



Overzicht regelgeving Reclame, Sponsoring & Auteursrecht



PUBLIC ACCESS AMSTERDAM

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	2
Reclameregels	3
Stappenplan Reclame	6
Instructie Pingel & Leader	7
Checklist reclame uitzenden:	10
Sponsorregels	11
Auteursrecht	13

november 2013

INLEIDING

Publieke Omroep Amsterdam en de programma's die via de SALTO Public Access radio- en tv-kanalen van Publieke Omroep Amsterdam worden uitgezonden moeten voldoen aan regelgeving op grond van de Mediawet, het Mediabesluit en beleidsregels van het Commissariaat voor de Media.

Als programmamaker kunt u rondom de uitzending van programma's op radio en/of televisie reclame uitzenden en in uitzonderlijke gevallen is het toegestaan dat uw programma gesponsord wordt. Publieke Omroep Amsterdam wil u zeker niet de mogelijkheid onthouden om financiering te zoeken voor uw programma's in de vorm van reclame, zolang u zich houdt aan de hiervoor geldende regels. Wij zullen u dan ook met advies en hulp bijstaan. Deze brochure geeft een overzicht van de regelgeving waar u als programmamaker aan moet voldoen bij het uitzenden van uw programma op radio en/of televisie.

Publieke Omroep Amsterdam en het Commissariaat voor de Media controleren of de SALTO programma's aan de regelgeving omtrent reclame en sponsoring voldoen. Op overtreding staan hoge boetes. Deze boete wordt vervolgens aan u als programmamaker doorberekend. Dit kunt u nalezen in uw uitzendovereenkomst met Publieke Omroep Amsterdam en de Algemene Voorwaarden.

Daarnaast dienen programma-aanbieders het auteursrecht van derden te respecteren. In deze brochure staat kort uitgelegd wat hieronder valt.

Bij constatering van overtredingen en/of het niet juist naleven van de regelgeving zal Publieke Omroep Amsterdam overgaan tot toepassing van het handhavingsbeleid, wat uiteindelijk zal leiden tot schorsing en daarna kan leiden tot definitieve beëindiging van de uitzendovereenkomst.

Voor meer informatie, hulp, advies of in geval van twijfel kunt u contact opnemen met Publieke Omroep Amsterdam. Neem hiervoor contact op met de jurist via jurist@publiekeomroepamsterdam.nl of via 020 - 638 63 86.

Let op: dit document, bestaande uit een overzicht van de belangrijkste regelgeving en een stappenplan, is niet compleet. Voor een volledig overzicht van alle regelgeving verwijst Publieke Omroep Amsterdam u naar de website van het Commissariaat voor de Media. Ga hiervoor naar www.cvdmm.nl en kijk onder het kopje 'regelgeving'. Daarnaast staat er meer informatie op www.salto.nl

RECLAMEREGELS

Wat is reclame?

Reclame is een vorm van communicatie om luisteraars of kijkers van uw programma informatie te geven over producten of diensten. Reclame heeft het doel om consumenten over te halen tot het kopen van een bepaald product of om de naamsbekendheid van een merk te vergroten. Enkele voorbeelden van reclame: een spotje zijn waarin een kapper zijn haarstudio aanprijst, een evenementenorganisator een concert, een eethuis zijn nieuwe menu of een pakketdienst zijn snelservice naar Suriname.

Regels

Om sancties te voorkomen, heeft Publieke Omroep Amsterdam voor u de belangrijkste regels nogmaals op een rij gezet. Indien u reclame uitzendt, dient u zich aan deze regels te houden:

- Zonder **reclameovereenkomst** mag u geen reclame uitzenden bij Publieke Omroep Amsterdam. Lever deze minimaal 3 dagen vóór de uitzending in. Een standaardovereenkomst kunt u downloaden op www.salto.nl.
- Reclameboodschappen moeten door vorm en inhoud altijd als zodanig **herkenbaar** zijn. Ze dienen daarom duidelijk onderscheiden te worden van de rest van het programma. Dit betekent dat de reclameboodschappen altijd **voor het begin of na het eind** van het programma worden uitgezonden in een apart reclameblok. Dit reclameblok wordt omlijst door een begin- en eind-pingel/leader. **Een reclame(blok) mag dus nooit IN een programma worden uitgezonden.** Kijk voor een uitgebreide uitleg in de 'Instructie Pingel & Leader' verderop in deze brochure.
- Reclameblokken op radio en televisie moeten **tenminste één minuut** duren en mogen **maximaal 8 minuten per uur** duren, dit is inclusief omlijsting in de vorm van een begin- en eindleader/pingel.
- Er geldt een reclameverbod voor medische behandelingen en een verbod voor alcoholreclame tussen 06.00 uur en 21.00 uur.
- **Sluikreclame** is te allen tijde verboden. Sluikreclame is een vorm van reclame waarin bijvoorbeeld stiekem, buiten het reclameblok om, reclame wordt gemaakt voor een product of dienst. Bijvoorbeeld, een frisdrankenfabrikant

betaalt een programmamaker om zijn product in de uitzending te laten zien.

- Er geldt een verbod op **aanhakende reclame**. Van aanhakende reclame is sprake als reclame in het reclameblok direct voor of na het programma aansluit bij de inhoud van het programma.

*Uitleg: Het uitzenden van een muziekprogramma waarin een artiest een paar nummers van zijn cd zingt is toegestaan, zolang in het programma geen verboden reclame wordt gemaakt voor de betreffende cd. Met een commercial voor de cd van deze artiest in een reclameblok is op zichzelf gezien ook niets mis. Zodra een dergelijke commercial echter wordt uitgezonden in een reclameblok dat direct volgt op (of voorafgaat aan) het programma waarin de artiest heeft opgetreden, is sprake van **verboden aanhakende reclame**.*

- Culturele uitingen zoals boeken, cd's of toneeluitvoeringen mogen worden aangekondigd en besproken, bijvoorbeeld in de vorm van een recensie, in informatieve of educatieve programma's. Het is echter **NIET** toegestaan om op te roepen tot koop en gebruik of overdadige c.q. wervende aanprijzingen.
- Er geldt een **verbod op vermijdbare reclame-uitingen**. Het tonen of vermelden van producten of diensten of het tonen of vermelden van namen of (beeld)merken van bedrijven (logo's) mogen alleen in informatieve en educatieve programma's voorkomen indien:
 1. product of dienst binnen de context van het programmaonderdeel past;
 2. product of dienst niet overdreven of overdadig wordt getoond of vermeld;
 3. er geen sprake is van specifieke aanprijzingen;
 4. er geen afbreuk wordt gedaan aan de integriteit van het programmaonderdeel.

Uitleg: Programma-aanbieders moeten actief voorkomen dat producten, diensten, logo's, namen of merken in beeld worden gebracht of worden genoemd. Je mag geen prijzen noemen of oproepen tot koop van producten/diensten. Het maakt niet uit wie deze uitingen doet (de verslaggever, voice-over of gast): een reclame-uiting is een reclame-uiting. Het is niet toegestaan producten/diensten aan te prijzen, bijvoorbeeld: "dit is een fantastisch restaurant" of "dit is de beste auto". Zorg ervoor dat als een product, dienst of merk toch aan de orde komt, bijvoorbeeld omdat het nieuwswaarde heeft, alleen feitelijke informatie daarover wordt gegeven.

- Informatie zoals telefoonnummers/emailadressen/websites van programma-aanbieders die zijn aangesloten bij Publieke Omroep Amsterdam via public access mag tijdens het programma worden uitgezonden; dit wordt niet gezien als reclame. Het mag hierbij alleen gaan om contactgegevens van de aanbieders zelf en mag niet gebruikt worden ter bevordering van afname van producten en/of diensten die in de handel verkrijgbaar zijn. Je mag dus wel een telefoonnummer tonen waarop kijkers kunnen bellen voor meer informatie over het programma, maar niet met de bedoeling om de kijker jouw producten te laten kopen.
- Er mag reclame gemaakt worden **via internet**. De reclame op een website mag maximaal 10% van het beeldscherm bevatten.
- Indien u reclame wilt gaan uitzenden in uw programma, doorloop dan altijd het stappenplan zoals op de volgende pagina weergegeven.

STAPPENPLAN RECLAME

- stap 1:** U wilt reclame gaan uitzenden in uw programma.
- stap 2:** Controleer **vóór** het maken van de spot of de reclame voldoet aan de regelgeving omtrent reclame.
- stap 3:** Bij twijfel of vragen, neem altijd contact op met Publieke Omroep Amsterdam. Neem contact op met de jurist(e) via jurist@publiekeomroepamsterdam.nl of 020 - 638 63 86.
- stap 4:** Download de reclameovereenkomst op www.salto.nl en vul deze volledig in. Zowel uzelf als de partij die reclame maakt dienen het contract te ondertekenen. Vergeet hierbij niet het bijgevoegde uitzendschema in te vullen.
- stap 5:** Lever bij de balie of per email minimaal 3 werkdagen voor de eerste uitzending het volgende in bij Publieke Omroep Amsterdam:
1. Een correct ingevulde reclameovereenkomst.
 2. Een ingevuld formulier 'uitzendschema reclame aanbieder'.
- stap 6:** Controleer voor uitzending of uw reclameblok, (welke bestaat uit een begin en eind leader/pingel en de reclame(s)) minimaal één minuut duurt en maximaal 8 minuten. Dit is inclusief de omlijsting in de vorm van een pingel of een leader. Daarnaast mag het reclameblok alleen **voor het begin** en/of **na het eind** van uw programma voorkomen, en moet dit blok duidelijk herkenbaar zijn.
- stap 7:** Indien bovengenoemde stappen correct zijn doorlopen en **(1)** de reclame overeenkomst, **(2)** het uitzendschema zijn ingeleverd bij Publieke Omroep Amsterdam, kunt u reclame uitzenden. Voor televisie geldt: Sla het reclameblok op als een apart bestand op uw digitale gegevensdrager, dus los van het Programma.

INSTRUCTIE PINGEL & LEADER

Reclameboodschappen moeten altijd herkenbaar zijn als reclame en voor en/of na het programma worden uitgezonden. Dit geldt zowel voor radio als voor televisie. Deze regel komt voort uit de Mediawet. Reclame moet daarom duidelijk onderscheiden worden van de rest van het programma. Dit wordt gedaan door het toevoegen van 'Pingels' voor radio rondom een reclameblok, en een 'Leader' voor televisie rondom een reclameblok.

Publieke Omroep Amsterdam heeft voor Radio en Televisie eigen pingels en leaders gemaakt voor de SALTO public access zenders, die u als aanbieder dient te gebruiken. U hoeft dus alleen pingels en leaders te gebruiken indien u zelf reclame uitzendt voor aanvang en/of na afloop van uw programma.

Radio-aanbieders: Wat is een Pingel?

Voor Radio onderscheidt men reclame van de rest van het programma door het invoegen van SALTO 'pingels' rondom het reclameblok. Dit is een duidelijk herkenbaar geluidssignaal van enkele seconden. Dit signaal wordt voor het reclameblok ingevoegd (beginpingel), en na het reclameblok (eindpingel). In het geval dat Publieke Omroep Amsterdam zelf een serviceblok uitzendt, wordt er ook nog een middenpingel gebruikt.

Televisie-aanbieders: Wat is een Leader?

Voor televisie onderscheidt men reclame van de rest van het programma door het invoegen van een zogenaamde SALTO 'leader'. Dit is een heel kort filmpje met een geluidssignaal eronder gemonteerd. Deze leader geeft aan dat een reclameblok begint (beginleader), en ook weer eindigt (eindleader).

Hoe kom ik aan de SALTO pingel/leader?

Op de website www.salto.nl kunt u de SALTO pingels en leaders downloaden.

Voor radio aanbieders: Let erop dat u de juiste 'eindpingel' downloadt. Deze verschillen per zender. Hier zit namelijk uw verplichte Stationcall aan vast.

Instructie Radio

Er zijn twee situaties waar u als programmamaker voor radio mee te maken kunt krijgen:

1. U wilt reclame uitzenden in de uren **van 09.00 uur 's ochtends tot en met 22.00 uur 's avonds**, of

2. U wilt reclame uitzenden in de uren **van 23.00 uur 's avonds tot 09.00 uur 's ochtends**.

1. Reclame in de uren van 09.00 uur tot en met 22.00 uur

Reclame voor uw programma is begonnen:

Vanaf 09.00 uur 's ochtends en tot en met 22.00 uur 's avonds wordt er altijd een Nieuwsbulletin uitgezonden op het hele uur. Na het nieuws wordt automatisch een SALTO beginpingel geprogrammeerd, waarna automatisch de reclames en serviceboodschappen van Publieke Omroep Amsterdam worden gestart. Dit blok wordt afgesloten met een SALTO 'middenpingel'. Dit blok wordt geprogrammeerd door Publieke Omroep Amsterdam. Hier hoeft u dus niets aan te doen. Na deze SALTO middenpingel kunt u uw eigen reclames uitzenden. Omdat er al een middenpingel is ingevoegd hoeft u dus zelf géén beginpingel in te voegen. U hoeft alleen de reclame toe voegen. Let erop dat u uw reclameblok afsluit met een SALTO Radio eindpingel. Hier zit de verplichte Stationcall voor uw programma al aan vast. Let u er dus goed op dat u uw eigen Radio Eindpingel downloadt vanaf de SALTO website. Hierna kunt u uw uitzending beginnen.

Concreet ziet dit er als volgt uit:

1. Op het hele uur: Nieuws
2. SALTO Reclame Beginpingel
3. Reclames/Serviceboodschappen van SALTO
4. SALTO Middenpingel
5. Invoegen eigen reclame van de aanbieder (houd rekening met de reclameregels, zoals omschreven in de handleiding Reclame en Sponsoring)
6. Invoegen SALTO Reclame Eindpingel (hier zit eigen Stationcall al aan vast)*
7. Begin programma

** Indien u geen reclame uitzendt, dient u uw programma altijd te beginnen met de verplichte Stationcall.*

Stap 5 t/m 7 dient u dus zelf toe te voegen.

Reclame na afloop van uw programma:

Indien u reclame wilt maken na het eind van uw programma, let er dan goed op dat uw reclameblok precies past voor het hele uur. Op drie seconden voor het hele uur wordt namelijk automatisch uw programma afgebroken door het nieuwsbulletin. Als uw reclameblok 04.30 minuten duurt, start uw reclameblok dan om 55.27 minuten, zodat uw reclames niet worden afgebroken door het nieuws. Ook dit blok dient omlijst te worden door pingels. U dient hier echter zelf een SALTO beginpingel en een SALTO eindpingel toe te voegen aan dit blok.

Concreet ziet dit er als volgt uit:

1. Invoegen SALTO Reclame beginpingel
2. Invoegen reclame (houd rekening met de reclame regels, zoals omschreven in de handleiding Reclame en Sponsoring)
3. Invoegen SALTO Reclame eindpingel

2. Reclame die plaatsvindt tussen 23.00 uur en 09.00 uur

SALTO zendt alleen eigen reclame en serviceblokken uit vanaf 09.00 's ochtends en tot en met 22.00 uur 's avonds. Op alle overige tijden, bijvoorbeeld om 07.00 uur 's ochtends of 01.00 uur 's nachts, wordt er vooralsnog geen nieuwsbulletin uitgezonden. Programmamakers dienen op deze tijden zelf een SALTO Radio beginpingel toe te voegen aan het begin van het reclameblok op het hele uur.

Concreet ziet dit er als volgt uit:

Indien u reclame uitzendt tussen 23.00 uur en 09.00 uur 's ochtends:

1. Invoegen SALTO Reclame beginpingel
2. Invoegen reclame (houd rekening met de reclame regels, zoals omschreven in de handleiding Reclame en Sponsoring)
3. Invoegen SALTO Reclame eindpingel

Voor reclames na het eind van uw programma kunt u hetzelfde schema toepassen. Let er ook hier op dat uw reclameblok past binnen uw uitzending, zodat deze niet wordt afgekapd door het nieuwsbulletin op het hele uur.

Instructie Televisie

Reclame op televisie dient altijd omlijst te zijn door de SALTO Reclame beginleader, en de SALTO Reclame eindleader. Dit is een kort filmpje wat een reclameblok aankondigt, en ook weer afkondigt. Deze leader is speciaal voor SALTO gemaakt. Elke televisie aanbieder dient deze standaard SALTO leader te gebruiken. Een eigen reclameleader is dan ook verboden. Indien u Reclame uit wilt zenden voor uw programma, of na het eind van uw programma, doet u dit dan als volgt:

1. Begin uw reclameblok met de SALTO beginleader.
2. Voeg uw reclame(s) toe, (houd rekening met de reclame regels, zoals omschreven in de handleiding Reclame en Sponsoring).
3. Voeg de SALTO eindleader toe aan het reclameblok.
4. Sla het/de reclameblok(ken) op als een apart bestand op uw digitale gegevensdrager samen met uw Programma en lever dit in bij SALTO. Hoe dit moet leest u in het formulier 'digitaal inleveren' welke te downloaden is op www.salto.nl

CHECKLIST RECLAME UITZENDEN:

- ✓ Reclameblok valt buiten het programma;
- ✓ De reclameovereenkomst is ingeleverd;
- ✓ Geen reclame-uitingen in programma;
- ✓ Geen verboden sponsoring;
- ✓ Er is toestemming van de auteursrechtrechthebbende(n);
- ✓ In de uitzending zijn pingels of leaders gebruikt.

SPONSORREGELS

Wat is sponsoring?

Een sponsor is een persoon, organisatie of bedrijf, die een programma-aanbieder steunt door geld of andere middelen ter beschikking te stellen, in ruil voor publiciteit (naamsvermelding) als tegenprestatie. Het doel is om zo naamsbekendheid en/of het imago van de sponsor te verbeteren. Sponsoring verschilt van reclame omdat dit geen reclameboodschap is, en dus niet plaatsvindt in een reclameblok.

Een voorbeeld van sponsoring: een fietswinkel betaalt een uitzending die gaat over fietsroutes in en om Amsterdam. Hier zal dan melding van worden gemaakt, bijvoorbeeld in de volgende bewoording: "Deze uitzending wordt mede mogelijk gemaakt door Fietswinkel Het Stuur". In de praktijk zal dit echter niet vaak voorkomen, aangezien er een **sponsorverbod** geldt voor veel programma's. Dit is opgelegd door het Commissariaat voor de Media. De regelgeving omtrent sponsoring is erg complex. Hoofregel bij Publieke Omroep Amsterdam is dan ook dat het verboden is programma's te laten sponsoren.

Indien u geld wilt verdienen om uw uitzending te financieren, zorg dan dat u dit doet uit reclame-inkomsten. Mocht u ondanks de complexe regelgeving toch sponsoring willen toepassen, doe dit dan in overleg met Publieke Omroep Amsterdam en lees onderstaande regels goed door. Belangrijk is dat u alleen sponsoring mag toepassen **na schriftelijke toestemming** van Publieke Omroep Amsterdam.

Regels sponsoring

- Hoofregel: Er geldt een sponsor**VERBOD**
- Wat mag er wel?
 1. Indien het gaat om bijdragen die niet identificeerbaar zijn en die ondergeschikt zijn aan de totale kosten van het programma, dan worden die onder omstandigheden niet als sponsoring aangemerkt. **Het mag niet gaan om een bijdrage in geld.** Het gaat hier bijvoorbeeld om kleine bijdragen zoals een bloemstukje op tafel of kleding van de presentator. Dergelijke bijdragen mogen onder '*met dank aan*' neutraal worden vermeld in het radioprogramma of op de aftitelrol van een tv-programma. Dit gebeurt aan het einde van het programma. In dit geval mag er uitsluitend een bedrijfsnaam worden vermeld of getoond, zonder verdere toevoeging.

2. Alleen culturele programma's en verslagen van sportevenementen en evenementen ten behoeven van ideële doeleinden mogen worden gesponsord. Deze programma's mogen **NIEUW** worden gesponsord als zij geheel of gedeeltelijk bestaan uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie, of als ze bestemd zijn voor minderjarigen onder de 12 jaar. Voor culturele programma's houdt dit concreet in dat live registraties zoals ballet- of klassieke-muziekvoorstellingen mogen worden gesponsord.
3. Programma's mogen worden gesponsord door **overheidsinstellingen** zoals een gemeente, provincie of ministerie. Ook mag een programma gesponsord worden door een **goed doel** met CBF-keur. Controleer daarom of er een CBF-keur aanwezig is bij de organisatie die sponsort!

- Indien er voldaan wordt aan bovengenoemde uitzondering dan dient de **sponsorovereenkomst** altijd **vooraf** te worden voorgelegd aan Publieke Omroep Amsterdam, waarin duidelijk uiteen wordt gezet waar de sponsorbijdrage uit bestaat. Pas nadat Publieke Omroep Amsterdam hiervoor **toestemming** heeft gegeven, mag u de betreffende sponsorvermelding(en) in uw programma opnemen. Zo nodig heeft Publieke Omroep Amsterdam een voorbeeld voor een sponsorovereenkomst.
- Bij gesponsorde programma's moeten, ter informatie van het publiek, **voor het begin of na afloop** van het programma alle sponsors worden vermeld. Dit moet op **neutrale** wijze gebeuren. De sponsorvermelding moet als volgt worden aangekondigd: "*Dit programma is mede mogelijk gemaakt door*". Deze vermelding mag maximaal 5 seconden duren. Voor televisie geldt dat deze vermelding niet beeldvullend mag zijn, en moet bestaan uit stilstandende beelden.
- Als de sponsor (bijvoorbeeld een fabrikant, bedrijf, winkel, organisatie, etc.) een bijdrage heeft geleverd in geld, dan mag het programma diens producten of diensten **niet** tonen of vermelden in het gesponsorde programma.
- De sponsorvermelding mag niet wervend zijn. Adressen en telefoonnummers mogen niet worden vermeld. Ook slagzinnen, 0900-nummers en herkenningmelodieën zijn niet toegestaan.

Voor meer informatie, hulp, advies bij sponsoring, of in geval van twijfel kunt u altijd contact opnemen met Publieke Omroep Amsterdam. Neem hiervoor contact op met de jurist via jurist@publiekeomroepamsterdam.nl of 020 - 638 63 86.

AUTEURSRECHT

Het kan voorkomen dat u als programmamaker gebruik wilt maken van een fragment uit een film, documentaire of videoclip van bijvoorbeeld Youtube tijdens uw televisie-uitzending. In dit geval dient u rekening te houden met het auteursrecht van derden.

Wat is auteursrecht?

Wanneer iemand iets origineels heeft gemaakt, bijvoorbeeld een film of een muziekstuk, wil diegene natuurlijk niet dat iemand anders daar zomaar mee vandoor kan gaan. Daarom is het auteursrecht in het leven geroepen. Het auteursrecht maakt het mogelijk dat iedereen die een werk creëert als enige mag beslissen over de exploitatie van die werken en dat die werken bovendien worden beschermd tegen misbruik door anderen.

