbod te (laten) maken, kunnen worden aangemerkt als sponsoring. Hierbij zijn er uitzonderingen en is sponsoring niet altijd en overal toegestaan.

Welke programma's mogen gesponsord worden?

Sponsoring via billboarding is alleen toegestaan bij bepaalde soorten programma's, namelijk:

- Culturele en educatieve programma's
- Sportwedstrijden en sportevenementen
- Evenementen van maatschappelijke aard

Bij programma's die geheel of gedeeltelijk bestaan uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie is sponsoring niet toegestaan. Daarnaast mogen programma's die specifiek gericht zijn op kinderen onder de 12 jaar niet gesponsord worden.

Plaatsing en vormgeving van sponsorvermeldingen

Waar en hoe mag de sponsor vermeld worden?

Omdat de sponsorvermelding niet bedoeld is als extra reclamemogelijkheid, maar dient ter informatie van de kijker, moet deze neutraal zijn en mag zij geen wervend karakter hebben.

Wat mag wel?

- Neutrale vermelding én/of vertoning van naam, (beeld)merk of ander onderscheidend teken per sponsor vermelden of tonen.
- Vermelding alleen aan het begin of einde van een programma d.m.v. "dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door..".
- Vermelding moet bestaan uit stilstaande beelden en er mogen maximaal vier sponsors gezamenlijk op één stilstaand beeld/billboard worden vermeld.
- Vermelding per billboard duurt maximaal 5 seconden (maximaal drie billboards per programma).
- Bij online content (zoals on-demand of livestreams) moet de sponsorvermelding eveneens vooraf of achteraf worden getoond.

Wat mag niet?

- Meer dan één naam, één (beeld)merk of één ander onderscheidend teken te vermelden of te tonen.
- Geen slogans, pay-offs of extra teksten vermelden of tonen.
- Geen afbeeldingen van producten of diensten vermelden of tonen.
- Geen call-to-actions vermelden of tonen zoals "Kom nu naar..." of "Bezoek onze website".
- Geen bewegende beelden of animaties vermelden of tonen.
- Geen URL's vermelden of tonen, behalve als deze overeenkomt met de bedrijfsnaam (bijvoorbeeld bol.com).
- Sponsorvermeldingen tijdens een programma, zoals "deze prijs wordt u aangeboden door...", zijn niet toegestaan.

Hoe bepalen we de bedrijfsnaam en het logo?

In sommige gevallen gebruiken bedrijven verschillende handelsnamen of logo's. In dat geval moet echter de meest bekende en tevens meest neutrale variant gebruikt worden. Ditzelfde geldt voor het logo; het meest gangbare en dus primaire logo zonder payoffs, producten of diensten moet gebruikt worden.

Om te bepalen welke naam en welk logo bij billboardage gebruikt mag worden hanteren we de volgende richtlijnen:

1. Hoe wordt de naam vermeld op de website?
2. Hoe wordt de naam gebruikt op social media?
3. Hoe ziet het logo eruit op het pand, kleding en andere uitingen?
4. Hoe staat het bedrijf vermeld in Google Bedrijfsprofiel?





LIMBURG

Wat is het verschil met een promercial?

Een promercial is een korte reclamespot die in de dagen voorafgaand aan de betreffende (live)uitzending wordt uitgezonden, inclusief een overzicht van alle sponsors. Hier gelden andere regels voor:

- Een promercial **mag wel** slogans, productafbeeldingen en URL's bevatten.
- Een promercial **mag wel** een uitgebreider logo bevatten
- Een promercial **is reclame**, terwijl billboarding een sponsorvermelding is.
- **De enige overeenkomst met billboarding is de uitspraak:** in alle gevallen wordt uitsluitend de neutrale bedrijfsnaam uitgesproken. Dit betekent dat hoewel in beeld meer mogelijk is, de gesproken naam altijd neutraal blijft, zonder slogans et cetera.

Andere aandachtspunten

- **Geen product placement:** In gesponsorde programma's mogen producten of diensten van de sponsor niet herkenbaar in beeld komen.
- **Bruikleen:** Producten of diensten die gratis ter beschikking worden gesteld (bijv. kleding of decorstukken) mogen geen prominente merkherkenning bevatten.
- **Prijzen en cadeaus:** Prijzen die door derden beschikbaar worden gesteld, mogen niet herkenbaar zijn.
- **Titelsponsoring:** Dit is alleen toegestaan na goedkeuring van het CvdM.

Meer informatie

Voor meer gedetailleerde uitleg en de officiële regels kunt u de website van het Commissariaat voor de Media raadplegen: CvdM – Sponsoring. Daarnaast kunt u ook contact opnemen met uw media-adviseur of via binnendienst@l1.nl



Ruud Janssen
Regio Noord-Limburg

✉ ruud.janssen@l1.nl
☎ +31 (0)6 46 82 50 38



Mark Maas
Regio Parkstad

✉ mark.maas@l1.nl
☎ +31 (0)6 54 79 30 73



Rob Goossens
Regio Midden-Limburg

✉ rob.goossens@l1.nl
☎ +31 (0)6 18 46 73 83



Roy Gulikers
Regio Maastricht-Heuvelland

✉ roy.gulikers@l1.nl
☎ +31 (0)6 53 85 60 56