

Antivlees-verhaallijn in Familie kost VTM 25.000 euro

nieuws

Een gesponsorde verhaallijn over dierenwelzijn in de dagelijkse soap Familie, levert VTM een behoorlijk gepeperde factuur op. Die verhaallijn was er gekomen op vraag van GAIA die VTM daarvoor ook betaalde. De Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) oordeelt dat deze overeenkomst een aantasting inhoudt van de verantwoordelijkheid en redactionele onafhankelijkheid van DPG Media, de eigenaar van VTM, en legt daarom een boete op van 25.000 euro.

🕒 19 JANUARI 2021 – LAATST BIJGEWERKT OM 19 JANUARI 2021 20:52

Lees meer over:

[GAIA](#)

[dierenwelzijn](#)

[vegetarisch](#)

[vlees](#)



De Vlaamse Regulator voor de Media is de onafhankelijke toezichthouder voor de Vlaamse audiovisuele media. In die hoedanigheid controleert het onder meer of de Vlaamse media zich houden aan de reclameregels. De VRM kan ambtshalve een procedure opstarten wanneer het denkt dat bepaalde regels overtreden zijn, maar het kan dit ook doen op basis van een klacht. Zij kan daarbij een waarschuwing geven, maar ook een geldboete tot 125.000 euro opleggen.

Pleidooi voor veganisme

In september vorig jaar zond de populaire VTM-soap een verhaallijn uit over veganisme. Eén van de personages in de soap, zelf een veganist, hield daarbij een vurig pleidooi voor veganisme en de bijhorende voordelen voor het dierenwelzijn en de gezondheid. Bij de aftiteling van Familie, goed voor 800.000 kijkers per dag, zat een expliciete verwijzing naar GAIA dat meewerkte (en betaalde) aan de totstandkoming van de aflevering.

Boerenbond vond het opmerkelijk dat een belangengroep als GAIA, tegen betaling, een vurig pleidooi geeft over dierenwelzijn en een bepaalde levensstijl promoot als zijnde beter of gezonder en liet dit ook weten aan VTM. Deze interne communicatie werd echter gelekt naar de media en dat zorgde voor heel wat verontwaardigde reacties op de “kortzichtigheid” van Boerenbond. De landbouworganisatie was niet te spreken over de manier waarop een interne conversatie werd uitvergroot tot een karikatuur.

GAIA en DPG Media zeiden niet te snappen wat het probleem was. “Wij adverteren al langer bij DPG Media. We vroegen of er geen andere mogelijkheden waren om onze campagne in de kijker te zetten en toen kwam het idee om samen te werken bij enkele afleveringen van Familie. Wij maken gewoon gebruik van die mogelijkheid, zoals ook andere organisaties doen”, zei Ann De Greef van GAIA toen.



VTM liet op zijn beurt weten dat het met Familie vaak maatschappelijke en actuele thema's op de agenda zet. "Daarbij worden soms samenwerkingen aangegaan, als dat binnen de verhaallijn past. Aangezien duurzaamheid en veganisme tegenwoordig vaak onder de aandacht komen, wil Familie ook die thema's belichten. Vandaar dat we hier gekozen hebben voor een samenwerking met GAIA", aldus de zender.

Ambtshalve onderzoek van VRM

De Vlaamse mediaregulator oordeelt daar anders over. Na de hetze stelde die ambtshalve een onderzoek in en controleerde alle uitzendingen van Familie in de week van 14 tot 18 september. "We stelden vast dat één van de verhaallijnen verbonden is met de boodschappen rond dierenwelzijn en dierenrechten vanwege GAIA. Uit ons onderzoek en de beelden blijkt dat er sprake is van een tijdelijke maar structurele sponsorovereenkomst met GAIA voor Familie tijdens die desbetreffende week", klinkt het.

**“
We hebben geconstateerd dat de verhaallijn onmiskenbaar het gevolg was van een bewust redactionele keuze die gemaakt werd in het licht van het sluiten van een belangrijke sponsorovereenkomst**

Vlaamse Regulator voor de Media

Volgens VRM wordt het bestaan van die sponsorovereenkomst ook niet betwist door DPG Media. "We hebben vastgesteld dat de verhaallijn wel degelijk op vraag van de sponsor werd uitgewerkt en dat die nog niet bestond alvorens GAIA besloot op te treden als sponsor. Op die manier kunnen we constateren dat deze verhaallijn niet het gevolg is van een samenloop van omstandigheden, maar onmiskenbaar het gevolg was van een bewust redactionele keuze die gemaakt werd in het licht van het sluiten van een belangrijke sponsorovereenkomst", aldus VRM.

De regulator stelt daarop dat er sprake is van "duidelijke en verregaande beïnvloeding door de programmasponsor van de inhoud van het gesponsorde programma waardoor de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van DPG Media wezenlijk werden aangetast". Daarom besloot de VRM een geldboete op te leggen van 25.000 euro. Het hield daarbij rekening met tal van factoren: de ernst van de inbreuk, het feit dat de verhaallijn een week lang aanwezig was en dat ze in meerdere fragmenten per aflevering aan bod kwam, de uitzending in primetime met hoge kijkcijfers tot gevolg en het bedrag van de sponsorovereenkomst.

Bron: Eigen verslaggeving / De Morgen

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltmieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra