



Faculteit Rechtsgeleerdheid

Academiejaar 2011-12

RECLAME VOOR SEKSUELE DIENSTEN
EEN ONDERZOEK NAAR DE LEGITIMITEIT EN OPPORTUNITEIT VAN HET PRINCIPIËLE VERBOD

Masterproef van de opleiding
'Master in de rechten'

Ingediend door

Vanden Daele Flore

(studentennr.: 00706534)
(major: burgerlijk recht en strafrecht)

Promotor: Prof. Dr. Gert Vermeulen
Commissaris: Prof. Dr. Tom Vander Beken

VOORWOORD

Bij het overlopen van de mogelijke masterproefonderwerpen, viel mijn oog meteen op het verbod van reclame voor seksuele dienstverlening. Ik had reeds gehoord dat een aantal televisiezenders door de VRM op de vingers waren getikt voor de seksadvertenties op hun teletekstpagina's en ging er van uit dat dit sectorieel en administratief werd geregeld. Ik was dan ook enigszins verrast dat dit eveneens het voorwerp uitmaakt van een strafbepaling. Mijn interesse was gewekt en bij het eerste opzoekwerk merkte ik dat dit onderwerp nog niet veel werd behandeld. Ik hoop dan ook met deze masterproef een bescheiden bijdrage te kunnen leveren aan de rechtswetenschap. Moge hij getuigen van het feit dat ik mij in de afgelopen vijf jaar heb ontplooid tot een vakbekwame jurist.

Enig dankwoord is hier op zijn plaats. In eerste instantie wil ik Prof. Dr. Gert Vermeulen bedanken voor de geboden hulp bij het totstandkomingsproces en de interesse voor deze masterproef. Daarnaast wil ik ook Prof. Dr. Tom Vander Beken bedanken voor het lezen ervan en Prof. Dr. Dirk Voorhoof voor zijn belangstelling in het onderwerp en het onderhoud die ik met hem daarover heb gehad. Verder gaat mijn dank ook uit naar een aantal andere personen zonder wie ik mijn masterproef in concreto niet had kunnen verwezenlijken. In de eerste plaats mevrouw Myriam Van Praet, eerste substituut, en mevrouw Ann Lukowiak, substituut van de procureur des Konings te Gent. Ook professor Clare McGlynn en professor Chris Ashford wens ik te bedanken. Hoewel ook zij weinig tijd hadden, waren zij één van de enigen die de moeite hebben genomen om mijn e-mail te beantwoorden en mij toch enige informatie te verschaffen. Daarnaast wil ik ook de woordvoerder van een grote Belgische telecomoperator bedanken voor het verstrekken van enige inlichtingen. Last but not least mogen ook mijn ouders en mijn vriend niet vergeten worden. Mijn ouders omdat zij mij in de eerste plaats de kans hebben gegeven om te studeren, ook al was dit niet altijd even evident. Mijn vriend voor zijn interesse in en het nalezen van mijn masterproef, maar ook voor zijn onvoorwaardelijke bijstand gedurende de gehele rit. Zonder hem was ik nooit zo ver gekomen.

INLEIDING.....	1
----------------	---

HOOFDSTUK I. SEKSRECLAME IN BELGIË: TOEPASSELIJKE REGELGEVING, SITUERING EN HANDHAVING.....	3
--	---

1. De specifieke strafbaarstelling van seksreclame	3
---	----------

1.1. Reclame die specifiek gericht is op minderjarigen of waarbij diensten worden aangeboden door (vermeende) minderjarigen (art. 380ter, §1, eerste lid Sw.).....	4
---	----------

1.1.1. Op enigerlei wijze, direct of indirect.....	5
--	---

1.1.2. Voor een aanbod van diensten van seksuele aard	6
---	---

1.1.3. Reclame.....	7
---------------------	---

1.1.4. Maken, doen maken, uitgeven, verdelen of verspreiden	8
---	---

1.1.5. Specifiek gericht op of aangeboden door (vermeende) minderjarigen	9
--	---

1.1.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen.....	9
--	---

1.1.7. Beschouwingen bij art. 380ter, §1 Sw.	10
---	----

1.2. Reclame voor seksuele diensten die worden verleend door middel van één of ander telecommunicatiemiddel (art. 380ter, §2 Sw.).....	10
---	-----------

1.2.1. Op enigerlei wijze, direct of indirect.....	11
--	----

1.2.2. Voor een aanbod van diensten van seksuele aard	11
---	----

1.2.3. Reclame.....	12
---------------------	----

1.2.4. Maken, doen maken, uitgeven, verdelen of verspreiden	12
---	----

1.2.5. Verleend bij wege van één of ander telecommunicatiemiddel.....	12
---	----

1.2.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen.....	12
--	----

1.2.7. Beschouwingen bij art. 380ter, §2 Sw.	13
---	----

1.3. Reclame voor ontucht en prostitutie (art. 380ter, §3, eerste lid Sw.).....	14
--	-----------

1.3.1. In de gevallen die niet zijn omschreven in de §§1 en 2	15
---	----

1.3.2. Door enig reclamemiddel.....	15
-------------------------------------	----

1.3.3. Kenbaar maken dat men zich overgeeft aan prostitutie.....	15
--	----

1.3.4. De prostitutie van anderen vergemakkelijkt.....	16
--	----

1.3.5. Of dat men wenst in betrekking te komen met iemand die zich aan ontucht overgeeft	16
---	----

1.3.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen.....	17
--	----

1.3.7. Beschouwingen bij art. 380ter, §3, eerste lid Sw.	17
---	----

1.4. Reclame die aanzet tot seksuele exploitatie (art. 380ter, §3, tweede lid Sw.).....	18
--	-----------

1.4.1. Door enig reclamemiddel	19
--------------------------------------	----

1.4.2. Aanzetten tot de seksuele exploitatie van minderjarigen of meerderjarigen.....	19
---	----

1.4.3. Of van zulke reclame gebruik maken naar aanleiding van een aanbod van diensten	20
---	----

1.4.4. Beschouwingen bij art. 380ter, §3, tweede lid Sw.	20
---	----

1.5. Verzwarende omstandigheid indien de ontucht, prostitutie of seksuele exploitatie van minderjarigen wordt vergemakkelijkt (art. 380ter, §1, tweede lid Sw.).....	21
---	-----------

1.5.1. Reclame bedoeld in art. 380ter, §1, eerste lid Sw.	22
--	----

1.5.2. Met direct of indirect doel of gevolg dat de prostitutie, ontucht of seksuele exploitatie van minderjarigen wordt vergemakkelijkt	22
---	----

1.5.3. Beschouwingen bij art. 380ter, §1, tweede lid Sw.	22
---	----

1.6. Handhaving van art. 380ter Sw.....	22
2. Andere voor (seks)reclame relevante regelgeving.....	24
2.1. Oneerlijke handelspraktijken en het ongevraagd toezenden van reclame via fax of geautomatiseerde oproepsystemen: de WMPC.....	25
2.2. Het ongevraagd toezenden van commerciële communicatie via elektronische post: de anti-spamregeling.....	25
2.3. Zelfregulering in de reclamesector: soft law	26
2.3.1. De ICC-Code voor reclame en marketingcommunicatie	27
2.3.2. De Raad voor de Reclame en de JEP	27
3. De verschillende soorten seksuele diensten waarvoor en de verschillende media waarlangs publiciteit wordt gevoerd	29
3.1. De verschillende soorten seksuele diensten.....	30
3.1.1. Sekslijnen en SMS-diensten.....	30
3.1.2. (Video)chat.....	32
3.1.3. Seksdating	33
3.1.4. Pornografisch materiaal.....	35
3.1.5. Prostitutie en aanverwante diensten	35
3.1.6. Sekstoerisme	36
3.2. De verschillende media voor het aanbieden van deze diensten.....	38
3.2.1. Kranten en tijdschriften.....	38
3.2.2. Radio en televisie	39
3.2.3. Internet	45
3.2.4. Andere media	49
4. Besluit.....	50
 HOOFDSTUK II. EEN STAALTJE RECHTSVERGELIJKING: HOE WORDT SEKSRECLAME IN HET BUITENLAND AANGEPAKT?	52
1. Nederland	52
1.1. Strafrechtelijke aanpak	53
1.2. Zelfregulering in de reclamesector	56
1.3. Geconditioneerde zelfregulering in de audiovisuele sector	59
1.4. Zelfregulering in de SMS-dienstensector: de Gedragscode SMS-dienstverlening en de Gedragscode Mobiel Internetdiensten	60
1.5. Zelfregulering in de internetsector	61
1.6. Besluit.....	61
2. Frankrijk	62
2.1. Strafrechtelijke aanpak	63
2.2. Zelfregulering in de reclamesector	67
2.3. Specifieke regulering in de audiovisuele sector	68
2.4. Specifieke regulering in de internetsector.....	69
2.5. Besluit.....	70

3. Engeland	71
3.1. Strafrechtelijke aanpak	71
3.2. Zelfregulering in de reclamesector	76
3.3. Coregulering in de communicatiesector.....	78
3.4. Specifieke regulering in de internetsector.....	79
3.5. Initiatieven met betrekking tot de geschreven pers	80
3.6. Besluit.....	80

HOOFDSTUK III. DE LEGITIMITEIT VAN HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD82

1. Argumenten pro legitimiteit.....	82
1.1. De bescherming van de goede zeden en het algemeen belang	82
1.2. De bescherming van minderjarigen	83
1.3. De bescherming van de rechten van andere personen.....	84
2. Argumenten contra legitimiteit	86
2.1. De vrijheid van meningsuiting	86
2.2. De seksuele vrijheid	88
2.3. Economische rechten	89
3. Afweging van de betrokken belangen	92

HOOFDSTUK IV. DE OPPORTUNITEIT EN NOODZAKELIJKHEID VAN HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD.....93

1. Het gebrek aan handhaving	93
2. De contraproductieve effecten	94
3. De contradictoire gevolgen.....	94
4. Het bestaan van andere strafbaarstellingen die deze lading reeds kunnen dekken.....	94
4.1. Art. 379 Sw.	95
4.2. Art. 380 <i>bis</i> Sw.	95
4.3. Art. 383 en 383 <i>bis</i> Sw.	95
4.4. Art. 387 Sw.	98
5. De mogelijkheid tot en het reeds bestaan van minder restrictieve maatregelen.....	98
6. Het ontbreken van dergelijke (ruime) regelingen in andere EU-landen	98
7. Het gebrek aan voldoende maatschappelijk draagvlak.....	99
8. Besluit inzake de opportuniteit en noodzakelijkheid van art. 380 <i>ter</i> Sw.	99

HOOFDSTUK V. DE LEGE FERENDA: HOE MOET HET NU VERDER MET HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD?	100
1. Minstens gedeeltelijke schrapping van art. 380 <i>ter</i> Sw.	100
2. Verdere verfijning en afstemming van bestaande (zelf)regulering	101
3. Ontwikkeling van initiatieven in de sector van de geschreven pers	104
BIBLIOGRAFIE	105
1. Regelgeving.....	105
1.1. Internationaal.....	105
1.2. Europees.....	105
1.3. België.....	106
1.4. Buitenland.....	109
2. Jurisprudentie	112
2.1. Europa.....	112
2.2. België.....	113
2.3. Buitenland.....	115
3. Doctrine.....	118
4. Andere bronnen	122
BIJLAGE	124

1. Wie heden ten dage de krant leest, televisie kijkt of op het internet surft, kan er niet om heen: seksreclame is overal. Niets zou op het eerste zicht kunnen doen vermoeden dat seksreclame naar Belgisch recht in diverse vormen strafbaar is. Nochtans formuleert art. 380^{ter} Sw. een vergaand en ruim verbod.

2. Ondanks het feit dat de problematiek op het eerste zicht wat onbelangrijk kan lijken – het betreft immers slechts reclame voor seksuele diensten, terwijl de diensten op zich vaak veel problematischer zijn – kadert het toch in een bredere maatschappelijke context. Het verbieden van publiciteit van seksuele diensten kan immers bijdragen tot het behoud van de morele orde en een evenwichtige samenleving. In de tegenwoordig al zo geseksualiseerde maatschappij kan dit een krachtig signaal zijn dat dergelijke praktijken niet als ‘normaal’ worden beschouwd, wat op zijn beurt een gedegen seksualiteitsontwikkeling in de hand kan werken. Ook kan worden betoogd dat het verbod een remmend of minstens ontradend effect kan hebben. Enerzijds zou de strafbaarstelling van reclame ervoor alleen al de indruk kunnen wekken dat dergelijke praktijken dubieus zijn en niet worden aanvaard. Anderzijds kan het verbod – weliswaar slechts bij een effectieve handhaving – ervoor zorgen dat mensen in het algemeen minder in contact komen met advertenties voor deze diensten, waardoor ze er misschien minder snel gebruik van zullen maken. Nochtans mag men niet te naïef zijn. Deze sector zal immers nooit volledig kunnen worden teruggedrongen. Prostitutie is niet voor niets het oudste beroep ter wereld en seks verkoopt nog steeds zeer goed.

Omdat het vaak compleet legale activiteiten betreft, dreigen bovendien een aantal essentiële beginselen op de helling te worden gezet. Een algeheel verbod lijkt zich immers niet te verenigen met verschillende rechten en vrijheden, zoals de vrijheid van meningsuiting, van seksualiteit, van dienstverlening, van handel en van mededinging.

Naast de legitimiteit kan daarenboven ook de opportuniteit van een algeheel seksreclameverbod ernstig worden betwijfeld. Een eerste argument kan worden gevonden in de sporadische vervolging ervan. In de praktijk lijken sommige marktspelers zich dan ook weinig om art. 380^{ter} Sw. te bekommeren. Zo vierde Het Laatste Nieuws een aantal jaren geleden zelfs de tiende verjaardag van diens veroordeling, wat meteen ook het gebrek aan draagvlak voor een dergelijke strafbaarstelling blootlegt. Bovendien creëert het een spanningsveld in geval van wettige vormen van dienstverlening en zijn er aan dergelijk verbod tevens contraproductieve effecten verbonden. Enerzijds wordt immers geopperd dat reclame vaak toelaat andere misdrijven op te sporen, zoals mensenhandel en seksuele exploitatie. Anderzijds kan het prostituees in de illegaliteit dwingen omdat zij zich verplicht zien aan te sluiten bij dubieuze clubs en organisaties. Daarenboven zijn minder restrictieve maatregelen mogelijk en blijken dergelijke maatregelen in bepaalde sectoren zelfs reeds te bestaan. Ook een aantal andere strafbepalingen schijnen ten slotte seksreclame te kunnen omvatten, zodat het verbod a fortiori ook niet noodzakelijk lijkt te zijn.

Dit alles zorgt ervoor dat art. 380^{ter} Sw. steeds vaker als overbodig, onevenredig, overdreven moraliserend en zelfs hypocriet wordt ervaren.¹

¹ G. VERMEULEN en F. DHONT, “Bescherming van minderjarigen via het strafrecht. Verdiensten en beperkingen van de wet van 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen”, *T.Strafr.* 2002, afl. 3, 129 (hierna verkort G. VERMEULEN en F. DHONT, “Bescherming van minderjarigen via het strafrecht”); G. VERMEULEN, “Strenger en ook beter? Over de fragmentarische aanscherping van de

3. Dit onderzoek tracht een antwoord te bieden op de vraag in hoeverre deze gevoelens terecht zijn en waar het in de toekomst nu heen moet met het seksreclameverbod.

In een eerste hoofdstuk zal seksreclame in België worden gesitueerd. Niet enkel het strafrechtelijk verbod, maar ook andere voor deze problematiek relevante regels zullen worden besproken. Het bestaan van andere regelgeving kan een strafbaarstelling immers overbodig maken. Ook zal een overzicht worden gegeven van de verschillende seksuele diensten waarvoor en de verschillende kanalen waarlangs reclame wordt gevoerd. Deze hebben immers elk hun specifieke eigenheden en regels, zodat steeds een soort van matrix in het achterhoofd dient te worden gehouden. Tot slot zal even worden stilgestaan bij de effectieve handhaving van art. 380ter Sw. Deze problematiek zal verder worden uitgewerkt in het onderzoek met betrekking tot de opportuniteit.

Alvorens hiertoe over te gaan, zal echter eerst worden onderzocht hoe seksreclame in het buitenland wordt aangepakt. Het ontbreken van dergelijke bepalingen in andere landen kan immers een teken zijn dat dit in het algemeen niet zo opportuun en noodzakelijk wordt geacht. Bovendien kan hier ook inspiratie worden opgedaan over hoe deze problematiek in de toekomst zou kunnen worden geregeld.

In een derde hoofdstuk zal daarna de legitimiteit van art. 380ter Sw. worden onderzocht. De verschillende betrokken belangen pro en contra zullen worden geïdentificeerd en tegen elkaar worden afgewogen.

Daarna zullen in een voorlaatste hoofdstuk de argumenten inzake de opportuniteit en noodzakelijkheid van een aparte strafbaarstelling worden besproken, om vervolgens in een laatste hoofdstuk te besluiten hoe het nu verder moet met art. 380ter Sw. en seksreclame in het algemeen.

strafrechtelijke bescherming van minderjarigen in de Wet van 28 november 2000” in X., *Gandaius Actueel VII*, Mechelen, Story Scientia, 2002, 11, nr. 11 (hierna verkort G. VERMEULEN, “Strenger en ook beter?”); G. VERMEULEN, “Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen en verhoogde internationale bescherming van kinderen tegen seksuele exploitatie” in B. DE RUYVER (voorzitter), *Gandaius Permanente Vorming. Update in de criminologie: jongeren en criminaliteit*, Gent, 14 november 2002, 16.

HOOFDSTUK I. SEKSRECLAME IN BELGIË: TOEPASSELIJKE REGELGEVING, SITUERING EN HANDHAVING

4. Seksreclame wordt in België niet enkel via het strafrecht aangepakt. Er bestaan tevens verscheidene regels die eigen zijn aan de reclamesector, de soort seksuele dienst die wordt gepromoot of het medium via hetwelk de reclame wordt gevoerd. Deze regels worden niet enkel gehandhaafd door de (straf)rechtbanken, maar eveneens via verschillende specifieke instanties. In dit hoofdstuk wordt in de eerste plaats een overzicht gegeven van de strafrechtelijke aanpak en de regulering via de reclamesector. Daarna zullen de verschillende diensten en media in het kader van seksreclame worden gesitueerd, alsook hun specifieke aanpak.

1. De specifieke strafbaarstelling van seksreclame

5. Met de wet van 27 maart 1995² werd in (huidig) art. 380ter Sw.³ een verbod ingevoerd op reclame voor diverse soorten seksuele dienstverlening. De reden voor deze bepaling is wellicht te zoeken in het groeiend besef dat de bestaande (non-)regulering van prostitutie niet langer kon blijven duren. De vaststellingen van de Parlementaire Onderzoekscommissie Mensenhandel⁴ over de onderliggende criminele netwerken in deze sector waren op dit punt vernietigend. Ze maakten duidelijk dat een snelle ingreep noodzakelijk was en gaven aanleiding tot de Mensenhandelwet van 13 april 1995, overigens een zeer vooruitstrevende wet voor zijn tijd. Beide regelingen lijken zich echter niet helemaal met elkaar te verzoenen.⁵ Publiciteit voor prostitutie zou immers in bepaalde gevallen de controle op de sector kunnen bevorderen. Criminele praktijken in deze sector zullen sneller aan het licht komen en de daders makkelijker kunnen worden geïdentificeerd. De efficiënte opsporing van mensenhandel is echter niet het enige belang dat in het spel is. Indien de seksreclame zeer excessief wordt, kunnen immers rechten en vrijheden van anderen in het gedrang komen. Op dit laatste zal verder worden ingegaan in het onderzoek naar de legitimiteit. Nu volgt eerst een overzicht van de precieze omstandigheden waarin seksreclame in België strafbaar is.

² Wet 27 maart 1995 tot invoering in het Strafwetboek van een artikel 380quinquies en tot opheffing van het artikel 380quater, tweede lid, van hetzelfde Wetboek, BS 25 april 1995 (hierna verkort Wet 27 maart 1995).

³ Oud art. 380quinquies Sw., zoals hernummerd en lichtjes gewijzigd door de wet van 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van de minderjarige, BS 17 maart 2001 (ed. 2) (hierna verkort wet 28 november 2000).

⁴ Verslag POC naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en uitroeiing van de mensenhandel, Parl.St. Kamer 1991-92, nr. 673/7.

⁵ Contra A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, Mechelen, Kluwer, 2010, 159, nr. 189 (hierna verkort A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*).

1.1. Reclame die specifiek gericht is op minderjarigen of waarbij diensten worden aangeboden door (vermeende) minderjarigen (art. 380ter, §1, eerste lid Sw.)

Art. 380ter, §1, eerste lid Sw. luidt als volgt:

“Met gevangenisstraf van twee maanden tot twee jaar en met geldboete van tweehonderd [euro] tot tweeduizend [euro] wordt gestraft hij die op enigerlei wijze, direct of indirect, reclame maakt of doet maken, uitgeeft, verdeelt of verspreidt voor een aanbod van diensten van seksuele aard [...], indien die reclame specifiek gericht is op minderjarigen of indien zij gewag maakt van diensten aangeboden door minderjarigen of door personen van wie wordt beweerd dat zij minderjarig zijn, zelfs indien hij zijn aanbod verheelt onder bedekte bewoordingen.

6. Deze bepaling werd voor het eerst ingevoerd met de wet van 27 maart 1995. Hoofddoel van deze wet was immers de bescherming van de minderjarige. Het opkomend gebruik van sekslijnen door de pornografische industrie, die zeer gemakkelijk toegankelijk zijn voor minderjarigen, soms specifiek op hen zijn gericht of melding maken van diensten aangeboden door (vermeende) minderjarigen, werd als problematisch ervaren.⁶ Deze seksuele diensten werden als schadelijk beschouwd voor de waardigheid en zedelijkheid van minderjarigen en hun seksualiteitsontwikkeling⁷, daar zij immers niet getuigen van een evenwichtige en volwassen seksualiteitsbeleving.⁸

Niet enkel morele, maar ook materiële overwegingen speelden echter een rol in de strafbaarstelling van reclame voor teleseks. Wanneer minderjarigen immers van dergelijke diensten gebruik maken, zijn niet alleen een evenwichtige seksualiteitsontwikkeling, maar tevens financiële belangen in het spel. Ouders, die uiteindelijk geconfronteerd werden met peperdure telefoonrekeningen, klaagden dit aan.⁹ De in 1994 samen met Belgacom opgerichte Ethische Commissie had reeds technische maatregelen genomen, zoals het voorbehouden van speciale nummers voor sekslijnen en de mogelijkheid te vragen om oproepen naar speciale nummers (betalend) te blokkeren.

7. De wetgever achtte het echter noodzakelijk ook op wetgevend vlak in te grijpen.¹⁰ Ter rechtvaardiging van dit optreden werd verwezen naar internationale verplichtingen¹¹, in de eerste plaats art. 34 Kinderrechtenverdrag. Deze bepaling verbiedt de exploitatie van minderjarigen voor de verwezenlijking van pornografisch materiaal.¹²

⁶ MvT bij het wetsontwerp tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 380*quinquies* en tot opheffing van het artikel 380*quater*, tweede lid, van hetzelfde Wetboek, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 2 -3.

⁷ Zie MvT, die gewag maakt van het feit dat vele ouders, organisaties en instanties hebben aangedrongen om de waardigheid en zedelijkheid van minderjarigen in dit verband te beschermen, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3.

⁸ Verslag namens de Commissie voor de Justitie, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 13.

⁹ Zie G. VERMEULEN, “Verbod op seksadvertenties”, 269 en 272; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, “Verbod op seksadvertenties en reclame voor teleseks” in G. VERMEULEN (ed.), *Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen*, Antwerpen, Maklu, 2001, 253 (hierna verkort K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS); L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit. De misdrijven inzake aanranding van de eerbaarheid, verkrachting, ontucht, prostitutie, seksreclame, zedenschennis en overspel*, Antwerpen, Intersentia, 2002, 495, noot 2263 (hierna verkort L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*).

¹⁰ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 2; *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 3; *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 2.

¹¹ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3-4.

¹² Verdrag inzake de rechten van het kind van 20 november 1989, BS 17 januari 1992 (hierna verkort Kinderrechtenverdrag).

Anderzijds wordt ook Aanbeveling R (91) 11 van de Raad van Europa aangehaald, waarin het Comité van ministers oproept tot de ontmoediging en voorkoming van elk gebruik van het beeld en de stem van kinderen in een erotische context.¹³

8. Opvallend is het enthousiasme waarmee het ontwerp werd onthaald en de snelheid waarmee het door het parlement werd geloodst.¹⁴ Op een wijziging op advies van de Raad van State na, verwerd het immers ongewijzigd tot wet.¹⁵ Zeker over de strafbaarstelling van seksreclame die betrekking heeft of gericht is op minderjarigen, bestond een grote eensgezindheid.

9. Toch blijkt uit een eerste lezing van zowel de eerste als de overige paragrafen van art. 380ter Sw. meteen haar ruime draagwijdte en verreikend toepassingsgebied. Die vaststelling is ook de volksvertegenwoordigers tijdens de voorbereidende werken niet ontgaan. Zo werd gewezen op de rechten en vrijheden die mogelijks in het gedrang komen en de terughoudendheid die de wetgever bij dergelijke moraliserende wetten aan de dag moet leggen.¹⁶ Ook de rechtsleer heeft zich spoedig kritisch uitgelaten over de nieuwe strafbaarstelling. Het zou gaan om façadewetgeving, waarmee in werkelijkheid een nieuw normbesef aan de samenleving wordt opgedrongen.¹⁷ De ruime toepassingsmogelijkheden worden evenzeer in vraag gesteld.¹⁸

Hieronder volgt vooreerst een overzicht van de voorwaarden waaronder art. 380ter, §1 Sw. kan worden aangewend.

1.1.1. Op enigerlei wijze, direct of indirect

10. De woorden ‘op enigerlei wijze, direct of indirect’ maken duidelijk dat het begrip reclame technologie onafhankelijk wordt gedefinieerd. Het medium waarlangs of de wijze waarop de reclame wordt gevoerd speelt dan ook geen enkele rol. Voorbeelden zijn onder andere kranten en tijdschriften, radio, televisie, internet, affiches en flyers, cassettes, al dan niet op naam geadresseerde post en reclameberichten via telefoon, SMS of e-mail.¹⁹ De vereiste van openbaarheid wordt immers niet gesteld.²⁰

¹³ Aanbeveling R (91) 11 van de Raad van Europa van 9 september 1991 inzake seksuele exploitatie, pornografie, prostitutie, alsmede de handel in kinderen en adolescenten, www.coe.int (hierna verkort Richtlijn R (91) 11).

¹⁴ Zie *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 6, waaruit blijkt dat verschillende parlementariërs zich over het wetsontwerp verheugden; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 496, nr. 441.

¹⁵ Het advies was om alle seksverboden in de sfeer van prostitutie, ontucht, seksuele uitbuiting of andere seksuele diensten in één bepaling op te nemen en de bepalingen m.b.t. de strafbare deelneming te schrappen, Advies van de Raad van State, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 7-9.

¹⁶ Zie bv. *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 3, 4, 5, 6, 10 en 13.

¹⁷ G. VERMEULEN, “Verbod op seksadvertenties”, 269.

¹⁸ G. VERMEULEN en F. DHONT, “Bescherming van minderjarigen via het strafrecht”, 129; G. VERMEULEN, “Strenger en ook beter”, 11-12, nr. 11-12.

¹⁹ P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdaad: een uitdaging? Situering van de problematiek aan de hand van (kinder)pornografie”, *AJT-Dossier* 1996-97, afl. 7, 103, nr. 9 (hierna verkort P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdaad: een uitdaging?”); I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2004, 48, B 25/24 (hierna verkort I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”); L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 507, nr. 450; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 165, nr. 200.

²⁰ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 235.

1.1.2. Voor een aanbod van diensten van seksuele aard

11. Een tweede voorwaarde is dat het een aanbod betreft voor ‘diensten van seksuele aard’. Op dit punt is art. 380ter Sw. zeer vaag. Zowel de wet zelf als de parlementaire voorbereiding ontbreken immers enige definitie van deze term. In navolging van STEVENS²¹, omschrijft de rechtsleer een seksuele dienst als een dienst die gericht is op de seksualiteitsbeleving van degene die van de dienst gebruik maakt.²² Hieronder kunnen ook verbale handelingen worden begrepen en fysiek contact tussen de dienstverlener en de gebruiker is bovendien niet vereist.²³ Derhalve kunnen verscheidene diensten onder het toepassingsgebied ressorteren. Zo zou men kunnen denken aan prostitutie, sekslijnen en SMS-diensten, videochat, sekstoerisme, pornografie en seksdating.²⁴

Diensten waarbij tegen vergoeding ontmoetingen tussen personen worden geregeld die rechtstreeks of onrechtstreeks tot een huwelijk of tot een vaste relatie moeten leiden, kunnen hier echter niet onder vallen.²⁵ Zij maken immers het voorwerp uit van een bijzondere regeling in de wet betreffende de regeling van de huwelijksbureaus.²⁶

12. Er dient te worden opgemerkt dat sinds de wet van 28 november 2000 tot bescherming van de minderjarige niet langer een direct of indirect winsttoegmerk vereist is opdat sprake zou kunnen zijn van een aanbod voor een dienst van seksuele aard. Tijdens de parlementaire voorbereiding van de wet van 27 maart 1995 is heel wat te doen geweest rond deze vereiste. De vraag werd gesteld of ook niet reclame voor diensten zonder winsttoegmerk, maar met andere doeleinden moest worden beoogd. Hierbij werd gedacht aan praktijken zoals het inwijden van minderjarigen door sekten, reclame voor gratis seksuele initiatie door volwassenen of reclame voor pedofiele praktijken, waarmee uiteindelijk slechts het genot van de pedofiel wordt beoogd.²⁷ Een volksvertegenwoordiger vreesde dat een rigide delictomschrijving de mogelijkheid zou bieden de bepalingen te omzeilen, maar wees er tegelijk op dat een bepaling met dergelijke ruime draagwijdte enorme repercussies kan hebben op de vrijheid van meningsuiting en ons kan doen afglijden naar een al te repressieve maatschappij.²⁸ Het werd opportuun geacht om de winstvereiste te behouden als soort laatste strohalm om het gebrek aan definiëring van het begrip ‘seksuele dienst’ op te vangen. Immers, het evolutief karakter van de opvattingen inzake seksualiteit zou een juridische omschrijving niet mogelijk maken en het opheffen van het winstcriterium zou ontaarden in een delicaat ideologisch debat over deze notie, die de ratio van de wet overschrijdt.²⁹ In 2000 werd deze benadering echter verlaten omdat men had ingezien – lees: het eens was geworden – dat die omstandigheid los staat van het strafbaar gestelde gedrag.

²¹ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 505, nr. 449.

²² I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”, 49, B 25/25; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, “Prostitutie, goede zeden en overlast” in G. VERMEULEN (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 2007, 197 (hierna verkort E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY); A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 165, nr. 200.

²³ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 506, nr. 449.

²⁴ Zie I. WATTIER, “Etat de droit pénal des mœurs après la loi relative à la protection pénale des mineurs et questions critiques. De la protection de la morale sexuelle à la protection de l’intégrité sexuelle des mineurs?”, *Ann.dr.Louvain* 2002, afl. 62, 132 (hierna verkort I. WATTIER, “Etat de droit pénal des mœurs”).

²⁵ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3.

²⁶ Wet 9 maart 1993 ertoe strekkende de exploitatie van de huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *BS* 24 april 1993 (hierna verkort Wet Huwelijksbureaus). Cf. *infra* 37, nr. 99.

²⁷ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 9, 10 en 11.

²⁸ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 12.

²⁹ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 11.

Bedoeld wordt immers de reclame voor een aanbod van seksuele diensten en niet de omstandigheden die met het verrichten van deze diensten gepaard gaan.³⁰ De weglating van het winstcriterium kan worden toegejuicht.³¹ De in de parlementaire voorbereiding aangehaalde voorbeelden maken immers duidelijk dat het doel, namelijk de bescherming van minderjarigen, slechts op die manier ten volle kan worden bereikt. Immers, het feit dat de diensten gratis worden verstrekt doet niets af aan het immorele en schadelijke karakter van de reclame. Ook bracht het winstcriterium heel wat bewijsmoeilijkheden met zich mee.³²

1.1.3. Reclame

13. Op de vraag wat precies onder ‘reclame’ moet worden verstaan, werd door de toenmalige minister van Justitie geantwoord dat het begrip moet worden begrepen in de zin van de (oude) WHPC.³³ Zodoende zou met de reclame een direct of indirect winsttoogmerk moeten worden beoogd.³⁴ In het licht van de toenmalige versie van art. 380ter Sw. leek dit inderdaad geoorloofd. Toen werd immers vereist dat ook de diensten zelf met een winsttoogmerk werden verstrekt. Zoals gezegd is dit sinds de wet van 28 november 2000 echter niet meer het geval. Ook onder vigeur van de (nieuwe) WMPC moet reclame nochtans rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel hebben de verkoop van producten te bevorderen.³⁵ De vraag is hoe dit valt te verzoenen met het feit dat met de dienst zelf niet noodzakelijk winst moet worden nagestreefd. Immers, indien de diensten zelf louter privaat worden verstrekt, zal ook met de reclame ervoor geen winst worden beoogd, althans niet in hoofde van de aanbieder.

14. Strafbare reclame dient evenwel te worden onderscheiden van toegelaten informatieverstrekking. Diensten die slechts onrechtstreeks op de seksualiteitsbeleving gericht zijn, zoals diensten inzake de menselijke voortplanting (bijvoorbeeld IVF-behandeling), seksuele stoornissen (bijvoorbeeld erectiestoornis) of seksuele voorlichting, vallen immers niet onder het toepassingsgebied van art. 380ter Sw.³⁶ De memorie van toelichting stelt immers dat het wetsontwerp geen betrekking heeft op centra voor gezinsplanning of niet-commerciële consultingbureaus voor seksuele aangelegenheden.³⁷ Ook werd verduidelijkt dat art. 380ter Sw. geen toepassing vindt op vermeldingen van naam, adres en telefoonnummer in algemene registers die een niet-publicitair karakter krijgen, zoals vermeldingen in de witte gids. Voorwaarde is evenwel dat zij vermeld worden in een rubriek die niet specifiek gericht is op diensten van seksuele aard.³⁸ Ook mag uit de vermelding niet kunnen worden afgeleid dat het seksuele diensten betreft en mogen onder een opschrift in de Gouden Gids geen foto’s of een andere lay-out worden gebruikt in vergelijking met de overige vermeldingen.³⁹

³⁰ MvT bij het wetsontwerp betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen, *Parl.St.* Kamer 1998-99, nr. 1907/1, 8 en 9.

³¹ Zie ook G. VERMEULEN, “Verbod op seksadvertenties”, 270; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 197.

³² E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 197.

³³ Wet 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *BS* 29 augustus 1991.

³⁴ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 235.

³⁵ Art. 2, 19° wet 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, *BS* 12 april 2010. ‘Producten’ in de zin van de WMPC dienen overigens te worden begrepen als goederen, diensten, onroerende goederen, rechten en verplichtingen. Cf. art. 2, 4° WMPC.

³⁶ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 496, nr. 449; I. WATTIER, “Etat de droit pénal des mœurs”, 134.

³⁷ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3.

³⁸ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3; *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 20.

³⁹ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 9.

1.1.4. Maken, doen maken, uitgeven verdelen of verspreiden

15. Uit deze zinsnede blijkt duidelijk dat de bepalingen inzake seksreclame verschillende categorieën van daders viseren.

In de eerste plaats kunnen de zogenaamde materiële daders van de morele worden onderscheiden.⁴⁰ De morele daders zijn degene die de reclame *doen* maken, uitgeven, verdelen of verspreiden. Hiermee worden dus de eigenlijke dienstverleners bedoeld, maar ook de zogenaamde besteller, die het effectieve verzoek tot het plaatsen van de advertentie deed.⁴¹ ‘Maken, ‘uitgeven’, ‘verdelen’ en ‘verspreiden’ duiden daarentegen op andere personen, die de reclame effectief tot stand brengen, met name de media. Oorspronkelijk werd slechts gewag gemaakt van ‘medewerking verlenen’.⁴² De Raad van State riep echter op om een duidelijker onderscheid te maken met de reeds bestaande bepalingen inzake strafrechtelijke deelneming en medeplichtigheid.⁴³ Dit verklaart het onderscheid tussen het materiële en het morele daderschap.⁴⁴

Anderzijds wordt met de woorden ‘maken of doen maken’ de initiële initiatiefnemer bedoeld, terwijl het ‘uitgeven’, ‘verdelen’ of ‘verspreiden’ eerder betrekking heeft op de uitvoerders, zoals de uitgever, drukker en reclameverdelers.⁴⁵ Noch in de wet, noch in de parlementaire voorbereiding wordt nader gespecificeerd wat precies onder deze begrippen moet worden verstaan. In navolging van STEVENS, dienen we ons dus te baseren op het normale taalgebruik.⁴⁶ ‘Uitgeven’ moet dan worden begrepen als het laten drukken en in de handel brengen, met name het realiseren van de reclame met het oog op de verspreiding ervan. De verantwoordelijken van kranten en tijdschriften zullen dus eveneens strafrechtelijk aansprakelijk kunnen zijn. ‘Verdelen’ betekent dan weer distribueren of bezorgen. Gedacht kan worden aan iemand die flyers uitdeelt op straat of in de bus steekt, dagbladhandelaars en internet providers. In hoofde van deze laatste bestaat echter een specifieke regeling, waardoor zij in sommige gevallen niet aansprakelijk kunnen worden gesteld.⁴⁷ Hoewel ‘verspreiden’ ten slotte gewoonweg een synoniem lijkt te zijn van ‘verdelen’, wijst STEVENS er op dat dit een vertaling is van het Franse woord ‘diffuser’, wat eveneens ‘uitzenden’ kan omvatten. Ook reclame via radio en televisie valt dus ongetwijfeld onder het toepassingsgebied.

16. De wetgever heeft de media duidelijk als waakhond van het reclameverbod willen inschakelen. Zij dienen als het ware een filterfunctie te vervullen met eventueel het weigeren of censureren van de publicatie tot gevolg.⁴⁸ Uit de zaak waarbij Het Laatste Nieuws werd veroordeeld voor seksadvertenties blijkt dit eens te meer.⁴⁹ De praktijk wijst echter uit dat het verbod vaak gewoonweg wordt genegeerd en dat het openbaar ministerie ter zake ook niet bepaald een actief vervolgingsbeleid voert. Hierop zal verder worden ingegaan in het onderzoek naar de opportuniteit van art. 380ter Sw.

⁴⁰ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 165, nr. 200.

⁴¹ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 521, nr. 466.

⁴² Voorontwerp van wet voorgelegd aan de Raad van State, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 7.

⁴³ Advies van de Raad van State, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 9.

⁴⁴ Zie hierover K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 242.

⁴⁵ I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”, 48, B 24/25.

⁴⁶ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 521-522, nr. 466.

⁴⁷ Cf. art. 20 wet 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische van de diensten van de informatiemaatschappij, *BS* 17 maart 2003 (ed. 2). Cf. *infra* 49, nr. 140.

⁴⁸ Zie ook A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 165, nr. 200.

⁴⁹ Corr. Leuven 7 september 1999, *AM* 2000, 150, noot; Brussel (15^{de} k.) 20 november 2000, *AJT* 2000-01, 454-456, *AM* 2001, afl. 2, 276, noot en *Juristenkrant* 2001 (weergave D. VOORHOOF), afl. 22, 5; Cass. (2^{de} k.) 20 november 2001, AR P001769N, *Arr.Cass.* 2001, afl. 9, 1973, *AM* 2002, afl. 2, 162, noot, *Juristenkrant* 2002, afl. 42, 13, *Jaarboek Mensenrechten* 2001-02, 248, noot G. GEUDENS en *Pas.* 2001, afl. 11, 1906; cf. *infra* 23, nr. 57.

1.1.5. Specifiek gericht op of aangeboden door (vermeende) minderjarigen

17. Deze voorwaarde impliceert in de eerste plaats dat minderjarigen de doelgroep moeten zijn van de reclame. Van zodra zij op één of andere wijze aan de leefwereld van jongeren refereert, is zij specifiek op minderjarigen gericht. Dit kan het geval zijn omwille van het gebruikte medium (bijvoorbeeld publicatie van seksreclame in een jongerenblad zoals Joepie), het taalgebruik (bijvoorbeeld gebruik van jongerentaal), de tekst (bijvoorbeeld “het is nooit te vroeg om er aan te beginnen”⁵⁰), bepaalde afbeeldingen en foto’s die aan minderjarigen appelleren⁵¹ of het tijdstip van de uitzending. Deze vormen van seksreclame zijn eveneens strafbaar, ook al worden de diensten (schijnbaar) niet aangeboden door minderjarigen.

18. Omgekeerd zal reclame die wordt aangeboden door minderjarigen, maar gericht is op volwassenen eveneens strafbaar zijn. Door het gebruik van het woord ‘of’ maakt de wet immers meer dan duidelijk dat het om alternerende en niet om cumulatieve voorwaarden gaat. Het is echter niet vereist dat de diensten ook daadwerkelijk door een minderjarige worden aangeboden of uitgevoerd. De loutere allusie of vermelding is voldoende. Dit is logisch aangezien de verschillende internationale en nationale instrumenten de minderjarige niet enkel wensen te beschermen tegen seksuele uitbuiting, maar tevens tegen seksuele speculatie.⁵² Een kind hoort immers niet het voorwerp te zijn van seksuele publiciteit, daar dit nog helemaal niet tot zijn leefwereld behoort. Op die manier beschermt de bepaling ook het algemeen belang, in die zin dat in onze samenleving seks met kinderen als fout wordt ervaren. Het vernoemen van kinderen in deze context is dan ook verwerpelijk.

19. Tot slot dient nog te worden opgemerkt dat, aangezien de wet geen leeftijd vermeldt, de term ‘minderjarige’ hier dient te worden begrepen als iedere persoon jonger dan 18 jaar.⁵³

1.1.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen

20. Met deze laatste precisering wenst de wetgever ten slotte duidelijk te stellen dat de – overigens ook in het buitenland – welbekende praktijk waarbij men in de reclame tracht te maskeren dat het seksuele diensten betreft, eveneens strafbaar is. Zo worden ook advertenties geplaatst door dubieuze massagesalons, saunacomplexen en ontmoetingsclubs onder toepassing van de strafwet gebracht.⁵⁴ Hoewel tijdens de parlementaire voorbereiding werd opgeworpen dat ook door deze toevoeging de delictsomschrijving wel zeer ruim wordt⁵⁵, valt dit m.i. toch te rechtvaardigen. Indien men de diensten anders gaat voorstellen dan ze werkelijk zijn, verliest de reclame immers haar eerlijk en waarheidsgetrouw karakter en wordt zij misleidend. Dit gaat in tegen de regelgeving inzake de bescherming van de rechten van de consument⁵⁶ en de ethische beginselen van de reclamesector.⁵⁷

⁵⁰ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 14.

⁵¹ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 13.

⁵² Zie ook A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 164, nr. 200.

⁵³ A. DISPA, “Strafrechtelijke meerderjarigheid” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2004, 153, S 166/05.

⁵⁴ I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”, 51, B 25/27.

⁵⁵ COVELIERS merkt op dat zelfs een verkeerd begrepen grapje (onder bedekte bewoordingen) in een privételefoongesprek strafbaar zou kunnen zijn, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 4.

⁵⁶ Art. 88, 1° WMPC. Cf. *infra* 25, nr. 61.

⁵⁷ Zie art. 3 en 5 ICC-Code. Cf. *infra* 27, nr. 69.

1.1.7. Beschouwingen bij art. 380ter, §1 Sw.

21. De bescherming van minderjarigen tegen seksuele uitbuiting, seksuele exploitatie en bij de vorming van een volwassen seksualiteitsbeleving, is uiteraard een nobele doelstelling. Bij deze strafbaarstelling lijkt er dan ook in veel mindere mate een probleem te zijn met de rechten en vrijheden van andere betrokkenen. De minderjarige behoort immers tot een kwetsbare groep, die bijzondere bescherming verdient, desnoods boven de rechten van anderen. Dit komt duidelijk tot uiting in de verschillende specifieke beschermingsregelingen die ten aanzien van minderjarigen gelding vinden.⁵⁸ Zo beschikken zij over een aantal specifieke mensenrechten in het IVRK en worden tevens op heel wat vlakken strafrechtelijk beschermd, inzonderheid tegen seksuele misdrijven. Het lijkt dan ook niet onredelijk dat andere rechten en belangen zullen moeten wijken voor deze in hoofde van het kind. Gelet op het feit dat de bepaling op zich echter zeer ruim is en daar nog bijkomt dat de wetgever op vele punten (bewust) vaag is gebleven, rijzen echter vragen met betrekking tot het legaliteitsbeginsel. Men zal immers niet altijd op voorhand weten of men al dan niet strafbaar is. Uit de invulling van het begrip ‘seksuele diensten’ door de rechtsleer blijkt immers dat dit zeer ruim kan zijn, terwijl een precieze lijst van de bedoelde diensten ontbreekt. Ook het begrip reclame lijkt extensief te moeten worden geïnterpreteerd, in die zin niet noodzakelijk winst moet worden beoogd. Minderjarigen die omwille van louter private doeleinden via advertenties op zoek gaan naar een partner van hun keuze om (gratis) consensuele seks mee te hebben, zullen derhalve eveneens strafbaar zijn. Gelet op het feit dat men conform het Belgische recht vanaf 16 jaar wordt geacht over zijn eigen seksualiteit te kunnen beschikken, is echter ook in hoofde van minderjarigen een recht op seksualiteit denkbaar.⁵⁹ Uiteraard dienen het algemeen belang en de bescherming van de minderjarige ook te worden gevrijwaard indien geen winstoogmerk wordt nagestreefd. De vraag stelt zich echter of het niet wenselijker ware geweest het te houden op minder restrictieve maatregelen.⁶⁰ Hierbij kan worden gedacht aan het beperken van het uitzenduur van seksreclame op televisie en andere (zelf)regulerende maatregelen vanwege de betrokken sectoren.

1.2. Reclame voor seksuele diensten die worden verleend door middel van één of ander telecommunicatiemiddel (art. 380ter, §2 Sw.)

Art. 380ter, §2 Sw. stelt:

“Met gevangenisstraf van een maand tot een jaar en met geldboete van honderd [euro] tot duizend [euro] wordt gestraft hij die op enigerlei wijze, direct of indirect, reclame maakt of doet maken, uitgeeft, verdeelt of verspreidt voor een aanbod van diensten van seksuele aard [...], die worden verleend bij wege van een of ander telecommunicatiemiddel, zelfs indien hij zijn aanbod verheelt onder bedekte bewoordingen.”

22. Aangezien het beschermen van de minderjarige tegen ‘roze’ telefoonlijnen één van de hoofddoelstellingen van de nieuwe wetgeving was, valt ook deze bepaling niet te verwonderen. Zoals gezegd, is hier niet enkel de moraliteit in het gedrang, maar tevens de financiële gevolgen van een misbruik van sekslijnen. Ten tijde van de voorbereidende werken was het reeds mogelijk om Belgacom te vragen speciale nummers te blokkeren, doch dit was betalend.

⁵⁸ Cf. *infra* 83-84, nr. 215-219.

⁵⁹ A. HAECK, *Kinderrechten inzake seksualiteit*, onuitg. masterproef Rechten UGent, 2008-09, 112-113, nr. 232.

⁶⁰ Zie ook *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 5; G. VERMEULEN, “Verbod op seksadvertenties”, 271; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 165, nr. 200.

Heden ten dage is deze dienst wel gratis te verkrijgen, maar het dient nog steeds te worden aangevraagd via de klantendienst, die echter wel gratis kan worden gecontacteerd.⁶¹ Nog beter ware het waarschijnlijk geweest om oproepen naar dergelijke nummers a priori te beperken.⁶² Reeds tijdens de voorbereiding van de wet werd hiertoe een aanvraag tot Belgacom gericht, maar deze laatste bleek toen technisch niet in staat deze maatregel uit te voeren.⁶³ Uit navraag bij een grote Belgische telecomoperator blijkt dit nu, ruim tien jaar later, nog steeds moeilijk haalbaar. Hierbij wordt gewezen op het feit dat klantendiensten dan overspoeld zouden worden met vragen tot deblokking. Bovendien zouden klachten over zeer hoge telefoonrekeningen veelal het gevolg zijn van de hacking van telefooncentrales. Waarschijnlijk spelen hier echter ook commerciële en financiële belangen enigszins een rol.⁶⁴ Hoe dan ook, het volledig gratis kunnen verkrijgen van de call barring lijkt m.i. redelijk te zijn. Uit mijn persoonlijke ervaring als jobstudent op de storingsdienst heb ik immers gemerkt dat mensen goed de weg vinden naar deze dienst. Er wordt bijvoorbeeld ook duidelijk naar het systeem van de oproepblokkering verwezen op de websites van Belgacom en Telenet, zowel voor mobiele als voor vaste telefonie.⁶⁵ Indien de seksreclame daarenboven ook in uitzendtijd, hoeveelheid en expliciteit wordt beperkt, wordt reeds veel verholpen. Daarnaast mag immers ook van de ouders worden verwacht dat zij hun steentje bijdragen in de (seksuele) opvoeding van hun kinderen.⁶⁶

23. Voor de toepassing van §2 gelden grotendeels dezelfde voorwaarden als voor de toepassing van §1. Het enige verschil is dat deze bepaling niet specifiek gericht is op minderjarigen en dat de seksuele diensten verleend worden via een telecommunicatiemiddel. Uit deze laatste term blijkt dat de nieuwe strafbaarstelling zich echter allerm minst beperkt tot telefonie en dus opnieuw een zeer ruim karakter heeft. In het hiernavolgende overzicht van de toepassingsvoorwaarden zal worden nagegaan wat allemaal onder dit begrip kan worden verstaan.

1.2.1. Op enigerlei wijze, direct of indirect

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 5, punt 1.1.1.

1.2.2. Voor een aanbod van diensten van seksuele aard

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 6, punt 1.1.2.

⁶¹ http://www.belgacom.be/belgacom/be-nl/catalogue-topic/t_other_services_available.page.

⁶² G. VERMEULEN, "Verbod op seksadvertenties", 272.

⁶³ *Parl.St.* Kamer, 1994-95, nr. 1710/3, 15 en 18.

⁶⁴ Cf. *Parl.St.* Kamer, 1994-95, nr. 1710/3, 18.

⁶⁵ www.belgacom.be/onetelco/be-nl/step/s_CAL_Block_res.page; <http://support.nl.belgacom.be/app/contact>; <http://klantenservice.telenet.be/content/kan-ik-oproepen-van-mijn-vaste-lijn-blokkeren>; <http://klantenservice.telenet.be/content/wat-mijn-telenet>.

⁶⁶ Zie ook H. COVELIERS, *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 3; G. VERMEULEN, "Verbod op seksadvertenties", 272; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 260.

1.2.3. Reclame

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 7, punt 1.1.3.

1.2.4. Maken, doen maken, uitgeven, verdelen of verspreiden

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 8, punt 1.1.4.

1.2.5. Verleend bij wege van één of ander telecommunicatiemiddel

24. In de Memorie van Toelichting werd verduidelijkt dat de term ‘telecommunicatiemiddel’ moet worden begrepen in de zin van de definitie die daaraan wordt gegeven in art. 68, 4° van de Belgacomwet.⁶⁷ Het betekent dus “*elke overbrenging, uitzending of ontvangst van tekens, seinen, geschriften, beelden, klanken of gegevens van alle aard, per draad, radio-elektriciteit, optische seining of een ander elektro-magnetisch systeem.*”⁶⁸ Deze omschrijving is zeer ruim en omvat onder andere seksuele dienstverlening via vaste telefoon (sekslijnen), GSM (sekslijnen, SMS-diensten, (video)chat, pornografisch materiaal), internet ((video)chat, pornografisch materiaal) of e-mail, maar in principe ook diensten verstrekt via radio en televisie.⁶⁹

25. Er dient echter te worden opgemerkt dat enkel *reclame* wordt verboden voor seksuele diensten die worden verleend via een telecommunicatiemiddel en niet deze seksuele diensten als zodanig. Bovendien wordt ook niet seksreclame via telecommunicatie verboden, maar enkel advertenties die betrekking hebben op seksuele diensten die op deze wijze worden verleend.⁷⁰ Dit impliceert dat reclame voor seksuele diensten zoals prostitutie, striptease, peepshow of (reële) seksdating, niet onder toepassing van §2 ressorteren, zelfs indien zij via internet, e-mail, telefoon, radio of televisie zou worden gevoerd.⁷¹ Dit betekent echter niet dat dergelijke publiciteit zomaar zal ontsnappen aan art. 380ter Sw. In voorkomend geval kan immers toepassing worden gemaakt van de eerste en derde paragraaf. Ook mag men hier niet uit afleiden dat reclame via telecommunicatie steeds buiten het toepassingsgebied valt. Zoals gezegd, is ook §2 immers technologie onafhankelijk gedefinieerd.

1.2.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 9, punt 1.1.6.

⁶⁷ Art. 68, 4° wet 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven, *BS* 27 maart 1991, thans opgeheven door art. 155 wet 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, *BS* 20 juni 2005 (hierna verkort Wet Elektronische Communicatie). Er dient te worden opgemerkt niet langer sprake is van “telecommunicatiemiddel”, maar van elektronische-communicatienetwerk en –dienst (resp. art. 2, 3° en 2, 5°), zodat nog steeds van de definitie onder de oude wet moet worden uitgegaan.

⁶⁸ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 2.

⁶⁹ I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”, 50, B 25/26.

⁷⁰ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 5.

⁷¹ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 508-509, nr. 452 en noot 2335.

1.2.7. Beschouwingen bij art. 380ter, §2 Sw.

26. Het is vooral met betrekking tot deze tweede paragraaf dat het moraliserend karakter, de proportionaliteit, waarachtigheid en opportuniteit van het seksreclameverbod in vraag wordt gesteld.⁷² Een beperking tot de bepaling in §1 werd door de wetgever echter niet voldoende geacht. Dit zou ondoeltreffend zijn om de bescherming van de minderjarige en het algemeen belang te vrijwaren.⁷³ Deze redenering wordt door de rechtsleer echter terecht in twijfel getrokken. Zo wordt in de eerste plaats opgemerkt dat het totaalverbod van reclame voor sekslijnen, ook wanneer zij gericht is op minderjarigen, uiteindelijk weinig uitstaans lijkt te hebben met de internationale bepalingen die ter rechtvaardiging werden ingeroepen.⁷⁴ Daarnaast wordt het verbod in §2 ook disproportioneel geacht ten aanzien van de beoogde doelstelling.⁷⁵ Voorts wordt gewezen op het onbestaande vervolgingsbeleid en het bestaan van andere strafbepalingen die deze lading reeds kunnen dekken.⁷⁶ Tot slot wordt ook een spanningsveld vastgesteld tussen enerzijds de strafbaarstelling van de reclame voor dergelijke dienstverlening en anderzijds het niet-strfbare karakter van de dienstverlening zelf.⁷⁷

27. Gelet op de bijzondere positie van de minderjarige, als kwetsbaar individu in de hedendaagse informatie- en consumptiemaatschappij, lijkt deze strafbaarstelling op het eerste zicht wel enig nut te kunnen hebben ter bescherming van diens integriteit. Het gebruik van telecommunicatie behoort de dag van vandaag immers tot de kern van het bestaan van jongeren, zodat de stap snel gezet kan zijn. Bovendien zal men via de media die gebruik maken van telecommunicatie al gauw met dergelijke seksreclame in contact komen, wat maakt dat de drempel nog kleiner wordt. Zo wordt op internet en (werd) op de teletekstpagina's van bepaalde kanalen regelmatig reclame gemaakt voor seksuele dienstverlening die op een dergelijke wijze wordt verleend. Een aantal mediamaatschappijen werd hiervoor reeds veroordeeld door de Vlaamse Mediaregulator en ook de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame heeft ter zake reeds enige adviezen gegeven.⁷⁸ Uit het bestaan van deze zaken blijkt dat de seksadvertenties ook de maatschappij niet onberoerd laten.⁷⁹ Zo kan een strafbaarstelling niet enkel de minderjarige beschermen, maar tegelijk ook het algemeen belang.

28. Hiertegenover staan echter de rechten en belangen van de andere betrokken partijen, met name de dienstverleners, gebruikers, uitgevers, verspreiders en verdelers. Door dergelijk ruim geformuleerd en quasi onbeperkt verbod dreigen immers het recht op vrije meningsuiting en seksualiteit, de vrijheid van dienstverlening en van handel, het gelijkheidsbeginsel en de eerlijke concurrentie in het gedrang te komen. Om een gerechtvaardigde uitzondering te vormen op deze principes, wordt vereist dat het gebruikte middel evenredig is aan het beoogde doel.

⁷² G. VERMEULEN, "Verbod op seksadvertenties", 271.

⁷³ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 2.

⁷⁴ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 253.

⁷⁵ G. VERMEULEN, "Verbod op seksadvertenties", 271; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 253-254; G. VERMEULEN en F. DHONT, 129; G. VERMEULEN, "Strenger en ook beter?", 11, nr. 11; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 224-225.

⁷⁶ VERMEULEN en F. DHONT, 129; G. VERMEULEN, "Strenger en ook beter?", 11, nr. 11; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 224-225.

⁷⁷ VERMEULEN en F. DHONT, 129; G. VERMEULEN, "Strenger en ook beter?", 11, nr. 11; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 224-225.

⁷⁸ *Infra* 27-28, nr. 70-74.

⁷⁹ Al dient het begrip 'maatschappij' bij de beslissingen van de VRM te worden genuanceerd, in die zin dat bij de eerste twee een klacht ingesteld werd door Mevr. Van Steenberghe, Vlaams Volksvertegenwoordiger voor het Vlaams belang en de andere twee ambtshalve door de VRM werden genomen.

Daar echter een aantal minder vergaande alternatieven blijken te bestaan, lijkt dit geenszins het geval, zeker niet bij telefoonlijnen en SMS-diensten. De klant kan vandaag immers gratis oproepen en SMS-en naar ‘speciale’ nummers laten blokkeren, zowel op de GSM van de minderjarige zelf of als op de vaste thuislijn. Ook voor seksreclame op internet kan het probleem worden verholpen door het aanschaffen van een filterprogramma die de toegang tot bepaalde sites blokkeert. In de situatie waarbij de reclame wordt gevoerd via kranten en tijdschriften ligt dit uiteraard iets moeilijker. Zoals gezegd, mag van de ouders worden verwacht dat zij op dit vlak eveneens hun verantwoordelijkheid opnemen. Dit moet echter in redelijkheid worden bekeken. Men kan immers moeilijk verwachten dat zij hun kinderen elke seconde in het oog houden, zeker wanneer het kind reeds een behoorlijke leeftijd heeft bereikt. Daarom lijkt ook enige beperking op de overvloed aan seksreclame in de geschreven pers toch wel op zijn plaats. Iets minder seksreclame en iets minder expliciete vermeldingen of afbeeldingen zou in ieder geval geen kwaad kunnen. Op al deze aspecten zal verder worden ingegaan in de hoofdstukken III, IV en V.

1.3. Reclame voor ontucht en prostitutie (art. 380ter, §3, eerste lid Sw.)

Art. 380ter, §1, eerste lid Sw. luidt als volgt:

“In de gevallen die niet zijn omschreven in de §§ 1 en 2, wordt gestraft met gevangenisstraf van een maand tot een jaar en met geldboete van honderd [euro] tot duizend [euro], hij die door enig reclamemiddel, zelfs indien hij de aard van zijn aanbod of zijn vraag verheelt onder bedekte bewoordingen, kenbaar maakt dat hij zich aan prostitutie overgeeft, de prostitutie van anderen vergemakkelijkt of wenst in betrekking te komen met iemand die zich aan ontucht overgeeft.”

29. Het verbod op reclame voor ontucht en prostitutie is de oudste der bepalingen van art. 380ter Sw. en bestaat reeds sinds 1948.⁸⁰ Het oude art. 380quater, tweede lid Sw., waarin deze verbodsbepaling oorspronkelijk lag vervat, werd in 1995 integraal overgenomen. Zoals gezegd, werd zij evenwel op advies van de Raad van State bij het nieuwe art. 380ter Sw. gevoegd.⁸¹ Dat was inderdaad wenselijk. Anders zou het Belgische strafrecht immers twee zeer gelijkaardige, doch verschillend bestrafte bepalingen hebben gekend.

30. Hoewel de strafbaarstelling uiteindelijk overeind bleef, werd tijdens de parlementaire voorbereiding ook de opportuniteit van deze bepaling in vraag gesteld. Dit onder andere omwille van het gebrek aan vervolging en het feit dat prostitutie op zich niet strafbaar is.⁸² De afschaffing werd echter niet opportuun geacht omdat dit een uiterst negatief signaal zou geven en het parket de mogelijkheden zou ontnemen om de uitwassen van seksreclame te bestrijden.⁸³ De gegrondheid van deze argumenten zal in het laatste hoofdstuk worden onderzocht. Hieronder volgt eerst een overzicht van de toepassingsvoorwaarden van art. 380ter, §3, eerste lid Sw.

⁸⁰ Wet 21 augustus 1948 tot afschaffing van de officiële reglementering van de prostitutie, BS 13-14 september 1948.

⁸¹ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 8; *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 5-6.

⁸² *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 16-19; *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 5, 8, 15 en 21.

⁸³ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 17-18.

1.3.1. In de gevallen die niet zijn omschreven in de §§1 en 2

31. Vooreerst kan §3 slechts toepassing vinden in de gevallen waarin de §§1 en 2 niet van toepassing zijn. Concreet betekent dit dat deze paragraaf slechts reclame kan omvatten voor diensten aangeboden door meerderjarigen, die niet gericht is op minderjarigen en waarbij de diensten niet worden verleend bij wijze van één of ander telecommunicatiemiddel.

1.3.2. Door enig reclamemiddel

32. In tegenstelling tot het begrip reclame, werd met betrekking tot de term ‘reclamemiddel’ niet verduidelijkt wat hieronder precies dient te worden begrepen. In de rechtsleer wordt het omschreven als “elke mededeling waarmee een min of meer ruim publiek kan worden bereikt”⁸⁴ of nog “openbare aanprijzing tot bevordering van de afzet van goederen en diensten”.⁸⁵ Hoewel hier niet uitdrukkelijk melding wordt gemaakt van de woorden ‘direct of indirect’, lijkt de term ‘enig’ dit reeds te omvatten.⁸⁶ Opnieuw zal de wijze waarop en het medium waarlangs de reclame wordt gemaakt dus geen enkele rol spelen. Bijgevolg zijn verschillende vormen van reclame denkbaar, zoals advertenties in kranten en tijdschriften en reclame op televisie of de teletekstpagina’s van televisiekanalen⁸⁷, maar ook de gebruikelijke lichtreclame aan bordelen en zelfs mond- op mondreclame.⁸⁸ Uit de bovenstaande omschrijvingen, lijkt hier evenwel niet te kunnen worden gesteld dat enige openbaarheid niet is vereist. Private communicatie, zoals e-mail, SMS en geadresseerd drukwerk, die niet op min of meer ruime schaal openbaar worden gemaakt, zullen dan ook niet onder het toepassingsgebied ressorteren.

1.3.3. Kenbaar maken dat men zich overgeeft aan prostitutie

33. Paragraaf 3 is in de eerste plaats van toepassing op reclame uitgaande van de prostituee zelf. Het begrip ‘prostitutie’ wordt nergens wettelijk gedefinieerd. Het kan worden omschreven als een tegen betaling verkregen seksuele handeling waarbij fysiek contact tot stand wordt gebracht en die gericht is op de seksualiteitsbeleving van de persoon die het gedrag verkrijgt.⁸⁹ Daadwerkelijke geslachtsbetrekkingen zijn niet noodzakelijk, zodat ook de persoon die tegen betaling onzedelijke aanrakingen of andere ontuchtige handelingen stelt onder het begrip kan vallen.⁹⁰ Hierbij kan worden gedacht aan sensuele massages tegen betaling.⁹¹ In het licht van bovenstaande definitie dient echter wel steeds fysiek contact tot stand te worden gebracht, zodat diensten zoals peepshow en striptease niet als prostitutie kunnen worden aangemerkt.

34. Er moet echter worden opgemerkt dat eigen prostitutie op zich naar Belgisch recht niet strafbaar is.

⁸⁴ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 244, nr. 242; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 166, nr. 200.

⁸⁵ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 510, nr. 454.

⁸⁶ Zie ook K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 263.

⁸⁷ I. DELBROUCK, “Bederf van de jeugd en prostitutie”, 51, B 25/27.

⁸⁸ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 263; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 245, nr. 242.

⁸⁹ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 501, nr. 444.

⁹⁰ Corr. Dendermonde 8 april 2003, *T.Strafr.* 2004, afl. 26, 194; Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, “Bederf van de jeugd en prostitutie van minderjarigen” in G. VERMEULEN (ed.), *Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen*, Antwerpen, Maklu, 2001, 137 (hierna verkort Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER); L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 220, nr. 223; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 184; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 157, nr. 188.

⁹¹ Corr. Dendermonde 8 april 2003, *T.Strafr.* 2004, afl. 26, 193-196.

1.3.4. De prostitutie van anderen vergemakkelijkt

35. Daarnaast wordt tevens degene bestraft die kenbaar maakt dat iemand anders tegen betaling seksuele handelingen zal verrichten. Hiermee wordt gedoeld op zogenaamde pooiers en andere personen die financieel voordeel halen uit de prostitutie van een ander, zoals degene die kamers verhuurt of ter beschikking stelt om de seksuele dienstverlening te verwezenlijken. Onder ‘vergemakkelijken’ kan immers de hulp worden begrepen, waardoor het de dienstverlener mogelijk wordt gemaakt effectief tot prostitutie over te gaan. Dit geldt zelfs indien het oorspronkelijk de prostituee zelf was die het initiatief nam.⁹²

36. In tegenstelling tot eigen prostitutie, is souteneurschap naar Belgisch recht wel strafbaar.⁹³

1.3.5. Of dat men wenst in betrekking te komen met iemand die zich aan ontucht overgeeft

37. Ten slotte worden ook personen strafbaar gesteld die via advertenties op zoek gaan naar andere personen die zich aan ontucht overgeven. Ook voor het begrip ‘ontucht’ ontbreekt enige wettelijke definitie. Het is in ieder geval veel ruimer dan het begrip ‘prostitutie’, in die zin dat dit laatste begrip een subcategorie is van het eerste.⁹⁴ Ontucht kan immers ook betrekking hebben op andere onzedelijke handelingen, zelfs onafhankelijk van enige vergoeding.⁹⁵ Het onbezoldigd karakter is precies het onderscheidingscriterium met de engere term prostitutie, dat in de regel steeds tegen betaling geschiedt.⁹⁶ Volgens het Hof van Cassatie omvat dit begrip “*gedragingen van grove zinnelijkheid en onzedelijkheid in de brede zin die maatschappelijk als buitensporig worden beschouwd*”⁹⁷, zodat het evolueert met de maatschappelijke opvattingen. Hetzelfde geldt voor de opvatting over wat zedelijk is en wat niet. De rechter zal het laakbare gedrag dus moeten toetsen aan de waarden en normen, zoals zij door het collectief bewustzijn van het moment worden opgevat.⁹⁸ Het hebben van seks met een andere persoon dan zijn partner in diens aanwezigheid en met zijn instemming, partnerruil, groepsseks, plasseks, pedofilie, bestialiteiten en sadomasochisme (SM)⁹⁹ kunnen als voorbeelden worden aangehaald.¹⁰⁰

⁹² L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 511, nr. 456.

⁹³ Cf. art. 380 Sw.

⁹⁴ Cass. 2 oktober 1973, *Arr.Cass.* 1974, 123 en *Pas.* 1974, 112; Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, 136 en 157; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 221, nr. 224; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 264; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 157, nr. 188.

⁹⁵ S. SOTTIAUX, “Recente ontwikkelingen in de Europese rechtspraak inzake seksuele betrekkingen: een gemiste kans?”, *TBP* 2001, afl. 6, 380; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 184; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 160, nr. 192.

⁹⁶ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 219, nr. 223; I. VLUGGEN en P. RAES, “Prostitutie van minderjarigen op vrijwillige basis” in G. VERMEULEN (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 2007, 280; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 157, nr. 188. Cf. de definitie van prostitutie, die steeds een vergoeding veronderstelt.

⁹⁷ Zie bv. Cass. 8 september 1992, AR 5375, *Arr.Cass.* 1991, 1082 en *Pas.* 1992, 1005; Cass. 17 januari 2012, AR P110871N.

⁹⁸ Zie cassatierechtspraak i.v.m. het begrip ‘goede zeden’: Cass. 24 november 1981, AR 6805, *Arr.Cass.* 1981-82, 414, *Pas.* 1982, 411 en *RW* 1981-82, 1815, noot J. DE ZEGHER; Cass. 15 juni 1982, AR 7204, *Arr.Cass.* 1982-83, 1279, *Pas.* 1982, 1192 en *RW* 1982-83, 1985; Cass. 15 maart 1994, AR 6557, *Arr.Cass.* 1994, 262, *Pas.* 1994, 261 en *Rec.Cass.* 1994, 245, noot G. VERMEULEN.

⁹⁹ Gent (4^{de} k.) 23 september 1997, AR 82618, *AJT* 1997-98, 260-263, noot P. ARNOU.

¹⁰⁰ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 264; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 502-504, nr. 445.

Zo werden advertenties in daartoe gespecialiseerde magazines voor de werving van aanhangers van SM als een inbreuk op het oude art. 380^{quater} Sw. beschouwd.¹⁰¹ Naast dergelijke tamelijk vergaande praktijken, zijn er echter ook mensen die via advertenties op televisie, op internet of in kranten en tijdschriften op zoek gaan naar andere personen om consensuele seks mee te hebben. Afgezien van de vele zogezegde ‘dating’, die in werkelijkheid een fictie is, zijn er immers ook fysieke personen die daadwerkelijk op die manier hun seksualiteit wensen te beleven. Zij trachten via verschillende kanalen in contact te komen met andere personen die dezelfde seksuele verlangens koesteren. Gelet op bovenstaande voorbeelden zouden deze handelingen in bepaalde gevallen ontucht kunnen uitmaken. Dat bestialisme en sadomasochisme als strijdig met de goede zeden worden beschouwd, valt nog enigszins te begrijpen. Het hebben van seks met meerdere personen tegelijk en in het zicht van anderen, bijvoorbeeld bij trioseks of partnerruil, lijken daarentegen steeds meer en meer als normaal te worden aangemerkt. Steeds meer mensen voelen immers de behoefte om hun ‘saaie’ seksleven op die manier nieuw leven in te blazen en gebruiken allerlei media om op zoek te gaan naar eventuele partners. De vraag stelt zich dan ook of, gelet op de evolutie van het moraliteitsbesef ter zake, het nog wenselijk is om dergelijke handelingen als ontucht te beschouwen en de reclame hiervoor dus als strafbaar. Het lijkt immers in te gaan tegen de seksuele vrijheid om personen te verhinderen via de media andere meerderjarige personen op te sporen die hetzelfde willen. Iedereen is vrij het seksuele leven te leiden die men wenst, zeker als hierbij de rechten van anderen niet worden geschonden.¹⁰² Zoals reeds gezegd, kan dit worden bewerkstelligd door minder restrictieve maatregelen, zodat een meer rechtvaardig evenwicht kan worden gevonden.

38. Tot slot dient nog te worden aangestipt dat enkel degene wordt bestraft die aangeeft te willen in contact met iemand die zich aan ontucht overgeeft en niet degene die uiteindelijk op het aanbod ingaat.

1.3.6. Zelfs indien verheeld onder bedekte bewoordingen

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 9, punt 1.1.6.

1.3.7. Beschouwingen bij art. 380^{ter}, §3, eerste lid Sw.

39. Zowel de strafbaarstelling van reclame voor eigen prostitutie en de reclame waarbij men de wens kenbaar maakt in contact te komen met iemand die zich aan ontucht overgeeft, lijken problematisch.

40. Een eerste bedenking bij deze bepaling is dat het verbod zowel geldt voor reclame door de prostituee zelf als voor reclame door de tussenpersonen, die vaak via advertenties op zoek gaan naar personeel voor dubieuze massagesalons of andere dekmantels. Waar de bestraffing in hoofde van deze laatste nog verantwoord is, ligt dit voor het reclameverbod voor eigen prostitutie helemaal anders. Reeds sinds 1948 is dit in België immers niet meer illegaal. Op dit punt breekt de wet van 27 maart 1995 dan ook enigszins met de benadering van prostitutie ten tijde van de wet van 21 augustus 1948.

¹⁰¹ Brussel, 15 december 1994, *Rev.dr.pén.* 1996, 342.

¹⁰² Zie ook *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 13.

Hoewel bepaalde rechtsgeleerden opwerpen dat de nieuwe bepalingen hier niet fundamenteel van afwijken¹⁰³, lijkt de niet-bestrafing van de prostituee zelf immers een essentieel bestanddeel van dergelijke regeling.

41. Ook de strafbaarstelling van advertenties vanwege de gebruiker is een uitbreiding van de principiële benadering. Om de verschillende problemen die met prostitutie gepaard gaan het hoofd te bieden, werd reeds voorgesteld om niet de prostituee zelf, maar wel de bezoeker te bestraffen.¹⁰⁴ Ook in andere Europese landen is deze trend merkbaar.¹⁰⁵ De strafbaarstelling in art. 380ter Sw. heeft echter betrekking op het nog ruimere ‘ontucht’. In het licht van wat hierboven werd opgemerkt inzake de evolutie van de seksualiteitsbeleving, lijkt dit bedenkelijk. Er valt immers niet in te zien waarom louter private personen die op zoek zijn naar een sekspartner hiertoe geen advertentie zouden mogen plaatsen, ook al wijkt hun seksualiteitsbeleving enigszins af van wat doorgaans gangbaar is. Bovendien is het ook niet wenselijk vage begrippen als ‘ontucht’ te gebruiken. Hierdoor komen immers ook het rechtszekerheids- en legaliteitsbeginsel op de helling te staan.

42. Zowel bij de strafbaarstelling inzake eigen prostitutie als bij de strafbaarstelling van de gebruiker, ontstaat dan ook een spanningsveld. Indien de dienstverlening op zich niet verboden is, rijst immers de vraag waarom men niet – net zoals elke andere dienstenaanbieder – publiciteit zou mogen maken voor deze diensten. Dit verbieden lijkt immers in te gaan tegen de vrijheid van handel, het gelijkheidsbeginsel en de vrijheid van dienstverlening. Indien bepaalde dienstverleners het verbod naleven en andere niet, dreigt tevens afbreuk te worden gedaan aan de eerlijke concurrentie. Daarenboven zijn seksuele betrekkingen tussen instemmende volwassenen niet (altijd) verboden en is het hebben van consensuele seks met een partner naar keuze zelfs een fundamenteel recht. Net zoals bij §2 rijzen dan ook vragen bij het feit dat reclame voor diensten strafbaar wordt gesteld die op zich niet illegaal zijn. Ook tijdens de voorbereidende werken werd dit meermaals opgeworpen.¹⁰⁶ Volgens het Hof van Cassatie is het gebrek aan onderscheid echter verantwoord omwille van het feit dat niet enkel de bestrijding van seksuele uitbuiting werd beoogd, maar ook en vooral de bescherming van de zedelijkheid van minderjarigen.¹⁰⁷ Het is uiteraard wel zo dat ter bescherming van het algemeen belang en in het bijzonder de minderjarige, reclame voor dergelijke dienstverlening binnen bepaalde grenzen dient te worden gehouden. Er dient evenwel een evenwicht te worden gevonden tussen deze doelstelling enerzijds, en de andere betrokken belangen anderzijds.

1.4. Reclame die aanzet tot seksuele exploitatie (art. 380ter, §3, tweede lid Sw.)

Art. 380ter, §3, tweede lid Sw. bepaalt:

“Met dezelfde straffen wordt gestraft hij die door enig reclamemiddel aanzet, door de toespeling die erop wordt gemaakt, tot de seksuele exploitatie van minderjarigen of meerderjarigen, of van zulke reclame gebruik maakt naar aanleiding van een aanbod van diensten.”

¹⁰³ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 159, nr. 182.

¹⁰⁴ Voorstel van wet (A.M. LIZIN et al.) tot invoeging van een artikel 380ter in het Strafwetboek over het betalen voor seksuele dienstverlening, *Parl.St.* Senaat 2000-01, nr. 2-856/1.

¹⁰⁵ Zie *infra*, hoofdstuk II.

¹⁰⁶ *Supra* 14, noot 82.

¹⁰⁷ Cass. (2^{de} k.) 20 november 2001.

43. Ook deze bepaling bestond reeds bij de invoering van art. 380^{ter} Sw. Zij werd oorspronkelijk toegevoegd aan het oude art. 380^{quater} Sw. door de wet van 9 maart 1993¹⁰⁸ en werd licht gewijzigd overgenomen door de wet van 27 maart 1995.¹⁰⁹ In het oorspronkelijke wetsvoorstel was hiervan echter geen sprake.¹¹⁰ Om het (pedofiele) sekstoerisme naar (derdewereld)landen tegen te gaan, werd het beteugelen van reclame echter eveneens noodzakelijk geacht.¹¹¹ Hiertoe werd een amendement ingediend, dat overigens zonder enige discussie eenparig werd aangenomen.¹¹² Hoewel reeds bestaande strafbepalingen¹¹³ zouden toelaten deze praktijken te vervolgen, werd het zekerder geacht om de seksuele uitbuiting van voornamelijk kinderen in Azië uitdrukkelijk te viseren.¹¹⁴ Na lezing van de betreffende bepaling, komt men echter meteen tot de conclusie dat zij veel ruimer is. Hieronder volgt een overzicht van de precieze toepassingsvoorwaarden.

1.4.1. Door enig reclamemiddel

Voor een nadere toelichting bij deze toepassingsvoorwaarde kan worden verwezen naar *supra* 15, punt 1.3.2.

1.4.2. Aanzetten tot de seksuele exploitatie van minderjarigen of meerderjarigen

44. Vooreerst kan worden opgemerkt dat het begrip seksuele exploitatie veel ruimer is dan het begrip sekstoerisme en ook andere vormen van seksuele uitbuiting kan omvatten, bijvoorbeeld met betrekking tot de verkoop van pornografisch materiaal of in het kader van een schijnhuwelijk.

Het begrip seksuele exploitatie kan worden omschreven als een winstgevende activiteit die men wil realiseren via de seksuele activiteit van een persoon, ongeacht diens toestemming.¹¹⁵ Ook de persoon die uit de vrijwillige prostitutie van een ander financieel voordeel haalt kan derhalve worden bestraft. DE NAUW stelt zich echter de vraag of de exploitatie altijd een financiële vorm moet aannemen.¹¹⁶ M.i. zal dit bijna steeds het geval zijn. Het is echter niet uitgesloten dat er ook een voordeel in natura verkregen wordt, bijvoorbeeld indien men in ruil voor seks met een ander een partij drugs of wapens ontvangt. Ook kan men denken aan de situatie waarbij men kamers met het oog op prostitutie ter beschikking stelt van een criminele organisatie in ruil voor bescherming tegen andere criminelen.

¹⁰⁸ Art. 14 Wet Huwelijksbureaus.

¹⁰⁹ Zo werd 'publiciteit' vervangen door 'reclame', 'uitbuiting' door 'exploitatie' en 'volwassenen en kinderen' door 'meerderjarigen en minderjarigen'.

¹¹⁰ Wetsvoorstel (E. TOMAS) ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/1; Wetsontwerp ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/1.

¹¹¹ Verslag bij het wetsvoorstel ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/6, 22; Verslag bij het wetsontwerp ertoe strekkende de opening en exploitatie van de huwelijksbureaus te regelen en te controleren *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/2, 4.

¹¹² Amendement nr. 10 bij het wetsvoorstel ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/2, 6 en 7; zie ook wetsvoorstel (Y. YLIEFF) tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 383^{bis} met het oog op de bestraffing van reclame voor in België of in het buitenland gelegen plaatsen van prostitutie en ontucht, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 549/1.

¹¹³ Zoals (oud) art. 380^{quater}, tweede lid (huidig art. 380^{ter}, §3, eerste lid Sw.) en art. 383 Sw.

¹¹⁴ *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/2, 7.

¹¹⁵ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 268; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 509-510, nr. 454.

¹¹⁶ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 163, nr. 196.

45. Er dient te worden opgemerkt dat reclame die tot doel of tot gevolg heeft de seksuele exploitatie van minderjarigen direct of indirect te *vergemakkelijken* reeds strafbaar is op grond van art. 380ter, §1, tweede lid Sw., dat hierna in het volgende punt zal worden besproken. In tegenstelling tot voorgaande bepaling, is hier echter het loutere *aanzetten* tot seksuele exploitatie reeds voldoende. Van zodra de reclame hiertoe op één of andere manier *kan* leiden, is zij derhalve verboden.¹¹⁷ De daadwerkelijke exploitatie is dus niet vereist. STEVENS wijst er op dat het ‘aanzetten met enig reclamemiddel’ dan ook kan worden begrepen als het ‘gebruik maken van enige reclamemiddel’. Indien men in zijn reclame simpelweg zinspeelt op de seksuele exploitatie, is men immers strafbaar. De aanzetter moet er bijgevolg niet noodzakelijk zelf toe over gaan en moet niet als een soort mededader of medeplichtige kunnen worden beschouwd.

46. Deze ruime omschrijving en het feit dat zij ook van toepassing is op meerderjarigen uit zich wel in een lagere straf.¹¹⁸

1.4.3. Of van zulke reclame gebruik maken naar aanleiding van een aanbod van diensten

47. Gelet op de hierboven uiteengezette interpretatie van de eerst zinsnede van §3, tweede lid, worden in de tweede zinsnede in feite quasi dezelfde gedragingen geïllustreerd. Het enige verschil is dat in het tweede geval de specifieke situatie wordt beoogd van bijvoorbeeld de reisorganisator, die naar aanleiding van het aanbod van een reis, gebruik maakt van reclame waarin wordt gerefereerd aan het sekstoerisme op een bepaalde bestemming. Uit de woorden ‘een aanbod van diensten’ kan immers worden afgeleid dat de diensten hier op zichzelf niet van seksuele aard moeten zijn. Hierin verschilt deze laatste verbodsbepaling van de vorige. Zo zal in bovenstaand voorbeeld de reisorganisator kunnen worden bestraft ook al is de dienst die hij aanbiedt zelf niet van seksuele aard.

48. Hoewel ook huwelijksbemiddeling en schijnhuwelijken worden geïllustreerd, dient echter te worden opgemerkt dat het toepassingsgebied niet beperkt blijft tot de situaties die beoogd worden door de Wet Huwelijksbureaus. Hieruit volgt dat elk gebruik van een reclamemiddel die allusie maakt op seksuele exploitatie verboden is, ook al gebeurt dit in het kader van een aanbod van diensten die geen betrekking hebben op huwelijksbemiddeling.¹¹⁹

1.4.4. Beschouwingen bij art. 380ter, §3, tweede lid Sw.

49. Zoals uit de bovenstaande bespreking van de toepassingsvoorwaarden blijkt, is deze bepaling – hoe kan het ook anders – opnieuw zeer ruim, mogelijks zelf nog ruimer dan de voorgaande. Waar deze laatste steeds de reclame voor een seksuele dienst op zichzelf tot voorwerp hebben, is dit hier immers slechts onrechtstreeks het geval. Alle reclame met betrekking tot één of andere dienst die door een toespeling aanzet tot seksuele exploitatie, kan er immers onder vallen. Niet enkel de reisorganisator, maar ook andere dienstverleners die in hun publiciteit allusie zouden maken op één of andere vorm van seksuele uitbuiting lijken dus te worden geïllustreerd. Maar wat moet precies onder het ‘zinspelen op seksuele exploitatie’ worden verstaan?

¹¹⁷ Zie amendement nr.10, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/2, 7, waar gesproken wordt van personen die van de seksuele exploitatie een verkoopargument maken; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 268; L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 524, nr. 470; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 166, nr. 200.

¹¹⁸ Vgl. art. 380ter, §1, 2^{de} lid Sw. (gevangenisstraf van 3 maand tot 3 jaar) en art. 380ter, §3, 2^{de} lid Sw. (gevangenisstraf van 1 maand tot 1 jaar).

¹¹⁹ *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/2, 11; zie L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 524, noot 2417.

Wie zichzelf deze vraag stelt, merkt meteen dat er geen eenduidig en objectief antwoord bestaat. Veel zal afhangen van de specifieke context van de reclame en de manier waarop zaken worden voorgesteld.

50. Eén en ander brengt dus mee dat de bepaling de rechtszekerheid en het legaliteitsbeginsel niet ten goede komt. Mede gelet op het feit dat bestraffing van seksreclame op zich al eerder theoretisch is en spanningen creëert, lijkt een dermate ruime, ongenueanceerde en onduidelijk omschrijving al helemaal uit den boze. Hoewel een publiciteitsverbod voor sekstoerisme gerechtvaardigd kan worden op grond van Aanbeveling R (91) 11¹²⁰, wordt in dit internationaal instrument slechts het overleg tussen de reissector en de overheid vooropgesteld. Enig wetgevend optreden wordt dan ook niet vereist. Samen genomen met het feit dat niet enkel sekstoerisme, maar ook andere vormen van seksuele exploitatie worden beoogd en dat de loutere zinspeling in reclame voldoende blijkt, is de wetgever hier m.i. toch wel redelijk kort door de bocht gegaan. De vraag stelt zich of men een dergelijk ruime interpretatie destijds wel voor ogen had. Daarbij komt nog dat de bepaling ook enigszins overbodig is. Indien men bij een aanbod van een bepaalde dienst bijvoorbeeld aangeeft dat ook diensten kunnen worden verkregen inzake prostitutie of teleseks en/of indien melding wordt gemaakt van minderjarigen of de reclame op hen gericht is, is men immers reeds strafbaar op grond van respectievelijk §3, §2 en §1 van art. 380ter Sw. Ook wanneer de reclame de seksuele exploitatie van minderjarigen zou vergemakkelijken is dit het geval. Reclame voor de verkoop van pornografisch materiaal lijkt dan weer reeds strafbaar te zijn op grond van de bepalingen inzake pornografie.¹²¹ Sekstoerisme lijkt dus zowat de enige seksuele dienst te zijn waarvoor de laatste verbodsbepaling nog nuttig en noodzakelijk kan zijn. En ook dan kan, wanneer de reclame vernederend is en plaatsvindt in het kader van een huwelijksbemiddeling, reeds een beroep worden gedaan op de Wet Huwelijksbureaus.¹²²

1.5. Verzwarende omstandigheid indien de ontucht, prostitutie of seksuele exploitatie van minderjarigen wordt vergemakkelijkt (art. 380ter, §1, tweede lid Sw.)

Art. 380ter, §1, tweede lid Sw. stelt:

“Indien de in het eerste lid bedoelde reclame tot doel of tot gevolg heeft, direct of indirect, dat prostitutie of ontucht van een minderjarige of zijn exploitatie voor seksuele doeleinden wordt vergemakkelijkt, is de straf drie maanden tot drie jaar gevangenisstraf en geldboete van driehonderd [euro] tot drieduizend [euro]”.

51. Hoewel deze bepaling een verzwarende omstandigheid is bij art. 380ter, §1, eerste lid Sw., leunt zij qua delictomschrijving meer aan bij §3, eerste en tweede lid, en wordt daarom hier pas besproken. Wat de begrippen ontucht, prostitutie en seksuele exploitatie betreft, kan worden verwezen naar hetgeen hierboven werd uiteengezet. De specifieke toepassingsvoorwaarden worden hieronder geëxpliciteerd.

¹²⁰ Maatregel C.5. van Aanbeveling R (91) 11, waarin de lidstaten wordt aanbevolen maatregelen te treffen om reisbureaus te overtuigen op geen enkele wijze reclame te maken voor sekstoerisme.

¹²¹ Cf. art. 383, derde en vierde lid en art. 383bis Sw.

¹²² Art. 12 Wet Huwelijksbureaus. Cf. *infra* 37, nr. 99.

1.5.1. Reclame bedoeld in art. 380ter, §1, eerste lid Sw.

52. Zoals gezegd, is art. 380ter, §1, tweede lid Sw. een verzwarende omstandigheid bij §1, eerste lid van hetzelfde artikel en heeft dan ook betrekking op de daarin bedoelde reclame. Dit betekent dat deze verzwarende omstandigheid slechts van toepassing is op eenieder die op enigerlei wijze, direct of indirect, reclame maakt die gericht is op minderjarigen of waarin gewag wordt gemaakt van diensten aangeboden door (vermeende) minderjarigen. Waar art. 380ter, §1, eerste lid Sw. een algemeen verbod inhoudt op dergelijke reclame, heeft het tweede lid eerder betrekking op het doel en de gevolgen van de publiciteit. Dit wordt duidelijk wanneer men de volgende toepassingsvoorwaarde van deze bepaling nader bekijkt.

1.5.2. Met direct of indirect doel of gevolg dat de prostitutie, ontucht of seksuele exploitatie van minderjarigen wordt vergemakkelijkt

53. Op dit punt is de wet opnieuw zeer ruim. De reclame kan immers zowel rechtstreeks als onrechtstreeks tot doel hebben de prostitutie of ontucht van minderjarigen te vergemakkelijken. Bovendien is zelfs niet vereist dat zij dit specifiek tot doel heeft, maar volstaat het dat dit gewoon het gevolg ervan is. Omgekeerd is het eveneens voldoende dat de reclame de prostitutie, ontucht of seksuele exploitatie tot doel heeft, zonder dat men daadwerkelijk moet zijn ingegaan op het hierin gedane aanbod.¹²³

54. Onder ‘vergemakkelijken’ wordt, zoals gezegd, het verlenen van hulp verstaan die de prostitutie, ontucht of seksuele exploitatie van de minderjarige mogelijk maakt.¹²⁴

1.5.3. Beschouwingen bij art. 380ter, §1, tweede lid Sw.

55. Waar §3, eerste lid bedenkingen oproept inzake de rechten en vrijheden die bij seksreclame betrokken zijn, is dit hier veel minder het geval. Minderjarigen worden immers iuris et de iure geacht om tot hun 14 jaar niet te kunnen toestemmen tot seksuele penetratie en tot hun 16 jaar tot andere seksuele handelingen.¹²⁵ Derhalve kunnen zij zich niet prostitueren, noch zelf beschikken over hun seksleven, bijvoorbeeld door via advertenties naar sekspartners op zoek te gaan. Zij moeten daarentegen tegen dergelijke praktijken worden beschermd omdat zij nog zeer kwetsbaar zijn. Dit geldt zelfs indien de seksuele meerderjarigheid wel al zou zijn bereikt. Kinderprostitutie dient immers ook dan te worden vermeden. Zeker in het geval van seksuele exploitatie, die in ieder geval strafbaar is, lijkt deze bepaling legitiem. Net als meerderjarigen, dienen minderjarigen in het bijzonder hiertegen te worden beschermd. Deze bijzondere bescherming rechtvaardigt m.i. tevens het ruime toepassingsgebied.

1.6. Handhaving van art. 380ter Sw.

56. Na bovenstaand overzicht van strafbare seksreclame in België, stelt zich de vraag naar de effectieve handhaving ervan.

¹²³ K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 251; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 198.

¹²⁴ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 511, nr. 456.

¹²⁵ Cf. art. 375, zesde lid resp. art. 372, eerste lid en art. 380, §5 Sw.

De strafbaarstellingen zijn immers slechts een lege doos indien zij in de praktijk niet worden vervolgd. Zoals gezegd, hebben zij tot nu toe echter weinig aanleiding gegeven tot effectieve veroordelingen. Dit was reeds vóór de wet van 13 april 1995 het geval. Zo werd tijdens de parlementaire voorbereiding van de Wet Huwelijksbureaus gewezen op het feit dat er in 1993 slechts 3 veroordelingen waren geweest op basis van het oude artikel inzake reclame voor ontucht en prostitutie.¹²⁶ Hoewel in 1996 – na de nieuwe strafbaarstelling en overigens ook kort na de Dutroux-affaire – een recordaantal van 20 zaken werd bereikt, bleek ook in de jaren daarna dit aantal niet exponentieel toe te nemen.¹²⁷ Dit schijnt nu nog steeds het geval te zijn. Op een recente vraag van de heer Annemans over het gebrek aan vervolging van seksreclame, antwoordde minister Turtelboom immers dat er inderdaad een (beperkt) gedoogbeleid is. Dit werd bevestigd door het College van Procureurs-generaal, althans indien de reclame geen kinderprostitutie, seksuele uitbuiting, mensenhandel of sekstoerisme betreft.¹²⁸

57. Een zeer bekende zaak is deze waarin onder andere de krant Het Laatste Nieuws uiteindelijk werd veroordeeld wegens de publicatie van seksadvertenties. Hoewel men niet over één nacht ijs ging, besloot het Hof van Cassatie uiteindelijk toch in deze zin.

Aanvankelijk had de correctionele rechtbank te Leuven de krant vrijgesproken.¹²⁹ Zij oordeelde immers dat reclame ‘inlichtingen’ zijn in de zin van art. 10 EVRM. Omdat de advertenties de eigen prostitutie betreffen, dat naar Belgisch recht niet strafbaar is, wordt art. 380^{ter} Sw. echter niet noodzakelijk geacht ter bescherming van de goede zeden, noch van de openbare orde. Bovendien zouden de mogelijk strafsancities onevenredig zijn ten aanzien van het beoogde doel. Mede gelet op het feit dat prostituees anders zouden worden gedwongen zich tot een prostitutienetwerk te wenden, meent de rechtbank dan ook dat hun recht op vrije meningsuiting zwaarder doorweegt. En zelfs indien het verbod wel legitiem zou worden geacht, gaat de rechtbank nog verder door te stellen dat de uitgevers hoe dan ook niet kunnen worden bestraft. De redenering is dat § 3 van het (oude) art. 380^{quinquies} Sw. – in tegenstelling tot de §§ 1 en 2 – immers niet uitdrukkelijk verwijst naar de uitgever van de reclame. Hierdoor zou enkel de prostituee of degene die de prostitutie van een ander vergemakkelijkt strafbaar kunnen zijn. Met dit laatste zouden echter enkel de daadwerkelijke contact- of verbindingspersonen worden bedoeld. De wet spreekt immers over *zijn* vraag of *zijn* aanbod, zodat de dader steeds *zelf* een aanbod of vraag zou moeten doen. De prostituee veroordelen was volgens de rechtbank al helemaal uit den boze, zodat de zaak werd afgesloten.

Van deze redenering wordt echter meteen brandhout gemaakt door het Hof van Beroep te Brussel.¹³⁰ Volgens het Hof kan reclame immers helemaal niet beschouwd worden als inlichtingen in de zin van art. 10 EVRM, aangezien hiermee geen gedachte of opvatting wordt uitgedrukt. Bovendien is het Hof van mening dat, zelfs al zou deze laatste bepaling toepasselijk zijn, een inmenging in ieder geval gerechtvaardigd is. Het verduidelijkt dat het doel van de wetgever immers was een evenwicht te vinden tussen het respect voor het recht op vrije meningsuiting en de bescherming van de maatschappij. Wat de strafrechtelijke verantwoordelijkheid van de uitgevers betreft, meent het Hof verder dat, ondanks het feit dat zij niet expliciet worden vermeld, de algemene regels van het Strafwetboek nog steeds van kracht blijven.

¹²⁶ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 19.

¹²⁷ DSB, Statistieken inzake de evolutie van seksuele misdrijven, www.dsb-spc.be.

¹²⁸ Vraag nr. 8788 van de heer Gerolf Annemans aan de minister van Justitie over "de blijvende publicatie van seksadvertenties in de media", *Hand.* Kamercommissie voor de Justitie 2011-2012, nr. 375, 14.

¹²⁹ Corr. Leuven 7 september 1999.

¹³⁰ Brussel (15^e k.) 20 november 2000.

De uitgevers hebben ontegensprekelijk en rechtstreeks meegewerkt aan de totstandkoming van het misdrijf, dat zonder hun medewerking niet zou zijn gepleegd zoals het in concreto is gepleegd. Daarenboven waren zij op de hoogte van alle feitelijke omstandigheden en van het feit dat de publicatie van dergelijke advertenties onder toepassing van de strafwet valt. Zelfs nadat ze al eens werden geïnterpelleerd, gingen ze immers gewoon door met publiceren. Zij kunnen volgens het Hof dan ook worden beschouwd als mededaders in de zin van art. 66 Sw., daar zij ontegensprekelijk rechtstreeks aan de uitvoering van het misdrijf hebben meegewerkt. Ten slotte worden ook de argumenten van de verweerders omtrent het vervolgingsbeleid afgewezen. De rechter kan en mag zich immers niet in de plaats stellen van de vervolgingsautoriteiten.

Uiteindelijk bevestigt ook het Hof van Cassatie deze zienswijze.¹³¹ Het voegt hier nog aan toe dat het gebrek aan onderscheid tussen georganiseerde uitbuiting en eigen prostitutie gerechtvaardigd is. Immers, de wetgever tracht deze bepaling niet enkel de seksuele uitbuiting te voorkomen, maar vooral de zedelijkheid van minderjarigen beschermen.

58. Naast deze veroordeling in hoofde van onder andere Het Laatste Nieuws, kan ook nog een zaak worden vermeld waarin reclame werd gemaakt voor een massage- en saunacomplex, waar men tevens sensuele massages en seks kon verkrijgen.¹³² De uitbaters van het complex werden schuldig bevonden aan zowel het houden van een huis van ontucht en prostitutie als de publicatie van seksreclame. Omdat een daadwerkelijke veroordeling echter buiten verhouding zou zijn met de gepleegde feiten en de betrokkenen zou declasseren en marginaliseren, beperkt de rechtbank zich tot de opschorting van de uitspraak.¹³³

59. Uit bovenstaande rechtspraak blijkt duidelijk dat er enerzijds verschillende vragen rijzen naar de legitimiteit van art. 380ter Sw. Zo lijkt deze bepaling op gespannen voet te staan met het recht op vrije meningsuiting. Het EHRM is reeds geconfronteerd geweest met deze kwestie, maar heeft er zich jammer genoeg nog niet over uitgesproken.¹³⁴ Hier zat het gebrek aan vervolging voor iets tussen. Zoals uit bovenstaande zaken blijkt, zijn rechters ook niet snel geneigd hiervoor effectief de bepaalde straffen op te leggen. Anderzijds kan dus tevens de opportuniteit en het nut van een strafrechtelijk verbod worden betwijfeld. Het is hoe dan ook duidelijk dat art. 380ter Sw. diverse spanningsvelden creëert, zeker in de gevallen dat de seksuele dienstverlening op zich niet strafbaar is.

2. Andere voor (seks)reclame relevante regelgeving

60. Vooraleer de verschillende seksuele diensten en media, alsook de hiervoor specifieke regelingen zullen worden besproken, dient vooreerst te worden stilgestaan bij een aantal regels die betrekking hebben op reclame in het algemeen. Om tot een besluit te kunnen komen inzake de legitimiteit, de opportuniteit en de toekomst van art. 380ter Sw., dient immers te worden nagegaan hoe deze problematiek in al zijn facetten reeds door andere instrumenten wordt geregeld.

¹³¹ Cass. (2^e k.) 20 november 2001.

¹³² Corr. Dendermonde 8 april 2003, *T.Strafr.* 2004, afl. 26, 193-196.

¹³³ S. VANDROMME, "Strafrechter breekt lans voor wettelijke regeling exploitatie voor prostitutie", *Juristenkrant* 25 juni 2003, afl. 72, 7.

¹³⁴ EHRM 15 juni 2006, nr. 63403/00, S.B. en D.B./België, *AM* 2006, afl. 4, 347 (weergave D. VOORHOOF).

2.1. Oneerlijke handelspraktijken en het ongevraagd toezenden van reclame via fax of geautomatiseerde oproepsystemen: de WMPC

61. Vooreerst kan de wet betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming worden vermeld. Deze wet bevat enerzijds een aantal regels inzake oneerlijke handelspraktijken.

Zo bepaalt art. 88 WMPC dat een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie en derhalve op onwaarheden berust misleidend is en dus verboden. Hierbij kan worden gedacht aan de alom bekende praktijk van SMS-diensten waarbij vrouwen worden voorgesteld die zagezegd op zoek zijn naar een (seks)partner, maar waarbij het in werkelijkheid fictieve profielen betreft. Wegens het aanklagen van deze praktijken, wordt dit nu meestal uitdrukkelijk vermeld. Zo worden situaties vermeden waarbij mannen in de waan worden gelaten en aan het lijntje worden gehouden, terwijl het in werkelijkheid niet meer is dan een fantasie. Dit specifieke probleem wordt reeds opgevangen door het principe dat reclame niet misleidend mag zijn. Het beginsel van de eerlijkheid van reclame wordt eveneens benadrukt in heel wat specifieke regelgeving.¹³⁵ Ook de instanties die over deze regels waken, kunnen hier dus een rol spelen.

Verder verbiedt art. 95 elke met de eerlijke marktpraktijken strijdige daad waardoor de beroepsbelangen van (een) andere onderneming(en) worden geschaad. Dit artikel zou eventueel kunnen worden toegepast wanneer bepaalde ondernemingen art. 380^{ter} Sw. wel naleven en andere niet, waardoor de eerste een concurrentienadeel ondervinden ten opzichte van de laatste. Hierop zal verder worden ingegaan in het onderzoek naar de legitimiteit.¹³⁶

62. Daarnaast kan ook melding worden gemaakt van art. 100 WMPC, dat betrekking heeft op ongewenste communicatie. Krachtens deze bepaling is het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en van faxen voor specifiek aan natuurlijke personen gerichte reclame, zonder hun voorafgaande en geïnformeerde toestemming, verboden. Via deze kanalen zullen private personen dus in principe geen seksreclame mogen ontvangen, tenzij zij daar vooraf in hebben toegestemd. Deze regeling heeft echter een zeer beperkt toepassingsgebied en in de praktijk wordt (seks)reclame meestal via andere media gevoerd. Wat ongevraagde communicaties via elektronische post betreft, kan worden verwezen naar de in het volgend punt uiteengezette regeling, die grotendeels hetzelfde principe huldigt.

2.2. Het ongevraagd toezenden van commerciële communicatie via elektronische post: de anti-spamregeling

63. Zoals gezegd, bestaat naast de bepalingen van de WMPC eveneens een regeling inzake het ongevraagd toezenden van commerciële communicatie via elektronische post. Deze ligt vervat in de Europese richtlijn betreffende de privacy en de elektronische communicatie en de Belgische wet betreffende bepaalde juridische aspecten van de informatiemaatschappij.¹³⁷

¹³⁵ Zie bv. art. 52 Vlaams Mediadecreet; art. 14, §6 Franstalig Mediadecreet; Artt. 11 en 44 Ethische Code voor de Telecommunicatie; Artt. 3 en 5 ICC-code.

¹³⁶ *Infra* 91, nr. 241.

¹³⁷ Richtlijn 002/58/EG 12 juli 2002 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie, *Pb.L.* 31 juli 2002, afl. 201, 37-47 (hierna verkort 'Richtlijn privacy en elektronische communicatie'); Wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *BS* 17 maart 2003 (hierna verkort 'Anti-spamwet').