Wie auteursrecht heeft op een werk (ook wel de auteursrechthebbende) beschikt over twee exclusieve rechten: het alleenrecht om het beschermde werk openbaar te maken en het alleenrecht om het te verveelvoudigen. Dat betekent dus dat ieder ander dan de auteursrechthebbende niet zomaar op eigen houtje het beschermde werk mag gaan openbaar maken en/of verveelvoudigen.

Voor het uitzenden van een (gedeelte van een) filmwerk is daarom in de meeste gevallen de toestemming van de auteursrechthebbende van het filmpje vereist. Zonder deze toestemming, maakt u auteursrechtinbreuk. Niet in alle gevallen is toestemming nodig. Het citaatrecht is een beperking van het auteursrecht en zorgt ervoor dat je (een deel van) andermans werk kunt overnemen.

Citaatrecht

Citeren kan gebruikt worden om te vertellen over een werk of om er kritiek op te leveren. Omdat het heel moeilijk is om bijvoorbeeld een boek te bespreken, zonder delen uit dat boek te citeren, heeft de wetgever een uitzondering in die hoofdregel gemaakt voor citaten, mits die aan bepaalde voorwaarden voldoen. Het citaatrecht zegt dat een relevant deel van een werk van iemand anders mag worden overgenomen, met bronvermelding. Dat geldt voor tekst, foto's, films, muziek en alle andere werken.

Als programma-aanbieder moet u aan de volgende voorwaarden voldoen als u iets wilt citeren:

1. Het citeren mag alleen in een aankondiging, beoordeling (of bekritisering) van een werk, polemiek (ander woord voor discussie, waarbij je werk van de gesprekspartner mag citeren), wetenschappelijke verhandeling of in een uiting met een soortgelijk doel. Iedere uiting die inhoudelijke, min of meer serieuze informatie probeert over te brengen valt onder de restcategorie.
2. Het werk waaruit wordt geciteerd, moet rechtmatig openbaar zijn gemaakt. Een filmwerk dat met toestemming van de auteursrechthebbende op Youtube is verschenen voldoet hier aan. Iets dat nog niet is gepubliceerd voldoet hier niet aan.
3. Citeer niet meer dan nodig; het citeren moet redelijk en proportioneel zijn. Het antwoord op de vraag hoe veel je mag citeren hangt af van de omstandigheden van elke situatie. In het ene geval is tien seconden te veel en in het andere geval is drie minuten goed. Het gaat er steeds om dat u niet meer mag gebruiken dan u echt nodig heeft voor het bereiken van uw doel. Het geciteerde fragment mag niet slechts als versiering worden gebruikt.

Voorbeeld: Een afbeelding van een schilderij tonen wanneer dit schilderij voor een recordbedrag is verkocht, mag. Ook mag een kort fragment van een scene uit een film worden overgenomen om te laten zien waarom deze scene zo belangrijk is.

4. Een misvorming, verminking of andere aantasting van het te citeren filmwerk, die nadeel zou kunnen toebrengen aan de eer of de naam van de maker, is niet toegestaan.
5. Als een citaat gebruikt wordt, moet altijd de bron en de maker (naam) van het werk vermeld worden.

Tot slot

Een filmpje van Youtube mag u in beginsel niet overnemen, tenzij u toestemming heeft van de rechthebbende of een beroep kunt doen op het citaatrecht.

Dit beroep slaagt alleen als u citeert **(1)** in een aankondiging, beoordeling, polemiek of wetenschappelijke verhandeling of in een uiting met een soortgelijk doel **(2)** uit een rechtmatig openbaar gemaakt werk **(3)** op een redelijke en proportionele wijze **(4)** zonder de persoonlijkheidsrechten van de auteursrechthebbende uit het oog te verliezen en **(5)** met een duidelijke bronvermelding.

Indien hieraan is voldaan, maakt u geen auteursrechtinbreuk en kunt u zonder toestemming van de auteursrechthebbende (een gedeelte van) elk filmwerk in uw uitzending overnemen.