64. Voorafgaand dient te worden opgemerkt dat de term ‘elektronische post’ hier een zeer ruime invulling krijgt. Dit begrip wordt namelijk gedefinieerd als een “*tekst-, spraak-, geluids- of beeldbericht dat over een openbaar communicatienetwerk wordt verzonden en in het netwerk of in de eindapparatuur van de ontvanger kan worden opgeslagen tot het door de afnemer wordt opgehaald*”.¹³⁸ Derhalve valt niet alleen reclame via e-mail, doch ook ongevraagde berichtjes via SMS/MMS, instant messaging (spim) en (video)chat onder het toepassingsgebied.¹³⁹

65. Met betrekking tot natuurlijke personen wordt – naar analogie met de WMPC – alle ongevraagde communicatie verboden, tenzij men daarin vooraf toestemt (‘opt in’).¹⁴⁰ In een bestaande klantenrelatie, en voor zover het reclame betreft voor gelijkaardige producten, wordt het systeem echter omgekeerd (‘opt out’).¹⁴¹ Dan mag ongevraagde commerciële communicatie worden toegezonden, maar moet de uitdrukkelijke mogelijkheid worden geboden om hiertegen gemakkelijk en kosteloos bezwaar te maken.

66. Voor rechtspersonen werden de regelingen van de lidstaten onverlet gelaten.¹⁴² In België is het in beginsel toegestaan om rechtspersonen ongewenste reclame toe te sturen.¹⁴³ Iedere rechtspersoon heeft evenwel het recht om zich hier persoonlijk bij de dienstverlener tegen te verzetten en moet op deze mogelijkheid worden gewezen (‘opt out’).¹⁴⁴ Bovendien is commerciële correspondentie slechts geoorloofd indien dit gebeurt naar zogenaamde onpersoonlijke e-mailadressen, zoals info@, contact@ of klantendienst@domeinnaam.be.

2.3. Zelfregulering in de reclamesector: soft law

67. Behoudens bovenstaande wetgeving wordt de reclamesector in België eveneens gereguleerd door zogenaamde soft law. Dit zijn regels die door de sector zelf worden uitgewerkt en vrijwillig worden aanvaard. Zij worden meestal tot stand gebracht via op zelfdisciplinerende gebaseerde organen. Het moederdocument op dit vlak is de Code voor reclame en marketingcommunicatie van de Internationale Kamer van Koophandel. In België zijn de organen inzake zelfregulering de Raad voor de Reclame en de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (JEP).

Voor de volledigheid kan ook nog de European Advertising Standards Alliance (EASA) worden vermeld.¹⁴⁵ Dit is een internationale NGO die de zelfdisciplinaire organen uit de verschillende landen verenigt met het oog op het bevorderen van een ethisch verantwoorde reclamesector. Deze neemt echter zelf geen beslissingen of stelt zelf geen regels op, maar speelt eerder een faciliterende rol ten aanzien van de nationale organisaties. Zij zal daarom niet verder worden besproken.

¹³⁸ Art. 2, h) Richtlijn privacy en elektronische communicatie; Art. 2, 2° Anti-spamwet.

¹³⁹ P. VAN EECKE, “Over spim en spam. De anti-spamwetgeving in België”, 12 oktober 2006, www.itprofessional.be/blogs/61615/over-spim-en-spam.

¹⁴⁰ Art. 13, eerste lid Richtlijn privacy en elektronische communicatie; art. 14, §1 Anti-spamwet.

¹⁴¹ Art. 13, tweede lid Richtlijn privacy en elektronische communicatie; Art. 14, §1 Anti-spamwet; art. 1, 1° KB van 4 april 2003 tot reglementering van het verzenden van reclame per elektronische post, BS 28 mei 2003 (hierna verkort ‘KB 4 april 2003’).

¹⁴² Overweging 45 Richtlijn privacy en elektronische communicatie.

¹⁴³ Art. 1, 2° KB 4 april 2003.

¹⁴⁴ Art. 2 KB 4 april 2003.

¹⁴⁵ Cf. www.easa-alliance.org.

2.3.1. De ICC-Code voor reclame en marketingcommunicatie¹⁴⁶

68. De ICC-Code inzake reclame vormt al sinds 1937 de leidraad voor verschillende zelfregulerende organisaties over de hele wereld en vermindert zodoende de noodzaak aan wettelijk optreden. Ook de JEP baseert zich op dit gezaghebbend document.

69. Wat seksreclame betreft, kan vooreerst melding worden gemaakt van art. 2 ICC-Code dat bepaalt dat marketingcommunicatie geen beweringen of audio-/visuele elementen mag bevatten die in strijd zijn met de hedendaagse fatsoennormen van het betreffende land en cultuur. Daarnaast wordt ook het respect voor de menselijke waardigheid vooropgesteld en het beginsel dat geen discriminatie op basis van onder andere geslacht mag worden aangemoedigd of getolereerd.¹⁴⁷ In dit kader specificiert art. 12 ICC-Code verder dat reclame geen enkele persoon of groep personen, bedrijf of organisatie mag kleineren, belachelijk maken of in diskrediet brengen. Hierbij kan in de eerste plaats gedacht worden aan het gebruik van termen als 'slet' of 'goedkope del'. Ook reclame die allusie maakt op een bepaalde leeftijd zou hieronder kunnen vallen, zoals reclame die verwijst naar of gericht is op minderjarigen. Maar net zoals bepaalde mensen minderjarigen verkiezen, prefereren anderen oudere vrouwen. Wanneer dit ingaat tegen de goede zeden en van dien aard is de betreffende bevolkingsgroep te onteren, zal reclame voor seksuele diensten met bejaarde vrouwen m.i. in bepaalde gevallen eveneens niet door de beugel kunnen. Tot slot kan ook nog reclame worden vermeld waarin men zich minachtend uitlaat ten opzichte van holebi's of een bepaald ras of nationaliteit bevat.

2.3.2. De Raad voor de Reclame en de JEP

70. Zoals gezegd, wordt in België de bevordering van zelfregulering in de reclamesector opgenomen door de Raad voor de Reclame, een vzw die is samengesteld uit en gefinancierd wordt door de betrokken beroepsorganisaties. Onder haar leden ressorteren de adverteerders, de communicatiebureaus en de diverse reclamemedia.¹⁴⁸ Eén van de opdrachten van deze Raad is de ontwikkeling van zelfdisciplinaire codes. Als voorbeeld kunnen de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS-diensten worden aangehaald, die in het volgend punt bij deze specifieke vorm van dienstverlening zullen worden toegelicht.

71. Om het ethisch karakter van reclame in België te bewaken, werd in 1974 door de Raad de JEP opgericht. Dit is een zelfdisciplinair orgaan dat klachten kan behandelen van het publiek. Zij baseert zich hierbij enerzijds op de toepasselijke wetgeving, maar anderzijds ook op zelfdisciplinaire codes.¹⁴⁹ Haar bevoegdheid is niet beperkt tot een bepaald medium of soort van seksuele dienstverlening. Zij kan dan ook de inhoud onderzoeken van reclame in diverse massamedia, zoals kranten en tijdschriften, huis-aan-huisbladen, affichage, het internet en gepersonaliseerde mailings.¹⁵⁰ Er dient echter te worden opgemerkt dat de JEP geen juridische adviezen kan geven. Ook kan zij zich onthouden indien de zaak aan een gerechtelijke instantie of een ander officieel controleorgaan werd voorgelegd.¹⁵¹

¹⁴⁶ Consolidated Code on advertising and marketing communication practice, Doc. nr. 240-46/660, ICC 15 September 2011, www.iccwbo.org (hierna verkort ICC-Code).

¹⁴⁷ Art. 4 ICC-Code.

¹⁴⁸ www.raadvoordereclame.be.

¹⁴⁹ Art. 1, derde lid Reglement van de JEP, www.jep.be (hierna verkort Reglement JEP).

¹⁵⁰ Art. 2, vijfde lid Reglement JEP. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld de ETC, en de VRM en de CSA. Cf. *infra* punt 3.1.1. resp. 3.2.2.

¹⁵¹ Art. 2, derde en zesde lid Reglement JEP.

Na het onderzoek kunnen drie soorten beslissingen worden genomen.¹⁵² Indien geen schending kan worden weerhouden, zal de JEP zich logischerwijze onthouden van enige opmerking. Als daarentegen wel een inbreuk wordt vastgesteld, kan de wijziging of stopzetting van de reclame worden bevolen. Wanneer hier geen gevolg aan wordt gegeven, kan de Jury een schorsingsaanbeveling aan de media richten.¹⁵³ Voor reclame die slechts een voorbehoud oproept inzake fatsoen of goede smaak, zal de Jury echter – omwille van de subjectiviteit van deze beoordeling – slechts een advies van voorbehoud formuleren. Dit impliceert dat het oordeel over het gevolg dat eraan moet worden gegeven wordt overgelaten aan de degene die de reclame verspreidt. Wat seksreclame betreft, zal de JEP dit dan ook niet zonder meer kunnen verbieden. Omwille van de vrijwilligheid van het systeem kan deze instantie overigens in geen enkel geval daadwerkelijk sanctionerend optreden.¹⁵⁴ Het gezag van haar beslissingen is immers afhankelijk van de waarde die daaraan wordt gehecht door de aangesloten leden bij de Raad voor de Reclame en op hun beurt door diens aangeslotenen. Hoewel zij geen wettelijk bindende beslissingen kan nemen, heeft dit tot voordeel dat de inmenging in de reclamesector beter wordt aanvaard. Er kan dan ook worden verwacht dat het oordeel van de JEP meestal wel zal worden gevolgd.

Deze instantie kan zich daarenboven ook reeds a priori uitspreken over bepaalde reclame wanneer het hierom wordt verzocht, doch opnieuw enkel na verzoek. Sedert 2008 kan de JEP immers niet meer op eigen initiatief optreden.¹⁵⁵ Dit is m.i. betreurenswaardig. Vanwege de vrijwilligheid van het systeem lijkt het opleggen van een preventieve controle hier immers net wel nog gerechtvaardigd. Bovendien is voorkomen nog altijd beter dan genezen. Het lijkt dan ook wenselijker dergelijke zaken aan te pakken vóór minderjarigen ermee worden geconfronteerd, uitbuiters en mensenhandelaars nieuwe slachtoffers maken of adverteerders ettelijke euro's uitgeven aan een reclamecampagne die achteraf toch verboden wordt.

72. Naast het handhaven van de toepasselijke regels, kan de JEP verder ook zelf regels vaststellen. Hoewel inzake seksreclame geen specifieke codes bestaan, zijn er wel een aantal van deze regels die in dit kader relevant kunnen zijn, met name deze inzake de voorstelling van de persoon. Zij vormen de concretisering van een aantal in de ICC-Code uiteengezette basisprincipes. Vooreerst specificieert regel 2 met betrekking tot art. 2 ICC-Code dat *“dient vermeden te worden dat reclame de mens in diskrediet brengt of op een onbehoorlijke manier uitbuit door een beeld te verspreiden dat zijn waardigheid aantast en indruist tegen het fatsoen waardoor het publiek gechoqueerd of geprovoceerd wordt.”* Men dient hierbij rekening te houden met de toon of de uitvoering op visueel vlak. Ook mag de voorstelling van het menselijk lichaam of een gedeelte ervan niet onfatsoenlijk of obscene zijn. Verder kan ook regel 3 inzake art. 4 ICC-Code worden vermeld. Zo moet worden vermeden dat minachting of spotternij verwekt wordt en dienen opvattingen aangaande de minder- of meerderwaardigheid van een persoon in functie van zijn sociale bevolkingsgroep te worden tegengegaan. Ook dienen de reclamemakers overeenkomstig regel 4 *“te vermijden dat ze zouden bijdragen tot het bestendigen van sociale vooroordelen of van stereotypes die indruisen tegen de maatschappelijke evolutie of tegen de gangbare gedachtegang binnen de bevolking.”* Tot slot wordt verduidelijkt dat men zal vermijden om op een menonwaardig wijze onderwerping en afhankelijkheid te suggereren en tevens om op een instemmende wijze het domineren of uitbuiten van een persoon door een ander voor te stellen.

¹⁵² Zie art. 2, eerste lid Reglement JEP.

¹⁵³ Art. 10 Reglement JEP.

¹⁵⁴ D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, Brussel, Larcier, 2011, 660, nr. 1 (hierna verkort D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*).

¹⁵⁵ D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, 660, nr. 2.

73. Uit dit overzicht blijkt dat ook de JEP inzake seksreclame een rol te spelen heeft. Steeds meer mensen lijken zich vragen te stellen bij de alom aanwezige seksualisering. Uit statistieken van de EASA blijkt dat het aantal klachten over de goede smaak en het fatsoen van reclame de laatste jaren exponentieel is toegenomen.¹⁵⁶ In 2010 betrof één vierde van de klachten dergelijke bezwaren. Niet enkel de reclame voor seksuele dienstverlening op zich, maar ook en vooral ongepastheden in andere reclame worden meer en meer als ‘not done’ ervaren. De klachten hebben voornamelijk betrekking op het aanstootgevend karakter van de reclame (61%), en in minder mate op de ongepastheid voor minderjarigen (19%) en de afbeelding van een bepaalde sekse (18%).

74. Specifiek met betrekking tot seksreclame heeft de JEP in België tot nu toe slechts twee beslissingen genomen.

Een eerste klacht had betrekking op een tv-spot voor teleseks, die een schaars geklede vrouw toonde, gevolgd door een vrouwenstem die zei: “*Vurige vrouwen hebben zin in een heet avontuurtje met jou*”. De klager vond dit ongepast, mede gelet op het feit dat onmiddellijk daarna reclame voor luiers werd uitgezonden. Omdat de reclame echter na 24 uur werd uitgezonden en de Jury zich bovendien niet kan uitspreken over de samenstelling/volgorde van de reclameboodschappen, werden echter geen opmerkingen geformuleerd.¹⁵⁷ De JEP oordeelt hier m.i. terecht, daar een evenwicht tussen beide belangen betekent dat iedereen wat water bij de wijn doet. In dat opzicht lijkt de klacht inderdaad overdreven.

Ook de tweede zaak betrof reclame via de audiovisuele media, zij het dit keer de radio. Een sensuele vrouwenstem prikkelde de seksuele fantasie en nodigde uit haar te ontmoeten. Daarna legde een mannenstem uit naar welk nummer de meisjes (02-nummer) en naar welk de jongens (077-nummer) dienden te bellen om elkaar te ontmoeten. Hoewel de adverteerder de spot reeds had ingetrokken, wou de Jury toch nog de werkelijke aard van de diensten onderzoeken. Uit het feit dat zij tot conformiteit aan de Ethische Code besluit, kan worden afgeleid dat het hier wel degelijk om reële dating ging, maar waarbij het regelen van afspraken – althans voor de mannelijke bevolking – via een betaalnummer verloopt.¹⁵⁸ In tegenstelling tot de eerstgenoemde zaak, betrof het hier dus niet teleseks als zodanig, maar wel seksdating.

3. De verschillende soorten seksuele diensten waarvoor en de verschillende media waarlangs publiciteit wordt gevoerd

75. De legitimiteit, opportuniteit en a fortiori de noodzakelijkheid van de hierboven beschreven reclameverboden, is enerzijds afhankelijk van de aard en intensiteit van de seksuele dienst waarvoor publiciteit wordt gevoerd en de toegankelijkheid van deze dienst. Anderzijds zal één en ander ook afhangen van het gebruikte medium. Bepaalde media zullen immers een groter publiek bereiken of specifiek meer toegankelijk zijn voor minderjarigen. Daarenboven verschilt ook de aanpak en de handhaving van medium tot medium. Hieronder volgt een overzicht en situering van de mogelijke seksuele diensten en media waarlangs zij worden gepromoot. Er zal tevens worden stilgestaan bij eventuele specifieke regelgeving.

¹⁵⁶ Van bijna 15 000 klachten in 2008 tot bijna 25 000 in 2010, Cf. EASA, Complaints Statistic Reports, www.easa-alliance.org/Publications/Statistics/page.aspx/375.

¹⁵⁷ JEP 16 maart 2010, TLI, www.jep.be.

¹⁵⁸ JEP 12 november 2002, M-tel 2000, www.jep.be.

3.1. De verschillende soorten seksuele diensten

3.1.1. Sekslijnen en SMS-diensten

76. Eén van de belangrijkste vormen van seksuele dienstverlening, waarvoor art. 380^{ter} Sw. zoals gezegd hoofdzakelijk werd ingevoerd, betreft de zogenaamde sekslijken en seksgerelateerde SMS-diensten. Iedereen is wel eens geconfronteerd geweest met reclame voor dergelijke diensten. De kranten staan er vol van en ook op TV wordt men in de late uurtjes door half ontblote dames aangespoord hen via een 090x-nummer op te bellen. Dergelijke publiciteit wordt, zoals gezegd, specifiek gevisieerd door art. 380^{ter}, §2 Sw.

77. Gelet op het feit dat steeds meer kinderen op alsmaar jongere leeftijd over een GSM beschikken, lijkt het inderdaad opportuun deze vorm van seksuele diensten zo min mogelijk voor hen toegankelijk te maken. Er dient immers te worden vermeden dat zij met dergelijke praktijken in contact komen nog voor zij enig begrip hebben van seksualiteit. Anders dreigt de evolutie naar een reële en volwassen seksualiteitsbeleving te worden gefnuikt. Ook moeten de soms catastrofale financiële gevolgen van het gebruiken van dergelijke telefoonlijnen worden afgewend. Het kind beseft immers niet altijd hoeveel geld dit eigenlijk kost of heeft meer in het algemeen nog geen besef van de waarde ervan. Ouders zien zich dan ook soms geconfronteerd zien met gigantische telefoonrekeningen.

Hoewel de doelstelling op het eerste zicht dus legitiem lijkt, rijst zoals gezegd echter de vraag of hiervoor geen minder ingrijpende oplossing voor handen is. Sinds de Wet Elektronische Communicatie, zijn telefoonmaatschappijen immers verplicht om de klanten kosteloos de mogelijkheid te bieden oproepen en/of SMS-berichten naar speciale nummers te blokkeren ('call barring').¹⁵⁹ Voor het geval men niet zou wensen dat het verkeer met deze diensten volledig wordt belemmerd, kan men tevens gebruik maken van het zogenaamde kinderslot. Dit bestaat uit een vergrendelfunctie waarvan enkel de ouders weten hoe dit ongedaan kan gemaakt worden. Een algemeen strafrechtelijk verbod leidt echter tot spanningen met de rechten en vrijheden van andere betrokken personen. Als beperkingen hierop al worden getolereerd, dienen zij een rechtmatig doel te dienen en moeten de middelen bovendien proportioneel zijn ten aanzien van deze doelstelling. Indien minder ingrijpende maatregelen mogelijk zijn, is hieraan echter niet voldaan.

78. Daarnaast voorziet bovengenoemde wet ook in de oprichting van een specifiek orgaan ten gevolge waarvan in deze sector specifieke regelgeving is komen te ontstaan. Wat SMS/MMS-diensten in het bijzonder betreft, werden zoals gezegd ook in de schoot van de JEP een aantal richtlijnen vastgesteld.

*Specifieke regelgeving: de Ethische Code voor de telecommunicatie*¹⁶⁰

79. Op basis van art. 134 Wet Elektronische Communicatie¹⁶¹ werd de Ethische Commissie voor de telecommunicatie opgericht.

¹⁵⁹ Art. 120 Wet Elektronische Communicatie; MB 12 december 2005 tot vaststelling van de categorieën uitgaande gesprekken en categorieën oproepen nummers waarvan de blokkering kosteloos aan de eindgebruikers aangeboden moeten worden, BS 16 december 2005.

¹⁶⁰ KB 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie, BS 21 juni 2011.

¹⁶¹ Wet 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, BS 20 juni 2005, zoals gewijzigd door Hoofdstuk 2 van de wet van 18 mei 2009 houdende diverse bepalingen inzake elektronische communicatie, BS 4 juni 2009 en Hoofdstuk 2 van de wet van 31 mei 2011, houdende diverse bepalingen inzake elektronische communicatie, BS 21 juni 2011.

Deze Commissie kreeg onder andere de opdracht om een Ethische Code vast te stellen.¹⁶² Hierin worden een aantal algemene bepalingen opgenomen waaraan deze vorm van dienstverlening, alsook reclame ervoor dient te voldoen. Daarnaast werden ook een aantal specifieke regels vastgesteld met betrekking tot erotische en seksuele diensten.

In art. 6 wordt vooreerst bepaald dat de diensten en de reclame ervoor niets mogen vergemakkelijken of aanmoedigen dat op enige manier onwettig is, zoals (kinder)pornografie, kinder- en gedwongen prostitutie, en seksuele uitbuiting. Verder mogen zij geen ernstige beledigingen of publieke verontwaardiging veroorzaken door te vernederen, ontëren, of verlagen door middel van onbehoorlijke, obscene of seksueel expliciete taal of afbeeldingen, tenzij in dit laatste geval in het kader van specifiek voor meerderjarigen bestemde diensten.¹⁶³ Specifiek met betrekking tot de bescherming van minderjarigen bepaalt art. 8 dat betaalnummers onder andere niet mogen worden gebruikt om seksuele diensten aan te bieden of te vergemakkelijken die zich, wegens het tijdstip van de uitzending, kunnen richten op minderjarigen.¹⁶⁴ Bovendien mag dergelijke reclame niet samenvallen met reclame die bestemd is voor een algemeen publiek.¹⁶⁵

Naast deze algemene regels, bevat de Ethische Code zoals gezegd ook nog een aantal specifieke bepalingen inzake ‘voor meerderjarigen bestemde betalende diensten’. Diensten die gesprekken van erotische aard organiseren of vergemakkelijken en zogenaamde ‘ontmoetingsdiensten’ worden steeds als dusdanig beschouwd.¹⁶⁶ Ontmoetingsdiensten zijn dating- of andere diensten die ertoe strekken gesprekken tot stand te brengen of berichten of bestanden uit te wisselen met als doel ontmoetingen tussen twee of meer personen te organiseren of te vergemakkelijken met het oog op het aanknopen van een liefdes- of seksuele relatie. Naar analogie met art. 380ter, §1 Sw., wordt bepaald dat dergelijke dienst geen verwijzingen mag bevatten die op enige manier de betrokkenheid van minderjarigen suggereren en dat het verboden is om reclame te maken voor deze diensten in publicaties of programma’s bedoeld voor minderjarigen of op websites die voor hen bestemd zijn.¹⁶⁷

80. Uit het bovenstaande blijkt meteen dat deze regelgeving – in feite contra legem – reclame voor seksuele dienstverlening via telefoonlijnen en SMS wel degelijk toestaat. Hoewel ook hier logischerwijze bepaalde beperkingen worden opgelegd, blijkt net uit deze beperkingen dat dergelijke reclame principieel toegelaten is. Op die manier ontstaan twee tegenstrijdige regelingen inzake hetzelfde onderwerp. Nemo censetur ignorare legem. Inderdaad, iedereen wordt geacht de wet te kennen. De vraag is alleen hoe.

81. De Ethische Commissie kan klachten ontvangen over overtredingen van de Ethische Code en hiervoor een boete opleggen of de activiteiten schorsen gedurende 1 tot 30dagen¹⁶⁸, bijvoorbeeld omwille van de ongepastheid van bepaalde reclame¹⁶⁹ of het ongevraagd krijgen van (betalende) SMS-berichten.

¹⁶² Art. 134, §2, eerste lid Wet Elektronische Communicatie.

¹⁶³ Art. 7, 6° Ethische Code voor de telecommunicatie.

¹⁶⁴ Cf. art. 380ter, §1 Sw.

¹⁶⁵ Art. 18 Ethische Code voor de telecommunicatie.

¹⁶⁶ Art. 77 Ethische Code voor de Telecommunicatie.

¹⁶⁷ Artt. 78 en 79 Ethische Code voor de Telecommunicatie.

¹⁶⁸ Artt. 134, §2, vierde lid en 134, §3, eerste lid Wet Elektronische Communicatie.

¹⁶⁹ De bescherming van minderjarigen tegen ongeschikte inhoud is overigens één van de prioriteiten van de Commissie. Cf. Mededeling nr. 2010/001 van 10 december 2010 betreffende de behandeling van klachten door het secretariaat van de Ethische Commissie, www.telethicom.be.

De Commissie kan echter slechts klachten ontvangen over gebeurtenissen die zich hebben voorgedaan na 1 juli 2011, zodat nog maar drie beslissingen werden genomen die echter geen betrekking hadden op seksuele dienstverlening.¹⁷⁰

Zelfregulering: GOF-richtlijnen inzake SMS/MMS-dienstverlening

82. Specifiek met betrekking tot SMS/MMS-diensten moeten tot slot ook nog de GOF-richtlijnen worden vermeld. Dit is een instrument van zelfregulering, die door de telecomoperatoren in de schoot van de Raad voor de Reclame en de JEP werd opgesteld. Het is slechts aanvullend bij bovengenoemde Ethische Code, die immers steeds primeert. Deze richtlijnen betreffen echter eerder het eerlijk en helder karakter van communicatie omtrent deze diensten, wat ons in dit onderzoek te ver zou leiden. Wat chatdiensten betreft, kan worden gewezen op het feit dat de dienstenaanbieder deze kan modereren en dat alle met de wet of met de regels van de dienstenaanbieder strijdige berichten onmiddellijk zullen worden geïsoleerd.¹⁷¹ Op die manier kan ongepaste inhoud, zoals seksreclame op daartoe niet bestemde chatdiensten, worden vermeden. Dit specifiek soort dienstverlening zal in het volgende punt worden besproken.

3.1.2. (Video)chat

83. Videochat is een moderne vorm van seksuele dienstverlening die grotendeels dezelfde functies vervult als een stripclub of peepshow, zij het dan een virtuele. Daarnaast bestaan ook diensten die enkel gewone chat aanbieden, te vergelijken met sekslijnen, maar dan via geschreven communicatie. (Video)chat wordt steeds verstrekt via een telecommunicatiemiddel, met name internet of GSM, zodat het eveneens onder de toepassing van art. 380ter, §2 Sw. ressorteert.

84. Meestal worden dergelijke diensten aangeboden tegen betaling, waardoor men eerst een profiel moet aanmaken. Zo worden minderjarigen op een dubbele manier in hun toegang beperkt. Enerzijds zal er immers enige controle mogelijk zijn op de leeftijd, terwijl anderzijds ook een bepaald bedrag moet worden betaald. Daarnaast bestaan echter ook vele gratis chatdiensten die niet primair op seks gericht zijn, maar waarbij seksualiteit toch steeds niet ver weg is. Een nieuwe hype in cyberspace is Chatroulette en andere sites met hetzelfde concept. Dit is een programma waarbij men via webcam kan chatten met personen van over de hele wereld. Op zich een leuk concept zou men denken, maar het is alom geweten dat hier – overigens net zoals bij gewone chatsites – ook vaak seksuele handelingen aan te pas komen.¹⁷² Al wie het zelf even uitprobeert, merkt onmiddellijk dat het systeem seksueel getint is. Ook en vooral op het internet, waar iedereen vrijuit zichzelf durft zijn, is seks een geliefkoosd onderwerp en ook via dit kanaal trachten velen hun seksuele behoeften te voldoen. Het probleem is echter dat Chatroulette alsook andere chatsites doorgaans voorgesteld worden als niet op seksualiteit gericht. Op die manier kunnen minderjarigen dan ook zeer eenvoudig en ongewild geconfronteerd worden met naakte personen, oneerbare voorstellen en allerlei seksuele handelingen.

¹⁷⁰ ECT 21 december 2011, nr. D-2011-02 en nr. D-2011-03; ECT 27 februari 2012, nr. D-2011-05, www.telethicom.be.

¹⁷¹ Regel C.2. GOF-richtlijnen, www.jep.be. Dit in tegenstelling tot het CAC, dat inzake de audiovisuele media de betrokkenheid van minstens één persoon noodzakelijk acht. Cf. *infra* 44, nr. 124.

¹⁷² Zie ook A. BENSCHOP, “Chatroulette: videochatten met wildvreemden”, Universiteit Amsterdam, 12 april 2011, www.sociosite.org/chatroulette.php.

Bovendien gaat de Belgische versie van dit concept, de website chatbar¹⁷³, nog verder. Op de deze site wordt immers expliciet verwezen naar seksueel getinte chatrooms. Hiervoor moet men dan wel betalen, maar op de site wordt benadrukt dat geen kredietkaart nodig is en dat dit ook via telefoon kan gebeuren. Tevens staan er verschillende links naar zogenaamde ‘gratis webcam’. Indien men hier op klikt, komt men zonder enige waarschuwing in een chatroom terecht waar men eerst even met de halfnaakte dames kan videochatten alvorens te betalen voor een privéshow. Het lijkt dan ook wenselijk om de toegang van dergelijke chatsites op één of andere manier te beperken. Bij gewone chatsites zijn meestal zogenaamde ‘moderators’ aanwezig die waken over het woordgebruik in de chatroom. Indien deze niet aangepast is aan de categorie, wordt men er uit gezet. Deze moderators hebben echter geen enkele controle op wat bepaalde personen privé – en niet in de algemene – chatroom tegen anderen zeggen. Men heeft wel de mogelijkheid om de privéfunctie uit te schakelen of te klagen tegen de moderator. Ook Chatroulette tolereert principieel geen obscene, beledigende of pornografische afbeeldingen en voorziet een meldknop. Deze site is in principe tevens slechts geschikt voor personen ouder dan 16 jaar. Nochtans worden deze voorschriften niet zichtbaar gehandhaafd.¹⁷⁴

85. Naast ‘cyberseks’ zelf, wordt vaak ook via dergelijke applicaties naar sekspartners op zoek gegaan. Fysieke dating betreft echter een andere dienst die in het volgende punt zal worden besproken.

86. Ook reclame voor andere seksuele dienstverlening is ten slotte niet uitgesloten. De toepassing van art. 380ter Sw. geldt immers ongeacht het gebruikte communicatiemiddel. Indien de adverteerder voor beroepsdoeleinden handelt en de ontvanger een private persoon is, is het bovendien volgens de anti-spamregeling principieel verboden om ongevraagd reclame te verzenden via (video)chat.

Specifieke regelgeving: de Ethische Code voor de telecommunicatie

87. Wat (video)chat na registratie via SMS of telefoonoproep naar een betaalnummer betreft, kan ook hier de Ethische Code voor de telecommunicatie worden vermeld. Met ‘oproep’ wordt niet alleen de oproep naar 09xx-nummers bedoeld, maar ook het inloggen op internet via een betaalnummer.¹⁷⁵ Het begrip ‘chatdienst’ omvat echter niet de gratis chatsites of chatdiensten waartoe men toegang krijgt na betaling via een kredietkaart of een ander betaalmiddel en waarbij de communicatie verder ook niet via een betaalnummer verloopt.¹⁷⁶ Voor de chatdiensten die wel onder het toepassingsgebied van de Code kunnen vallen, kan worden verwezen naar hetgeen hierboven werd uiteengezet met betrekking tot sekslijnen en SMS-diensten.

3.1.3. Seksdating

88. Meer en meer zijn het internet, de teletekstpagina’s, de kranten en andere media dé manier om seksafspraken te regelen tussen twee of meer personen, zonder dat hiervoor enige vergoeding wordt betaald en zonder enig beroepsverband.

¹⁷³ www.chatbar.be.

¹⁷⁴ A. BENSCHOP, “Chatroulette: videochatten met wildvreemden”, Universiteit Amsterdam, 12 april 2011, www.sociosite.org/chatroulette.php.

¹⁷⁵ Verslag aan de Koning bij het KB van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie, BS 21 juni 2011, 36515.

¹⁷⁶ Verslag aan de Koning bij het KB van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie, BS 21 juni 2011, 36511.

89. Seksdating blijkt wel degelijk in bepaalde gevallen onder het Belgische seksreclameverbod te ressorteren, meer bepaald art. 380ter, §3, eerste lid. Hoewel het eveneens ontmoetingen betreft, is de Wet Huwelijksbureaus in deze situatie immers niet van toepassing. Hier wordt namelijk niet rechtstreeks of onrechtstreeks een huwelijk of een vaste relatie beoogd.¹⁷⁷ Daarnaast werd hoger reeds vermeld dat het begrip ‘ontucht’ zeer ruim is en bijvoorbeeld trio-seks of partnerruil kan omvatten. Seksuele handelingen tussen twee ongehuwde partners of tussen personen van hetzelfde geslacht worden daarentegen niet meer als ontucht beschouwd.¹⁷⁸ Wat de verschillende sites betreft via welke men kan op zoek gaan naar een minna(a)r(es), dient te worden opgemerkt dat hoewel extramaritale seksuele handelingen vroeger eveneens als ontucht werden beschouwd¹⁷⁹, dit heden ten dage omwille van de evolutie van de opvattingen waarschijnlijk niet meer het geval zal zijn.

Daarenboven is het, zoals reeds gezegd, niet langer vereist dat de seksuele dienstverlening met winstoogmerk gebeurt, zodat ook louter private seksdating onder het verbod kan vallen. Dit is enigszins bevreemdend in het licht van het reclamebegrip, zoals bijvoorbeeld gedefinieerd door de WMPC¹⁸⁰ of – indien het in contact brengen van sekspartners via een betaalnummer verloopt – de Ethische Code voor de Telecommunicatie.¹⁸¹ Op grond van deze bepalingen is immers steeds vereist dat reclame op één of andere manier de verkoop van producten tracht te bevorderen. Dit hoeft nochtans niet altijd zo te zijn. Zo omvat de definitie van de Nederlandse Reclame Code eveneens communicatie die de adverteerder gewoon op één of andere manier ten goede komt, alsook het verzoeken van bepaalde diensten.¹⁸²

90. In die mate dat het ook van toepassing is op louter private seksdating, zonder dat de rechten van anderen worden geschaad, lijkt art. 380ter Sw. zeer problematisch.¹⁸³ Dit geldt des te meer wanneer de reclame wordt gevoerd via niet-openbare media, zoals berichten op sociale netwerksites en privéchat (MSN, privéboxen op openbare chatprogramma’s). Er valt immers niet in te zien waarom men onder elkaar, zonder dat iemand anders hiermee wordt geconfronteerd, hiertoe geen aanbod zou mogen doen. Gelet op het feit dat de derde paragraaf van art. 380ter Sw. enige openbaarheid lijkt te vereisen, zullen hierbij evenwel weinig problemen rijzen. Maar ook via meer openbare kanalen, zoals kranten, TV en internet, dient dit m.i. mogelijk te zijn, zij het weliswaar in beperkte mate. Zo kan de uitzendtijd en de adverteerruimte worden gelimiteerd en het woordgebruik wat ‘opgekuist’. Specifiek met betrekking tot internet kan een waarschuwing plaatsvinden voor men de website betreedt in combinatie met de verplichte invoering van zijn geboortedatum. Hoewel dit gemakkelijk te omzeilen is, zullen jongere kinderen hier immers minder bij nadenken. Op dit vlak mag bovendien ook van de ouders worden verwacht dat zij hun rol spelen in de bescherming van hun kinderen tegen ongeschikte inhoud. Zij dienen enige controle uit te oefenen wanneer hun kroost op internet surft of zich eventueel een programma aan te schaffen die on gepaste sites blokkeert. Een algeheel verbod lijkt derhalve disproportioneel. Zeker in de volledig private verhoudingen dient de overheidsinmenging immers steeds beperkt te zijn en strikt noodzakelijk.

¹⁷⁷ Art. 1 Wet Huwelijksbureaus.

¹⁷⁸ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 502, nr. 445.

¹⁷⁹ L. STEVENS, *Strafrecht en seksualiteit*, 223, nr. 224.

¹⁸⁰ Art. 2, 19° WMPC. Cf. *supra* 7, nr. 13.

¹⁸¹ Art. 1, 3° Ethische Code voor de telecommunicatie, die een gelijkaardige omschrijving bevat als de WMPC.

¹⁸² Art. 1 Nederlandse Reclame Code, www.reclamecode.nl. Cf. art. 380ter, §3, eerste lid *in fine* Sw.

¹⁸³ Zie ook *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 13, waar wordt gesteld dat, buiten de gevallen van §1, het recht op seksualiteit wordt geschonden.

3.1.4. Pornografisch materiaal

91. Ook de verspreiding van pornografisch materiaal kan als seksuele dienstverlening in de zin van art. 380ter Sw. worden beschouwd.¹⁸⁴ Pornografisch materiaal wordt immers vaak via een telecommunicatiemiddel verspreid, in welk geval §2 toepassing zal kunnen vinden, bijvoorbeeld bij reclame voor pornografische websites of GSM-diensten. En zelfs indien dit niet het geval is, kunnen nog steeds §1, in geval van (vermeende) kinderpornografie, en §3, tweede lid worden aangewend. Uit bovengenoemde definitie van seksuele exploitatie blijkt immers dat hier ook het produceren van pornografische foto's en opnames onder kan worden begrepen.¹⁸⁵

92. Reclame voor pornografisch materiaal en reclame die op zich pornografisch materiaal bevat, lijkt evenwel reeds te kunnen worden bestraft op basis van de bepalingen inzake (kinder)pornografie. Art. 383, derde en vierde lid Sw. bestraft immers hij die een *“al dan niet gedrukt lied, vlugschrift of ander geschrift, de afbeelding of prent”* respectievelijk *“zinnebeelden of voorwerpen, die strijdig zijn met de goede zeden, tentoonstelt, verkoopt of verspreidt, ze met het oog op de handel verspreidt, (...), door enig publiciteitsmiddel bekendmaakt.”* Specifiek met betrekking tot kinderporno bevat art. 383bis Sw. grotendeels dezelfde regeling. Deze bepalingen blijken dus zelf reeds reclame voor dergelijke diensten te incrimineren, zodat de strafbaarstelling – althans wat pornografie betreft – overbodig lijkt.

93. Aangezien de Belgische strafwet (kinder)pornografie op zichzelf reeds strafbaar stelt en hier de seksuele dienstverlening op zich – met name het tonen of verspreiden van pornografisch materiaal – strijdig wordt geacht met de goede zeden, lijkt het niet meer dan normaal dat ook publiciteit ervoor wordt verboden. Aan de andere kant mag men echter niet de contraproductieve effecten van dergelijk verbod uit het oog verliezen. Achter porno en in het bijzonder kinderporno gaan vaak immers ganse netwerken schuil van vervaardigers, verkopers en verspreiders. De publicatie van advertenties door deze netwerken zorgt ervoor dat dit in de openbaarheid wordt gebracht. Op die manier kan de opdracht van het parket tot identificatie, opsporing en vervolging van de daders worden vergemakkelijkt. Deze problematiek en de specifieke toepassingsvoorwaarden van de betreffende bepalingen zullen verder worden besproken in het onderzoek naar de opportuniteit.

3.1.5. Prostitutie en aanverwante diensten

94. Prostitutie is het oudste beroep ter wereld en dus van alle tijden. Het komt tevens voor in veel verschillende vormen, zoals straatprostitutie, raamprostitutie, escorte en privéprostitutie, en is dan ook zeker niet beperkt tot de zogenaamde ‘glazen straatjes’ in grootsteden. Vaak wordt deze dienst immers ook onder een dekmantel verleend van bijvoorbeeld sauna- of massagesalons en meer en meer ook bij de prostituee thuis.

95. Reclame voor prostitutie wordt expliciet strafbaar gesteld op grond van art. 380ter, §3, eerste lid Sw. Zoals blijkt uit hoofdstuk I wordt niet enkel reclame geïmponéerd door zogenaamde tussenpersonen, maar tevens reclame door de prostituee zelf. In het licht van de geldende regeling van (eigen) prostitutie in België, is dit echter onlogisch.

¹⁸⁴ I. WATTIER, 132.

¹⁸⁵ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 4; zie ook F. HUTSEBAUT, “Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht”, *T.Strafr.* 2000, 191 (hierna verkort F. HUTSEBAUT, “Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht”) en K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 268.

Immers, niet de prostitutie zelf, maar slechts bepaalde er mee verband houdende praktijken worden bestraft. Zo zijn souteneurschap¹⁸⁶, tippelen¹⁸⁷ en uiteraard ook seksreclame onder de Belgische wet wel strafbaar, maar het zich op vrijwillige basis prostitueren door een meerderjarige niet. Daar dit dus een perfect legaal beroep is, dient mijn gevoelens ook publiciteit ervoor mogelijk te zijn. Zo niet dreigen verschillende rechten en vrijheden, zoals de vrije dienstverlening binnen de EU, de vrijheid van handel en nijverheid, het gelijkheidsbeginsel en de eerlijke concurrentie, in het gedrang te komen. Ook kan worden betoogd dat in dergelijk geval het recht van de bezoekers om consensuele seks te hebben met de persoon naar hun keuze wordt geschonden.

96. Wat de aanverwante diensten betreft, zoals peepshow, striptease en lapdance, lijken deze eveneens onder art. 380ter Sw. te kunnen vallen. Zij vallen in ieder geval onder het begrip ‘seksuele dienstverlening’, zodat wanneer de reclame gewag maakt van (vermeende) minderjarigen of specifiek op hen gericht is, in ieder geval §1 kan worden toegepast. Daar deze handelingen echter niet als prostitutie kunnen worden beschouwd, zal de dienstverlener niet strafbaar zijn op basis van §3, eerste lid. Degene die via advertenties op zoek gaat naar dergelijke dienstverleners daarentegen wel, althans voor zover dit als ontucht zou worden gekwalificeerd. Wat lapdance betreft, zit men echter op de grens. Vaak zal hier immers ook fysiek contact aan te pas komen, zodat het in feite prostitutie betreft. Indien de diensten niet op zelfstandige basis worden verleend en een derde er financieel voordeel uit haalt, kan eventueel ook §3, tweede lid worden aangewend.

3.1.6. Sekstoerisme

97. Een laatste, maar zeker niet minder belangrijke vorm van seksuele dienstverlening is sekstoerisme. Dit is een bepaalde vorm van prostitutie, waarbij men naar het buitenland reist om aldaar zijn seksuele behoeften te voldoen. Populaire bestemmingen zijn de Filippijnen, Brazilië, Thailand, Cambodja, Gambia en Suriname. Deze vorm van seksuele dienstverlening maakt niet het voorwerp uit van een aparte strafbaarstelling, maar is een term voor het in het buitenland verkrijgen van meestal illegale seksuele activiteiten.

Bepaalde misdrijven kunnen ook worden vervolgd ongeacht de plaats waar ze werden gepleegd en zelfs ongeacht de nationaliteit van de dader. Het betreft onder andere mensenhandel, jeugdbederf en prostitutie, kinderpornografie en inbreuken op de artt. 10 tot 13 Wet Huwelijksbureaus.¹⁸⁸ Indien men naar het buitenland reist om daar aan kinderprostitutie te doen, zal men dus ook in België kunnen worden vervolgd¹⁸⁹ en dit zelfs ongeacht of de dader een Belg is of niet. Hetzelfde geldt voor personen die zich in het buitenland zouden schuldig maken aan souteneurschap¹⁹⁰ of denigrerende publiciteit in het kader van een huwelijksbemiddeling.¹⁹¹

98. Sekstoerisme was – na ontucht en prostitutie – de eerste vorm van seksuele dienstverlening waarvoor reclame aan banden werd gelegd, met name op grond van het oude art. 380quater, tweede lid Sw.¹⁹²

¹⁸⁶ Art. 380, §1, 2° Sw.

¹⁸⁷ Art. 380bis Sw.

¹⁸⁸ Art. 10ter, 1° en 3° VTSv.; G. VERMEULEN, “Strenger en ook beter?”, 25-27.

¹⁸⁹ Art. 10ter, 1° VTSv. j° art. 380, §4, 5° Sw.

¹⁹⁰ Art. 10ter, 1° VTSv. j° art. 380, §§1 en 2 Sw.

¹⁹¹ Art. 10ter, 3° VTSv. j° art. 12 Wet Huwelijksbureaus.

¹⁹² Ingevoegd door art. 14 Wet Huwelijksbureaus.

De ratio van deze bepaling was, zoals gezegd, vooral te zoeken in de zorg van de wetgever om het (pedofiele) sekstoerisme naar derdewereldlanden aan banden te leggen.¹⁹³ Uit voorgaande bespreking blijkt echter dat zij veel ruimer is en tevens andere vormen van seksuele exploitatie kan omvatten. Ook werd opgemerkt dat deze bepaling zich niet enkel richt tot aanbieders van seksuele diensten, maar ook tot alle andere aanbieders van enige dienst, zoals reisbureaus.

Specifieke regelgeving: de Wet Huwelijksbureaus

99. Wanneer de toespeling echter gebeurt naar aanleiding van een aanbod van betalende diensten die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel hebben een huwelijk of vaste relatie tot stand te brengen, is art. 380ter Sw. niet van toepassing.¹⁹⁴ Dan moet immers de Wet Huwelijksbureaus worden gehanteerd. Ook zij bevat een aantal strafbepalingen. Zo wordt de verantwoordelijke voor het huwelijksbureau bestraft indien hij personen die op zoek zijn naar een huwelijk of een vaste relatie onder dit voorwendsel met elkaar in contact brengt terwijl één van hen wordt bezoldigd door of onder gezag staat van het huwelijksbureau. Hetzelfde geldt wanneer één van deze personen niet om de huwelijksbemiddeling heeft verzocht.¹⁹⁵ Specifiek met betrekking tot reclame verbiedt art. 12 publiciteit vanwege huwelijksbureaus waardoor afbreuk zou worden gedaan aan de menselijke waardigheid, inzonderheid door een ontierend beeld te geven van de man of vrouw.

Deze wet heeft duidelijk een andere doelstelling dan het strafrechtelijk verbod in art. 380ter, §3 Sw. Het legt immers juist wel de nadruk op de bestrijding van seksuele uitbuiting alsmede de mensonwaardige behandeling van slachtoffers en niet zozeer op de bescherming van de minderjarige.

100. Het lijkt inderdaad opportuun om het promoten van sekstoerisme zoveel als mogelijk aan banden te leggen. Deze vorm van seksuele dienstverlening is immers dermate ernstig dat het toch tenminste niet moet worden aangemoedigd. Het betreft namelijk meestal ook in België illegale handelingen, zoals kinder- of gedwongen prostitutie. Zo is algemeen geweten dat Westerse pedofielen naar derdewereldlanden reizen om aldaar hun pedofiele neigingen te kunnen botvieren. Het politie- en gerechtsapparaat in dergelijke landen schiet immers vaak te kort en beschikt doorgaans niet over de nodige middelen om tot daadwerkelijke vervolging en bestraffing over te gaan. Bovendien kunnen pedofielen gemakkelijk inspelen op de kwetsbaarheid van de arme bevolking. Men lokt de kinderen met materiële zaken of zoekt zijn heil in de kinderprostitutie, dat in dergelijke landen vaak weelderig tiert en bovendien enorm goedkoop is. Zo zag ik in een reportage hoe een Westerse man € 2 (!) betaalde om seks te hebben met een kind van tien (!) jaar in Cambodja.¹⁹⁶ Indien men ter plaatse toch op het matje zou worden geroepen, koopt men de agenten gewoon om. Het moge duidelijk zijn dat dergelijke praktijken hevig indruisen tegen de morele openbare orde en beslist moet worden aangepakt. Dit dient uiteraard in de eerste plaats te worden bewerkstelligd via internationale samenwerking, zoals tussen de VS en Cambodja. Hierbij ondersteunt de VS de plaatselijke overheden teneinde tot daadwerkelijk vervolging van Amerikaanse pedofielen te kunnen overgaan. Daarnaast zou men kunnen betogen dat ook een reclameverbod kan bijdragen tot de strijd tegen sekstoerisme. Indien dit niet meer wordt gepromoot, wordt immers minder de indruk gewekt dat dit ‘normaal’ is en wordt getolereerd. A fortiori kan het er ook voor zorgen dat men minder in contact komt met aanbiedingen inzake sekstoerisme, waardoor misschien iets minder snel de stap effectief gezet zal worden.

¹⁹³ *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/2, 4; Cf. *supra* 19, nr. 43.

¹⁹⁴ *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1, 3. Cf. *supra* 6, nr. 11.

¹⁹⁵ Art. 11, 1° Wet Huwelijksbureaus.

¹⁹⁶ Koppen XL, VRT 6 juni 2010.

Desalniettemin zullen personen die naar dergelijk zaken op zoek zijn uiteraard altijd vinden wat ze zoeken.

101. Hoewel reeds twee jaar eerder ook de Raad van Europa had aanbevolen om het promoten van sekstoerisme aan banden te leggen¹⁹⁷, kunnen ook hier vragen worden gesteld bij de proportionaliteit en opportuniteit van het strafrechtelijk verbod. Immers, zoals ook de Raad van Europa op het oog had¹⁹⁸, kan dit eveneens worden beteugeld via andere vormen van regulering door de betrokken sectoren zelf, eventueel in samenwerking met de overheid.

3.2. De verschillende media voor het aanbieden van deze diensten

3.2.1. Kranten en tijdschriften

102. De publicatie van advertenties voor het aanbod van seksuele diensten in kranten en tijdschriften zijn reeds meermaals het voorwerp van discussie geweest en hebben hier en daar wat ophef veroorzaakt. Hoewel reeds bekende kranten veroordeeld werden voor dergelijke publicaties, is het duidelijk dat het seksreclameverbod in de praktijk vooral in deze sector nog steeds een lachertje is. Wanneer men de krant Het Laatste Nieuws ruim tien jaar na haar veroordeling openslaat, kan men nog steeds niet naast de goed gevulde advertentiepagina kijken, die bijna uitsluitende advertenties voor seksuele dienstverlening bevat. De krant stoort zich klaarblijkelijk dan ook helemaal niet aan de veroordeling die zij wegens de overtreding hiervan reeds heeft opgelopen.

103. Bij nader onderzoek van de betreffende advertenties, blijkt dat deze vaak zeer expliciet zijn. Zo worden dikwijls halfnaakte vrouwen afgebeeld en zijn vermeldingen als “*Voor hete telefoonseks, bel xxxx-xxxx*”, “*Snelseks. Direct een geile meid live aan de telefoon*” of “*Ook anale seks*” geen uitzondering. Bovendien wordt vaak gesuggereerd dat de diensten zouden worden verleend door studentes. Hierdoor rijzen mogelijk vragen in het licht van art. 380ter, § 1 Sw. De term ‘studentes’ zou immers ook kunnen slaan op personen die jonger zijn dan 18 jaar. Bepaalde advertenties vermelden er echter wel uitdrukkelijk bij dat dit niet het geval is. De dienstverlening wordt tot slot ook vaak voorgesteld als ‘massage’, ‘relax’ en dergelijke, maar het is duidelijk dat dit niet het hoofddoel is van deze salons.¹⁹⁹

104. De publiciteit voor seksuele dienstverlening die sommige kranten en tijdschriften voeren is dan ook ietwat buiten proportie. Het creëert bovendien ook een spanningsveld met de vrijheid van mededinging. Ondernemingen die het verbod wel strikt naleven kunnen hierdoor immers een concurrentienadeel ondervinden ten opzichte van diegenen die dit niet doen. Het is logisch dat bepaalde media deze vorm van publiciteit niet wensen op te geven, daar het een algemene wetmatigheid is dat seks verkoopt en dus ook met reclame ervoor grof geld valt te verdienen.²⁰⁰

¹⁹⁷ Aanbeveling R (91) 11 van de Raad van Europa betreffende de seksuele uitbuiting, de pornografie en de prostitutie van en de handel in kinderen en jonge volwassenen (9 september 1991), punt C.5.

¹⁹⁸ Zie punt C.5. waarbij wordt aanbevolen reisagentschappen via overleg met de overheid af te raden om sekstoerisme in enige vorm te promoten.

¹⁹⁹ Voor een uitgebreider overzicht van voorbeelden: zie bijlage VI bij het verlag namens de onderzoekscommissie naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en uitroeiing van de mensenhandel, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/8, 289-290.

²⁰⁰ Naar schatting zo een 2,5 tot 3 miljoen euro/jaar. Zie D. BONTINCK en W. HUYGHE, “Rechter laat uitbaatster escortebureau vrij omdat uitgevers seksadvertenties publiceren”, *Het Nieuwsblad* 31 augustus 2005 resp. C.

Belangrijker is dat de aanbieders van niet-verboden seksuele diensten in staat moeten zijn in alle vrijheid hun handel uit te oefenen en er dus ook publiciteit voor te voeren. De vraag rijst echter of het hiervoor noodzakelijk is dat dit zo expliciet en in een dergelijke omvang gebeurt. Het is immers niet ondenkbaar dat kranten en tijdschriften ook in kinderhanden terechtkomen. Daarnaast worden vrouwen hierin ook vaak enorm denigrerend afgebeeld, zodat ook hun rechten in het gedrang kunnen komen. Gelet op het feit dat kranten en tijdschriften nog steeds wijdverspreide media zijn, lijkt het dan ook wenselijk om dergelijke advertenties toch wat in te perken. Zo zou men de advertentieruimte voor dergelijke diensten drastisch kunnen verminderen, de obscene foto's achterwege laten en het taalgebruik wat kunnen aanpassen. Advertenties voor duidelijk illegale praktijken dienen stelselmatig te worden geweigerd. Ook moet in het licht van art. 380ter, §1 worden vermeden dat deze advertenties vlak voor, in of na specifiek voor kinderen bestemde pagina's worden geplaatst. In aanvulling hierop kan dan van de ouders worden verwacht dat zij via hun opvoedings- en toezichtfunctie verhinderen dat hun kinderen hiermee in contact komen of hen uitleggen dat dergelijke diensten niet voor hen bestemd zijn en het gebruik van sekslijnen veel geld kost.

De vraag stelt zich echter wie de geschreven pers de nodige beperkingen kan opleggen. Hoewel de Raad voor de Journalistiek de journalistieke deontologie en ethiek bewaakt, worden in dit kader immers geen regels bepaald met betrekking tot publiciteit in kranten en tijdschriften als dusdanig. De Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers, evenals de Federatie van Belgische Magazines zijn evenwel lid van de Raad voor de Reclame, zodat de JEP hier tegen zou kunnen optreden. Zoals uit het onderzoek van de beslissingspraktijk blijkt, is dit tot nu toe echter nog niet het geval geweest.²⁰¹ Daar de JEP niet meer op eigen initiatief kan optreden, is het dus wachten op een klacht.

105. Tot slot dient nog te worden opgemerkt, dat hoewel de reclame bij deze media door middel van een drukpers wordt gevoerd, dit niet kan beschouwd worden als een drukpersmisdrijf. De verantwoordelijke uitgevers kunnen zich dan ook niet beroepen op het cascadesysteem in art. 25 GW. Reclame voor seksuele diensten zou immers niet de uitdrukking van een gedachte of mening betreffen.²⁰² Nochtans aanvaardt het EHRM dat ook reclame onder toepassing van art. 10 EVRM ressorteert. Hierop zal verder worden ingegaan in het onderzoek naar de legitimiteit.

3.2.2. Radio en televisie

106. Een andere sector in de media waarlangs regelmatig reclame voor seksuele diensten wordt gemaakt is de audiovisuele. Het is alom geweten dat op televisie zeer vaak dergelijke reclame verschijnt. Niet alleen wordt men tijdens de nachtzending geconfronteerd met fictieve profielen van meisjes om mee te SMS-en en dames die aansporen om hen op te bellen, maar ook en vooral op teletekst tieren de seksadvertenties weelderig. Wegens de grote toegankelijkheid van dit medium, in het bijzonder voor minderjarigen die steeds vroeger en vroeger deel uitmaken van het kijkerspubliek, is enige controle aangewezen.

CALLEWAERT, "Persgroep van Van Thillo verdient al tien jaar miljoenen euro aan illegale seksadvertenties", *De Morgen* 21 november 2010.

²⁰¹ *Supra* 29, nr. 74.

²⁰² *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 7; Corr. Leuven 7 september 1999; Brussel (15^{de} k.) 20 november 2000; O. VAN DE MEULEBROECKE, "Publicité et proxénétisme", *JT* 1994, 139-140; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 242-244; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 199; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 166, nr. 200; D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, 160, nr. 5.4.

Mede gelet op de soms wel erg expliciete en onterende vermeldingen, zoals “*Seksontmoeting met goedkope del*”²⁰³, dient seksreclame m.i. minstens te worden beperkt in uitzenduur en woordgebruik. Een strafrechtelijk verbod lijkt – zeker in het licht van de hierna besproken specifieke regelgeving – daarentegen opnieuw disproportioneel te zijn en zelfs overbodig.

*Specifieke regelgeving: Europese Richtlijn en Belgische decreten inzake de audiovisuele media*²⁰⁴

107. Met betrekking tot de audiovisuele media bestaat zowel op Europees als op Belgisch niveau specifieke regelgeving.

108. In de eerste plaats dient melding te worden gemaakt van de Richtlijn 2010/13/EU, die een aantal richtlijnen inzake de audiovisuele media coördineert. Op grond van art. 9, c, i) en ii) van dit instrument mag reclame in de eerste plaats de menselijke waardigheid niet aantasten, noch discrimineren op basis van geslacht. Specifiek met betrekking tot minderjarigen wordt verder bepaald dat reclame hen geen schade mag toebrengen.²⁰⁵ In het licht hiervan dienen de lidstaten passende maatregelen te nemen om ervoor te zorgen dat in televisie-uitzendingen geen programma’s voorkomen die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen ernstig zouden kunnen aantasten, zoals programma’s met pornografische scènes.²⁰⁶ De lidstaten worden dus verplicht om zelf ook actief op te treden ter bescherming van minderjarigen in hun relatie tot de audiovisuele media. Op welke wijze dit precies dient te gebeuren wordt – logischerwijze – niet dwingend opgelegd. Een richtlijn is immers slechts verbindend ten aanzien van het te bereiken resultaat.²⁰⁷ Wel moedigt overweging 44 co- en zelfregulering aan.²⁰⁸

109. In België werd voor de eerste mogelijkheid gekozen. Hoewel de bevoegde instanties administratieve entiteiten zijn, worden immers ook beroepsjournalisten, deskundigen op het vlak van kinderen en gezinnen, mediadeskundigen en kinderpsychiaters, -psychologen en -pedagogen betrokken.²⁰⁹

110. Daar de audiovisuele media een gemeenschapsbevoegdheid is²¹⁰, wordt deze materie geregeld bij decreet.

²⁰³ Voor meer voorbeelden: VRM 28 september 2010, nr. 2010/040, VRM/NV SBS Belgium, *AM* 2011, afl. 1, 116-117 en www.vlaamseregulatormedia.be, 2-3; VRM 28 september 2010, nr. 2010/041, VRM/NV VMMA, *AM* 2011, afl. 1, 116-117 en www.vlaamseregulatormedia.be, 2-5; VRM 28 september 2010, nr. 2010/042, VRM/BVBA MTV Networks Belgium, *AM* 2011, afl. 1, 117 en www.vlaamseregulatormedia.be, 2-3.

²⁰⁴ Richtlijn 2010/13/EU 10 maart 2010 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten, *Pb.L.* 15 april 2010, afl. 95, 1-24 (hierna verkort Richtlijn Audiovisuele media); Decreet 27 maart 2009 betreffende de radio-omroep en de televisie, *BS* 30 april 2009 (hierna verkort Vlaams Mediadecreet); Gecoördineerd decreet 26 maart 2009 betreffende audiovisuele mediadiensten, *BS* 24 juli 2009 (hierna verkort Franstalig Mediadecreet).

²⁰⁵ Art. 9, g) Richtlijn Audiovisuele Media.

²⁰⁶ Art. 27, 1 Richtlijn Audiovisuele Media.

²⁰⁷ Art. 288, derde lid Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, *Pb.C.* 30 maart 2010, afl. 83, 172.

²⁰⁸ Zie ook Aanbeveling 2006/952/EG 20 december 2006 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid en het recht op weerwoord in verband met de concurrentiepositie van de Europese industrie van audiovisuele en online-informatiediensten, *Pb.L.* 27 december 2006, afl. 378, 72-77. Cf. *infra* 49, nr. 140.

²⁰⁹ Cf. art. 216 Vlaams Mediadecreet; artt. 138, §2 en 139, §1 Franstalig Mediadecreet.

²¹⁰ Art. 4, 6° bijzondere wet 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen, *BS* 15 augustus 1980.

In lijn met de Europese Richtlijn, bepalen artikel 42 Vlaams en art. 9, 2° Franstalig Mediadecreet vooreerst dat omroeporganisaties geen programma's mogen uitzenden die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen ernstig zouden kunnen aantasten. Dit geldt ook voor programma's die de lichamelijke, geestelijke en zedelijke ontwikkeling van minderjarigen zouden kunnen schaden, tenzij door het uitzenduur of technische maatregelen wordt gewaarborgd dat minderjarigen in het zendgebied de uitzendingen normaliter niet zullen zien of beluisteren. Deze bepalingen kunnen in verband worden gebracht met art. 380ter, §1 Sw. Belangrijk hierbij is te vermelden dat zij ook van toepassing zijn op teletekst. Sinds de nieuwe Mediadecreten is hieromtrent geen twijfel meer mogelijk.²¹¹

Verder bevatten art. 55, 1° Vlaams Mediadecreet en art. 9, 1° Franstalig Mediadecreet de beginselen van het respect voor de menselijke waardigheid en non-discriminatie. Ook deze bepalingen zijn gelijkelijk van toepassing op teletekst.²¹² Met betrekking tot commerciële communicatie worden deze principes tevens nog eens specifiek herhaald in art. 55, 2° Vlaams en art. 11 Franstalig Mediadecreet. Niet enkel seksreclame op teletekst, maar ook andere vormen van publiciteit voor seksuele diensten kunnen dus op basis van deze artikelen worden aangepakt.

Tot slot kan ook nog artikel 180, tweede lid Vlaams Mediadecreet worden vermeld, op grond waarvan dienstenverdelers alle redelijke technische maatregelen moeten nemen *“(…)om ervoor te zorgen dat de toegang van minderjarigen tot omroepdiensten die hun lichamelijke, geestelijke en zedelijke ontwikkeling ernstig zouden kunnen aantasten, beperkt kan worden, of dat hun aanbod dergelijke diensten niet bevat(…). Die verplichting is van toepassing op alle omroepdiensten in hun aanbod, en op de elektronische programmagids of andere audiovisuele of tekstgebaseerde informatie die deel uitmaakt van hun dienstverlening.”* Van de omroeporganisaties die ook andere dan de eigen omroepdiensten ter beschikking stellen van het publiek²¹³, wordt dus uitdrukkelijk verwacht dat zij de seksreclame op teletekst achterwege laten of minstens onderwerpen aan bepaalde beperkingen.

111. Het toezicht op deze regels werd in Vlaanderen toevertrouwd aan de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM).²¹⁴ De algemene kamer van deze instantie houdt toezicht op de naleving en de beteugeling van de bepalingen van het Vlaams Mediadecreet.²¹⁵ Geschillen naar aanleiding van de toepassing van onder andere artikel 42 en 180, tweede lid behoren echter tot de specifieke bevoegdheid van de kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen.²¹⁶ Beide afdelingen kunnen diverse soorten sancties opleggen, gaande van een waarschuwing met het bevel tot stopzetting, tot een administratieve geldboete van maximaal € 125 000.²¹⁷ Verder kunnen zij ook bevelen om de beslissing uit te zenden en een boete opleggen indien dit niet zou gebeuren. Bij een ernstige inbreuk op de bepalingen van o.a. art. 42 en als de omroeporganisatie gedurende de laatste 12 maanden reeds tweemaal een inbreuk heeft begaan op dezelfde bepaling, kan ten slotte – naar analogie met art. 10 Reglement JEP – de dienstenverdelers of de netwerkoperator worden verplicht de doorgifte van het programma te schorsen.²¹⁸ De VRM kan dus zeer vergaande sancties en maatregelen opleggen.

²¹¹ Artt. 2, 50° en 41 Vlaams Mediadecreet; art. 1, 48° Franstalig Mediadecreet.

²¹² Artt. 2, 50° en 51 Vlaams Mediadecreet; art. 1, 48° Franstalig Mediadecreet.

²¹³ Cf. de definitie van het begrip 'dienstenverdelers' in art. 2, 7° Vlaams Mediadecreet.

²¹⁴ Art. 218, §1 Vlaams Mediadecreet.

²¹⁵ Art. 218, §2, 1° Vlaams Mediadecreet.

²¹⁶ Art. 218, §3, eerste lid Vlaams Mediadecreet.

²¹⁷ Art. 228 resp. 229 Vlaams Mediadecreet.

²¹⁸ Art. 44 resp. 176 Vlaams Mediadecreet.

Bovendien kan deze instantie in tegenstelling tot de JEP wel ambtshalve optreden²¹⁹ en worden gerichte controles op basis van steekproeven gehouden.²²⁰

112. De beslissingen inzake seksreclame zijn echter op één hand te tellen. De enige twee en overigens zeer gelijkaardige zaken die reeds door de VRM werden behandeld, betroffen seksreclame op de teletekstpagina's van enerzijds VT4 en vijfTV (SBS Belgium) en anderzijds VTM, 2BE en JIM (VMMa).²²¹

De eerste klachten dateren van 2008²²² en waren gegrond op vermeldingen als "*Tieners, je mag met ze doen wat je wilt*" en "*Spannende groepsseks*". Ook bevatten de teletekstpagina's links naar internetsites met harde porno en werd de mogelijkheid geboden om seksfilmpjes tegen betaling, maar ook gratis te downloaden op een GSM. De omroeporganisaties trachtten zich in eerste instantie te verweren door de bevoegdheid van de VRM te betwisten. Teletekst zou immers niet onder toepassing van de Europese Richtlijn Audiovisuele Media ressorteren²²³ en derhalve geen programma zijn in de zin van het (toenmalig) Mediadecreet.²²⁴ Dit argument wordt door de VRM echter terecht van tafel geveegd.²²⁵ Onder verwijzing naar de ruime omschrijving van de termen 'programma' en 'omroeporganisatie' in het (oude) Mediadecreet²²⁶, besluit zij tot de toepasselijkheid.

Bij de beoordeling ten gronde maakt de VRM gebruik van art. 96 (thans art. 42) Mediadecreet. Zij stelt vast dat de titels op teletekst voor iedereen leesbaar waren en dit zonder enige filter of technische maatregelen. Deze stonden immers wijdverspreid over de teletekstpagina's en men werd er hoe dan ook mee geconfronteerd, ongeacht de geraadpleegde inhoud. Bovendien waren de titels zichtbaar van zodra de startpagina werd geopend, zodat minderjarigen met een behoorlijke leesvaardigheid zich hier snel mee geconfronteerd zagen. De VRM oordeelt dan ook dat moet worden nagegaan of de reclame schadelijk is voor hun fysieke, mentale of zedelijke ontwikkeling. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen kinderen jonger en ouder dan 12 jaar. De eerste categorie zou weinig invloed ondervinden van een korte blootstelling aan deze termen, omdat zij hiervan nog geen goed begrip hebben. Dit ligt anders in de tweede categorie "*omdat zij langzamerhand wel deze terminologie begrijpen maar daarom nog niet steeds de verstrekte informatie kunnen plaatsen of vatten*" en "*bovendien volop in seksuele ontwikkeling zijn*". Dergelijke boodschappen zijn voor deze categorie in het bijzonder niet passend. De ontwikkeling van seksualiteit is immers leeftijdsgebonden, zodat het essentieel is dat de informatie die wordt verstrekt leeftijds- en ontwikkelingsadequaat is.

²¹⁹ Cf. art. 220 Vlaams Mediadecreet.

²²⁰ Kaderbesluit Monitoring, VRM 31 mei 2010, www.vlaamseregulatormedia.be; D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, 580 en 590, nr. 1.1. en 3.1.

²²¹ VRM 28 september 2010, nr. 2010/040, VRM/NV SBS Belgium; VRM 28 september 2010, nr. 2010/041, VRM/NV VMMa.

²²² VRM 26 februari 2008, nr. 2008/020, Gerda Van Steenberge/NV SBS Belgium, www.vlaamseregulatormedia.be; VRM 26 februari 2008, nr. 2008/021, Gerda Van Steenberge/NV VMMa, www.vlaamseregulatormedia.be.

²²³ Richtlijn 89/552/EEG 3 oktober 1989 van de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de Lid-Staten inzake de uitoefening van televisie-omroepactiviteiten, *Pb.L.* 17 oktober 1989, afl. 298, 23-30.

²²⁴ Gecoördineerde Vlaamse decreten 4 maart 2005 betreffende de radio-omroep en de televisie, *BS* 8 april 2005 (ed. 1).

²²⁵ Deze richtlijn is immers gebaseerd op het principe van de minimale harmonisatie. Uit het feit dat teletekst in de Europese Richtlijn niet uitdrukkelijk wordt genoemd kan dan ook juist worden afgeleid dat de lidstaten vrij zijn om op dit vlak zelf een regeling uit te werken.

²²⁶ Cf. art. 2, 4° resp. 2, 10° Gecoördineerde decreten 4 maart 2005 betreffende de radio-omroep en de televisie, *BS* 8 april 2005 (ed. 1).

De indruk zou immers kunnen worden gewekt dat seksreclame, net als de sportuitslagen of de lotto, behoort tot de normale zaken van het dagelijks leven. SBS en VMMA krijgen dan ook een waarschuwing.

Omdat deze waarschuwing echter niet voldoende bleek, werden bovenstaande organisaties in 2010 ook effectief veroordeeld. In deze nieuwe onderzoeken, ditmaal op initiatief van de VRM zelf, wordt tot dezelfde conclusie gekomen. Er wordt echter nog aan toegevoegd dat seksreclame ook moet worden voorafgegaan door een auditief of visueel signaal. Omdat de advertenties te zien waren tijdens de gewone dagprogrammatie en dus nog steeds voor iedereen toegankelijk bleven, volstaat volgens de VRM het symbool '18+' echter niet. Onder uitdrukkelijke verwijzing naar art. 380ter Sw., krijgen de VMMA en SBS ditmaal een boete van € 12 500 en het bevel om deze veroordeling op de startpagina van teletekst te publiceren.

Voor de volledigheid kan tot slot nog worden vermeld dat ook TMF reeds door de VRM werd gewaarschuwd ter wille van seksreclame op diens teletekstpagina's.²²⁷

121. Gelet op het feit dat dit medium enorm toegankelijk is, in het bijzonder voor minderjarigen, lijkt enige beperking op alles wat op televisie verschijnt, gerechtvaardigd. Als gevolg van bovenstaande veroordelingen, zijn de meeste erotische pagina's in Vlaanderen nu slechts beschikbaar van 21u tot 6u. De bijzondere doelstelling van de bescherming van de minderjarige wordt op die manier echter enorm beperkt. Mede gelet op het feit dat de VRM voornamelijk minderjarigen ouder dan 12 jaar tegen dergelijke inhoud tracht te beschermen, lijkt deze regeling niet streng genoeg. Immers, de kans dat deze groep jongeren op dit uur nog wakker is, is zeer reëel. Gelet op het feit dat vooral deze categorie zich in volle ontwikkeling bevindt en dus het kwetsbaarst is, zou de grens m.i. moeten worden opgetrokken, naar middernacht bijvoorbeeld. Dit moet dan uiteraard wel worden nageleefd. De erotische teletekstpagina's van de meeste kanalen zijn nu slechts beschikbaar zijn vanaf 21u en verwijzingen naar dergelijke pagina's worden grotendeels achterwege gelaten. Toch kan op VT4 de chatbox 'hot' wel nog steeds op ieder uur van de dag worden bekeken en wordt hier ook nog steeds naar verwezen op de startpagina.

Bovendien moet niet enkel de tijdsduur, doch ook de inhoud m.i. worden beperkt. Eveneens om een behoorlijke seksualiteitsontwikkeling van jongeren te bestendigen, maar ook en vooral omdat bepaalde vermeldingen als aanstootgevend of kwetsend kunnen worden aanvoeld. Op die manier komen het algemeen belang, alsook de menselijke waardigheid en het non-discriminatiebeginsel in het gedrang. Sommige vermeldingen zijn immers uiterst denigrerend en verheffen de vrouw tot louter lustobject. Als voorbeeld kunnen advertenties worden aangehaald als "*Seksontmoeting met goedkope del*" of, zoals één van de beslissingen van de VRM vermeldt: "*DIKKE VROUWEN WILLEN OOK SEX!!! 10tallen vrouwen zoeken een man die geen moeite heeft met een kilootje meer! stel jij geen eisen aan uiterlijk? Help jij deze vrouwen aan een wilde nacht? Ze willen evt betalen! Ze wachten op jou !!!*"²²⁸ Het hoeft geen betoog dat dergelijke uitlatingen niet echt getuigen van veel respect.

²²⁷ VRM 28 september 2010, nr. 2010/042, VRM/BVBA MTV Networks Belgium.

²²⁸ VRM 28 september 2010, nr. 2010/041, VRM/NV VMMA, 4.

122. In het Franstalig taalgebied werd het toezicht op de audiovisuele media toevertrouwd aan de Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Het vaststellen van inbreuken behoort meer bepaald tot de bevoegdheid van het Collège d'Autorisation et de Contrôle (CAC).²²⁹ Deze instantie kan gelijkaardige sancties opleggen als de VRM.²³⁰ Onder quasi dezelfde voorwaarden als in het Vlaams Mediadecreet, kan eveneens de opschorting van de verdeling van bepaalde televisiediensten worden bevolen.²³¹

123. Het CAC heeft tot nu toe eveneens slechts drie zaken behandeld inzake seksreclame. Het betrof gelijkaardige feiten als bij de beslissingen van haar Vlaamse tegenhanger, met name seksadvertenties op de teletekstpagina's van de Waalse zender RTL-TVi. De CSA oordeelt eveneens dat vermeldingen op teletekst op gelijke wijze aan de mediaregels dienen te voldoen en stelt een overtreding vast van art. 9, 2° Franstalig Mediadecreet. Zij overweegt dat dergelijke praktijken aanzetten tot ontucht en prostitutie, zodat het waarschijnlijk is dat zij de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen zullen schaden. TVi wordt dan ook tot drie maal toe veroordeeld tot een geldboete.²³² Opvallend is hoe de CSA het algemeen belang en de morele openbare orde betreft in haar beoordeling en – in tegenstelling tot de VRM – overigens onmiddellijk overgaat tot het opleggen van een sanctie.

124. Naast het vellen van beslissingen, kan de CAC ook aanbevelingen doen.²³³ Als voorbeeld kan worden verwezen naar de aanbeveling betreffende de verspreiding van elektronische berichten.²³⁴ Naar aanleiding van de groeiende omvang van het fenomeen dat steeds meer chat-, SMS-, en e-maildiensten via teletekst en andere media verspreid worden, brengt de CAC hierin de belangrijkste principes van het Mediadecreet nog even in herinnering. Het College raadt de omroeporganisaties aan om in het licht hiervan een permanent en preventief filtersysteem op te zetten, waarbij minstens één menselijke operator betrokken is. Ook wordt gewezen op de verantwoordelijkheid voor de redactionele controle van hun programma's. In een andere aanbeveling betreffende de bescherming van minderjarigen wordt tevens nog eens expliciet benadrukt dat ook de teletekstdiensten onder toepassing van het Mediadecreet ressorteren.²³⁵

125. Tot slot heeft de CSA ook nog een Collège d'Avis (CAV), dat op eigen initiatief of op vraag van de Franstalige Gemeenschap advies kan geven over alles wat betrekking heeft op de audiovisuele media.²³⁶ De leden bestaan gedeeltelijk uit de verschillende betrokken actoren, zoals reclamebureaus, adverteerders en mediabedrijven. In Vlaanderen behoort deze taak tot de bevoegdheid van de Sectorraad Media.²³⁷ Naast adviesverlening, kan het CAV ook reglementen uitvaardigen met betrekking tot commerciële communicatie, het respect voor de menselijke waardigheid en de bescherming van minderjarigen.²³⁸ Deze reglementen worden ter goedkeuring voorgelegd aan de gemeenschapsregering, waarna zij bindende kracht verkrijgen.

²²⁹ Art. 136, §1, 12° Franstalig Mediadecreet.

²³⁰ Art. 159, §1 Franstalig Mediadecreet.

²³¹ Art. 159, §§2, 3 en 4 Franstalig Mediadecreet.

²³² CAC 4 juni 2003, 23 maart 2005 en 26 september 2007, RTL-TVi, www.csa.be. In totaal werd TVi een geldboete van € 35 000 opgelegd.

²³³ Art. 136, §1, 11° Franstalig Mediadecreet.

²³⁴ Recommandation relative à la diffusion de messages électroniques sous toutes forms, CAC 2 juli 2003, www.csa.be.

²³⁵ Recommandation relative à la protection des mineurs, CAC 21 juni 2006, www.csa.be. De CAC verwijst naar haar beslissing ten aanzien van de RTL wegens seksadvertenties op diens teletekstpagina's.

²³⁶ Art. 135, §1, 1°, 2°, 3° en 4° Franstalig Mediadecreet.

²³⁷ Dit is een afdeling van de Strategische Adviesraad voor Cultuur, jeugd, sport en media (SARC).

²³⁸ Art. 135, §1, 5° Franstalig Mediadecreet.

Als voorbeeld kan de Ethische Code inzake Reclame worden aangehaald van het oude Collège de la Publicité.²³⁹ Geïnspireerd op de reeds besproken ICC-Code, worden hierin een aantal belangrijke basisregels opgenomen, zoals de vereiste van fatsoenlijkheid, het respect voor de menselijke waardigheid en non-discriminatie.²⁴⁰ In de zuidelijke helft van het land heeft de audiovisuele media-instantie dus duidelijk een ruimer werkingsveld en treedt zelf ook regulerend op.

126. Volledigheidshalve kan tot slot nog melding worden gemaakt van het mediadecreet van de Duitstalige Gemeenschap, dat eveneens gelijkaardige bepalingen bevat²⁴¹, en de Medienrat die als toezichthouder van deze bepalingen fungeert.²⁴²

3.2.3. Internet

127. Een laatste belangrijk medium dat, zoals voor zoveel zaken, veelvuldig wordt gebruikt om publiciteit te voeren voor seksuele diensten, is het internet.

128. Hierbij kan in de eerste plaats worden gedacht aan e-mail. Hoewel e-mail in de regel tussen twee personen verloopt en dus niet publiek is, kan zoals gezegd ook via deze weg verboden seksreclame worden verspreid. Hetzelfde geldt voor seksreclame via sociale netwerksites en chatdiensten.

129. Daarnaast zijn er echter ook websites waar men – al dan niet tegen betaling – seksafspraken kan maken en/of waarop reclame gemaakt wordt voor telefoon-/SMS-diensten, prostitutie of videochat.²⁴³

130. Ook is er de problematiek van de zoekresultaten bij zoekmachines zoals Google, die vaak ongepaste resultaten weergeven. Bij het zoeken naar dergelijke sites, was één van de zoekresultaten die ik bekam bijvoorbeeld ‘Tiener Telefoonsex’. De betreffende site bleek echter verhuisd te zijn en nu meer gericht te zijn op effectieve seksontmoetingen, zonder vermelding van minderjarigen.²⁴⁴ Verder kan men ook denken aan de situatie waar het zoeken naar onschuldige begrippen toch seksgerelateerde resultaten oplevert. Bij wijze van voorbeeld kan worden verwezen naar reclame voor een filterprogramma waarbij een kind iets wil opzoeken over naaktkatten en de zoekterm ‘naakte poes’ intikt. Men kan zich wel inbeelden welke resultaten dit oplevert. Naast andere, meestal betalende filter- en blokkeringsystemen, biedt Google echter wel een gratis ‘safe search’ filter. Iedere gebruiker kan deze persoonlijk instellen van geen filter, gemiddeld tot streng. Daarnaast kan men ook handmatig bepaalde sites blokkeren.²⁴⁵

131. Niet enkel de zoekresultaten zelf, maar ook de zogenaamde Google Ads, die boven en naast, alsook op andere websites worden vermeld, zijn vaak problematisch. Seksgerelateerde ads op sites die regelmatig door kinderen worden geraadpleegd, bijvoorbeeld voor het spelen van online spelletjes, kwamen vroeger regelmatig voor. Dit is de laatste tijd echter enorm verbeterd.

²³⁹ Code d'éthique de la publicité, CP 18 mei 1998, www.csa.be.

²⁴⁰ Art. 1, eerste lid, art. 1, tweede lid resp. art. 4, 4 Code d'éthique de la publicité.

²⁴¹ Zie art. 4, 1° 2° en 8 Decreet 27 juni 2005 over de radio-omroep en de filmvoorstellingen, BS 6 september 2005.

²⁴² www.medienrat.be.

²⁴³ www.passion.com; www.afspraakjes.com; erotiek.tekoopjes.be. Voor men op deze laatste website de categorie ‘erotiek’ opent, wordt men wel gewaarschuwd voor de mogelijke ongeschiktheid voor minderjarigen.

²⁴⁴ www.passion.com.

²⁴⁵ <http://www.google.be/preferences?hl=en>.

Waar in het verleden vaak allerlei erotische spelletjes op deze sites te vinden waren – en dus ook meer seksreclame – is dit nu veel minder het geval. Wie via Google zoekt op de term ‘seksspelletjes’ vindt wel nog een link naar momenteel cleane sites, maar daar wordt dan gezegd dat de zoekopdracht geen resultaten opleverde of dat dergelijke kindonvriendelijke spelletjes geen deel uitmaken van de inhoud van de webpagina.²⁴⁶ Dit is uiteraard een positieve evolutie. Er bestaan echter wel nog steeds websites die enkel op dergelijke spelletjes gericht zijn en waar aldus ook de seksreclame weelderig tiert.²⁴⁷

Behoudens de bescherming van de minderjarige moeten daarenboven ook de rechten van andere personen worden gevrijwaard. Zo heeft de Nederlandse datingsite Farm Date een rechtszaak ingesteld tegen Google omwille van het feit dat wanneer men de zoektermen ‘farm date’ intikt, verscheidene ads verschijnen voor sekssites. Dit zou volgens het bedrijf haar reputatie schaden. De rechter oordeelde echter dat dit niet het geval is, omdat de term ‘date’ geen merk is en Google dit dus als Adword mag gebruiken.²⁴⁸ Niettemin blijkt uit deze zaak dat ook andere bedrijven en personen hinder kunnen ondervinden door de veelheid aan seksreclame vanwege de internetgigant. Tevens stelt zich de vraag of de term ‘date’ zomaar mag worden gelijkgesteld met ‘sex date’. Hoe dan ook, het is duidelijk dat Google de inhoud van diens advertenties aan controle dient te onderwerpen. Minstens moet er op worden toegezien dat seksadvertenties niet te pas en te onpas op de meest uiteenlopende sites verschijnen. Hoewel het beleid van Google principieel bepaalde seksreclame verbiedt, blijkt uit een onderzoek van Computer Idee – en kan iedereen die ook maar één keer op internet surft vaststellen – dat voor bijna al deze diensten wel degelijk ads verschijnen.²⁴⁹ Nochtans is reclame voor kinderporno²⁵⁰, prostitutie, escortservice, intieme en erotisch massage- en gezelschapsdiensten, postorderbruiden en seksgerelateerde diensten principieel verboden.²⁵¹ Hoewel men de mogelijkheid heeft om bepaalde zaken die niet stroken met het beleid te melden, kan het volgens Computer Idee soms maanden duren vooraleer de ads uiteindelijk worden verwijderd. De voornaamste motivatie van Google zou puur winstbejag zijn. Het organiseren van controle vereist immers personeel. Nog belangrijker is dat door het volledig bannen van seksgerelateerde advertenties belangrijke inkomsten verloren zouden gaan. Iedere maand zou immers om en bij de 300 miljoen euro verdiend worden aan ‘clicks’ op deze tekstadvertenties. Gelet op de eminente aanwezigheid van dit bedrijf op het internet, mag echter worden verwacht dat het diens steentje bijdraagt en het goede voorbeeld geeft. Daarnaast dienen ook de aanbieders van websites hun verantwoordelijkheid te dragen. Hier kan eventueel een rol weggelegd zijn voor de JEP, waarbij via het Interactive Advertising Bureau (IAB) immers ook Google Belgium en tevens verschillende adverteerders zijn aangesloten.

132. Een strafrechtelijk verbod lijkt ook hier echter niet wenselijk, noch noodzakelijk. Waar bij de vorige media voornamelijk problemen rezen omwille van redenen die met het verbod zelf te maken hebben, liggen de moeilijkheden hier ook in het medium internet op zich. Het kluwen van het World Wide Web is immers zeer moeilijk te controleren. Cybercriminaliteit is dan ook een type van criminaliteit op zich, met specifieke eigenheden en knelpunten.

²⁴⁶ Bv. www.spelletjes.ik.be resp. www.freegamez.be.

²⁴⁷ Bv. www.seksspelletjes.be.

²⁴⁸ Voorzieningsrechter Amsterdam 24 augustus 2006, nr. 346061/KG 06-1177, www.rechtspraak.nl.

²⁴⁹ “Google verdient goed aan seksadvertenties”, 17 juli 2009, <http://www.ad.nl/ad/nl/5601/TV-Radio/article/detail/2034168/2009/07/17/Google-verdient-goed-aan-seksadvertenties.dhtml>.

²⁵⁰

<http://support.google.com/adwordspolicy/bin/static.py?hl=nl&topic=1310883&guide=1308252&page=guide.cs&answer=176074>.

²⁵¹

<http://support.google.com/adwordspolicy/bin/static.py?hl=nl&topic=1310883&guide=1308252&page=guide.cs&answer=176004>.

133. Zo is het internet vooreerst een mystieke plaats, waar de identificatie van inbreukmakers – zoals adverteerders of websiteaanbieders – niet altijd even evident is. Het is immers bekend dat internetcriminelen vaak gebruik maken van anonieme netwerken, zoals recent ook is gebleken met betrekking tot pedofilie. Door de aanwezigheid van zogenaamde anonieme remailers kunnen allerlei gegevens van internetgebruikers, zoals hun IP-adres, verborgen worden gehouden. Daarbij komt nog dat zelfs afgezien van de mogelijkheid tot anoniem surfen, berichten en afzenders ook kunnen worden vervalst, zodat ook dan de daders eventueel ontraceerbaar zijn.²⁵²

134. Naast deze opsporingsproblematiek, is het internet verder ook geen tastbare, fysieke plaats en is het voor iedereen over de hele wereld toegankelijk. Dit betekent dat in België soms seksreclame kan worden geraadpleegd die volledig in het buitenland werd tot stand gebracht en via een buitenlandse server op het internet werd geplaatst. In dat geval zal de Belgische Strafwet niet van toepassing zijn, daar geen van de constitutieve bestanddelen zich in België situeert.²⁵³ Overeenkomstig het territorialiteitsbeginsel²⁵⁴ zullen dergelijke feiten dan ook niet in België kunnen worden vervolgd. Hoewel wettelijke uitzonderingen op dit beginsel mogelijk zijn²⁵⁵ en ook effectief werden gemaakt voor bepaalde misdrijven als kinderpornografie en seksuele exploitatie²⁵⁶, is dit niet het geval voor art. 380ter Sw. Het gebrek aan rechtsmacht in deze gevallen zorgt er dus voor dat seksreclame vaak niet zal kunnen worden vervolgd simpelweg omdat het land dat wel bevoegd is geen gelijkaardige strafbaarstelling kent. Op die manier kan de vervolging van dergelijke inbreuken op internet dan ook enorm worden bemoeilijkt. DE HERT en BODARD pleiten voor een uitbreiding van de extraterritorialiteit naar andere seksuele misdrijven zoals – het toen echter nog veel minder ruime – verbod op seksreclame.²⁵⁷ Zij wijzen er op dat dit zelfs overbodig is indien men – naar analogie met de cassatierechtspraak over de uitgifte van een ongedekte cheque²⁵⁸ – aanneemt dat de raadpleging in België een constitutief element van het misdrijf is.²⁵⁹ M.i. is dit bij art. 380ter Sw. echter niet het geval. Immers, niet de plaats waar de reclame wordt geraadpleegd, maar wel deze waar de reclame wordt gemaakt, uitgegeven, verspreid of bekendgemaakt is belangrijk. Men zou deze problematiek echter wel kunnen oplossen aan de hand van grensoverschrijdende samenwerking of zelfs harmonisatie. Gelet op het feit dat België één van de enige landen lijkt te zijn met een dermate ruim seksreclameverbod, is dit echter onwaarschijnlijk.

135. Nog afgezien van bovenstaande moeilijkheden, zijn bovendien ook bij dit medium minder restrictieve maatregelen mogelijk, zoals filter- en classificatiesystemen. Wat reclame voor perfect legale activiteiten betreft, kan m.i. dan ook worden volstaan met een aanpak via de reeds bestaande organen voor zelfregulering. Enerzijds kan hier zoals gezegd door de JEP een rol worden gespeeld. Anderzijds bestaat er echter ook een specifieke vereniging van internet providers, met name de ISPA. Alvorens over te gaan tot de bespreking van deze sectoriële regulering, zal ook nog even worden stilgestaan bij het Europees Cybercrimeverdrag, dat eveneens een aantal voor seksreclame relevante bepalingen bevat.

²⁵² *Contra* P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdad: een uitdaging?”, 107, nr. 17; zie ook D. BARRETT, “Young people and prostitution: perpetrators in our midst”, *IRLCT* 1998, vol. 12, No. 3, 485; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 250.

²⁵³ P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdad: een uitdaging?”, 108, nr. 19; K. DE CORTE, N. DAELMAN en R. NAUDTS, 249.

²⁵⁴ Cf. art. 3 Sw.

²⁵⁵ Art. 4 Sw.

²⁵⁶ Cf. art. 10ter VTSv.

²⁵⁷ P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdad: een uitdaging?”, 109, nr. 19 en 20.

²⁵⁸ Zie bv. Cass. 23 januari 1979, *Arr. Cass.* 1978-79, 575 en *Pas.* 1979, 582.

²⁵⁹ P. DE HERT en K. BODARD, “Internetmisdad: een uitdaging?”, 110, nr. 21.

*Europese regelgeving: het verdrag inzake computercriminaliteit van de Raad van Europa*²⁶⁰

136. Het Verdrag Cybercriminaliteit bepaalt geen specifieke regels met betrekking tot seksreclame in het algemeen, maar wel met betrekking tot kinderpornografie. Zo moeten de lidstaten passende maatregelen nemen om het aanbieden, ter beschikking stellen, verspreiden of overdragen van kinderpornografie strafbaar te stellen.²⁶¹ Aldus moet niet enkel reclame die op zich reeds kinderpornografisch materiaal bevat, maar ook het loutere aanbod worden bestraft. Deze conventie kan zodoende een rechtvaardiging vormen voor art. 380ter, §1 Sw. en gedeeltelijk ook voor §3, tweede lid. Dit dient echter te worden genuanceerd, daar deze bepalingen veel ruimer zijn dan enkel kinderpornografie en niet enkel betrekking hebben op het medium internet.

Naast de verplichting tot strafbaarstelling van kinderpornografie worden tevens een aantal procedureregels vastgesteld. Wat reclame voor kinderpornografie betreft, wordt op die manier ook aan bovenstaande moeilijkheden inzake identificatie en rechtsmacht tegemoet gekomen.

137. Hierbij kan terloops ook nog een initiatief van de Europese Unie worden vermeld, waarbij de lidstaten zich ertoe verbinden de maatregelen te onderzoeken om kinderporno van het internet te weren en hiertoe efficiënt samen te werken.²⁶²

*Zelfregulering: de ISPA-Gedragscode*²⁶³

138. Zoals gezegd, kent ook de internetsector in België een bepaalde vorm van zelfregulering. Sinds 1997 is deze immers gegroepeerd in de Internet Service Providers Association (ISPA). Een jaar later werd door de Europese Raad aanbevolen de oprichting te bevorderen van een nationaal zelfreguleringskader voor zowel exploitanten van internetdiensten als voor de audiovisuele media.²⁶⁴ Dit werd nogmaals bevestigd in 2006.²⁶⁵

139. Eén van de eerste taakstellingen van ISPA België was dan ook het opstellen van een Gedragscode.²⁶⁶ Hierin werd overeengekomen dat de ISP's zich naar best vermogen zullen inspannen om onrechtmatige en schadelijke inhoud op het internet te helpen voorkomen. Omdat zij uiteraard onmogelijk alles kunnen controleren, hebben zij echter eerder een informatie- en facilitatiefunctie. Zo verbinden zij zich er toe om hun klanten te identificeren indien daarom wordt verzocht en om een 'acceptable use policy' toe te voegen aan hun standaardvoorwaarden.

²⁶⁰ Verdrag inzake de bestrijding van strafbare feiten verbonden met elektronische netwerken, ECTS 185, www.coe.int (hierna verkort Verdrag Cybercriminaliteit).

²⁶¹ Art. 9, 1, a en b Verdrag Cybercriminaliteit.

²⁶² Besluit van de Europese Raad van 29 mei 2000 ter bestrijding van kinderpornografie op het internet, *Pb.L.* 9 juni 2000, nr. 138, 1-4.

²⁶³ ISPA Gedragscode, www.ispa.be.

²⁶⁴ Aanbeveling 98/560/EG 24 september 1998 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de ontwikkeling van de concurrentiepositie van de Europese industrie van audiovisuele en informatiediensten door de bevordering van nationale kaders teneinde een vergelijkbaar en doeltreffend niveau van bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid te bereiken *Pb.L.* 7 oktober 1998, afl. 270, 48-55.

²⁶⁵ Aanbeveling 2006/952/EG 20 december 2006 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid en het recht op weerwoord in verband met de concurrentiepositie van de Europese industrie van audiovisuele en online-informatiediensten, *Pb.L.* 27 december 2006, afl. 378, 72-77.

²⁶⁶ ISPA Gedragscode, www.ispa.be.

Ook stellen zij een mailadres – in de meeste gevallen abuse@provider.be – ter beschikking waarop iedere derde klachten kan melden inzake illegale praktijken.

140. Daarnaast kunnen internetgebruikers en ISP's bij de Federal Computer Crime Unit aangifte doen van activiteiten en informatie die in strijd zijn met het strafrecht of de goede zeden, zoals reclame voor diensten van seksuele aard.²⁶⁷ Ten behoeve hiervan is tevens een samenwerkingprotocol tussen ISPA en de regering tot stand gekomen.²⁶⁸ Deze samenwerking schijnt goed te verlopen. Zo blijkt uit een interview met de woordvoerder van een grote Belgische ISP dat illegale inhoud consequent aan het FCCU wordt gemeld. En dit onafhankelijk van het feit of de illegale content van de ISP zelf afkomstig is, van derden afkomstig is, maar door de ISP wordt gehost dan wel door een andere ISP wordt gehost. Dit is evenwel slechts mogelijk op klacht van een gebruiker, daar de ISP's zelf niet actief op zoek kunnen gaan naar mogelijke inbreuken. Omgekeerd voldoet deze provider ook aan bepaalde verzoeken van de FCCU of het parket. In het samenwerkingsprotocol wordt echter benadrukt dat de coöperatie geen betrekking heeft op privécommunicatie zoals e-mail, privéchat of websites met gelimiteerde toegang. Ook deze regeling is dus minder ruim dan het verbod in art. 380ter Sw. Bovendien blijkt uit navraag dat seksreclame zowel op het niveau van de FCCU als op het niveau van de ISP uiterst zelden wordt gemeld.

Hierbij moet nog worden opgemerkt dat de ISP zelf ook strafrechtelijk aansprakelijk kan worden gesteld wegens het hosten van illegale inhoud. In dit verband besliste het Hof van Cassatie echter dat de bijzondere regeling inzake uitsluiting van aansprakelijkheid eveneens van toepassing is met betrekking tot strafrechtelijk misdrijven.²⁶⁹ Dit betekent dat de ISP aan aansprakelijkheid zal ontsnappen indien deze geen kennis had van de illegale inhoud of er alles aan heeft gedaan om de gegevens te verwijderen dan wel te blokkeren.²⁷⁰ Diens betrokkenheid dient dan echter wel slechts een louter technisch, automatisch of passief karakter te hebben gehad. Dit impliceert dat de ISP niet op de hoogte was van de illegale inhoud, noch enige controle had over deze gegevens. Hierbij kan worden gedacht aan zoekmachines zoals Google.

141. Tot slot kan de ISPA ook zelf klachten behandelen. Omdat zij is georganiseerd vanuit de sector zelf, zal zij echter steeds eerst het lid op informele basis benaderen en pas bij aanhoudende schendingen eventueel het lidmaatschap schorsen. Effectieve sancties zijn dus niet mogelijk.

3.2.4. Andere media

142. Ten slotte kunnen ook nog een aantal andere media worden vermeld, waarlangs seksreclame zou kunnen worden verspreid. Zoals gezegd is art. 380ter Sw. immers technologie onafhankelijk geformuleerd, zodat het schriftelijk, mondeling of visueel karakter van de reclame irrelevant is. Aldus kan ook gedacht worden aan flyers en affichering, reclame via telefoon of SMS en zelfs mond- op mondreclame.

Als voorbeeld kan vooreerst de in sommige hotels en dubieuze bars courante praktijk worden aangehaald om hun klanten prostituees aan te bieden.

²⁶⁷ www.ecops.be.

²⁶⁸ Samenwerkingprotocol ter bestrijding van ongeoorloofd gedrag op het internet 28 mei 1999, www.ispa.be.

²⁶⁹ Cass. 3 februari 2004, AR P031427N; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 174-175, nr. 212.

²⁷⁰ Cf. art. 20 wet 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische van de diensten van de informatiemaatschappij, BS 17 maart 2003 (ed. 2).

Dit gebeurt via mondelinge aansporing, door de klant een kaartje in de hand te steken en soms zelfs door het gebruik van codetaal.

Een specifiek en typisch Brits fenomeen, zijn de zogenaamde ‘tart cards’. Dit zijn kaartjes die in de Britse publieke telefooncellen worden gelegd en waarmee prostituees hun waren aanprijzen. Deze vorm van publiciteit werd uiteindelijk verboden. Dit is begrijpelijk, aangezien de telefooncellen zeer publiek zijn, en dus ook voor kinderen enorm toegankelijk. De Engelse situatie zal aan een nader onderzoek worden onderworpen in het volgende hoofdstuk.

Wat affichering betreft, kan tot slot nog worden opgemerkt dat de Associatie van Exploitanten van Aanplakborden eveneens lid is van de JEP, zodat ook hier een rol voor deze laatste instantie is weggelegd.

4. Besluit

143. Uit bovenstaand overzicht blijkt dat seksreclame talrijke facetten heeft en ook door heel wat andere instrumenten wordt geregeld. Nog afgezien van het extensieve toepassingsgebied en de betwifelbare legitimiteit van de strafbaarstellingen in art. 380^{ter} Sw., rijst dan ook hoofdzakelijk de vraag naar het nut om dergelijke bepaling op te nemen in het Strafwetboek. Er blijken immers ook andere wettelijke, administratieve en zelfregulerende instrumenten te bestaan die deze problematiek reeds beheersen. Geen van deze gaat echter zo ver dat alle vormen van reclame voor alle soorten van seksuele dienstverlening zonder meer worden verboden. Er worden slechts enkele beperkingen opgelegd. Deze tegenstrijdigheid tussen de strafwet en andere regelingen bevordert allermint de rechtszekerheid. Zeker gelet op het feit dat de opsporing en vervolging door het parket bovendien miniem is, kan de meerwaarde van een strafrechtelijk verbod worden betwifeld. De organen die waken over de toepassing van de andere regelgeving lijken immers beter geplaatst om deze problematiek te beheersen. Zij staan dichterbij de betrokken actoren, kunnen dus veel sneller ingrijpen en hebben tevens meer expertise in de betrokken sector. Bovendien zal dergelijke handhaving veel sneller worden aanvaard, zeker in het geval van zelfregulering, en zal het minder overdreven worden geacht dan een strafrechtelijke vervolging. Dit alles zou er toe kunnen leiden dat de betrokkenen worden geresponsabiliseerd en als het ware vanzelf de inhoud van reclame gaan controleren.

Toch is ook bij deze aanpak nog werk aan de winkel. Zeker wat kranten en tijdschriften betreft, daar hier nog geen specifieke controle voor bestaat en ook de JEP tot nu toe zijn verantwoordelijkheid nog niet ten volle lijkt te hebben opgenomen. Daarnaast kan men ook moeilijk om de vaststelling dat het toezicht op reclame voor seksuele dienstverlening door een kluwen aan instanties wordt uitgeoefend. Naargelang de verstrekte dienst of het gebruikte medium zal soms steeds een andere regeling van toepassing zijn. In België wordt dit nog versterkt door het feit dat de audiovisuele media tot de bevoegdheid van de gemeenschappen behoort. Zo lijken de VRM en de CSA niet volledig dezelfde richting op te gaan. Waar de CSA ook adviezen verstrekt, gebeurt dit in Vlaanderen door de SARC. Ook lijkt de CSA meer aan regulering te doen en zich eveneens te baseren op zelfregulerende instrumenten, eerder dan de loutere handhaving van de wettelijke regels. Deze veelheid aan instanties en aanpak bevordert allermint de transparantie, zodat het aangewezen is een gedegen samenwerking tussen de verschillende instanties op touw te zetten.

Hierbij zouden de kwalitatieve vereisten, zoals deze inzake fatsoen, kunnen gehandhaafd worden door de JEP, daar deze instantie ter zake over voldoende expertise lijkt te beschikken, zeker wat de audiovisuele media betreft.²⁷¹ De andere organisaties, zoals de VRM, CSA, ECT of ISPA kunnen dan de meer technische voorwaarden helpen waarborgen. Waar het nu concreet naartoe moet met het seksreclameverbod zal in het laatste hoofdstuk nader worden bekeken. Eerst zal even over de grens worden gekeken om daarna over te gaan tot een onderzoek naar de legitimiteit en opportuniteit.

²⁷¹ Zie ook H. CANNIE en D. VOORHOOF, “Audiovisuele media, reclame en minderjarigen”, 172-173.

HOOFDSTUK II. EEN STAALTJE RECHTSVERGELIJKING: HOE WORDT SEKSRECLAME IN HET BUITENLAND AANGEPAKT?

144. Ook in andere landen speelt de problematiek van seksreclame en tracht men er een oplossing voor te vinden door middel van verschillende vormen van regulering. Het is dan ook interessant even over de grenzen heen te kijken. Omdat het uiteraard niet mogelijk is alle andere rechtsstelsels te vergelijken, dienen methodologische keuzes te worden gemaakt. In de eerste plaats zullen Frankrijk en Engeland in aanmerking worden genomen. Net zoals België kennen deze landen immers een abolitionistische regeling van prostitutie. Het ontbreken van een reclameverbod zou dus een teken kunnen zijn dat dit niet zo geoorloofd en/of opportuun wordt geacht. Daarnaast lijkt ook Nederland een goede keuze. Hier werd prostitutie immers wel reeds uit de illegaliteit gehaald en gereguleerd.²⁷² Indien ook hier gelijkaardige strafbaarstellingen zijn op te merken, kan dit dus eventueel een argument zijn pro reclameverbod.

1. Nederland

145. Sinds 1 oktober 2000²⁷³ is in Nederland het bordeelverbod opgeheven en vervangen door een louter verbod van gedwongen prostitutie en seksuele dienstverlening door minderjarigen.²⁷⁴ Ook in dit land gingen echter stemmen op om prostitutie opnieuw te bestraffen, maar dan in hoofde van de bezoeker. Hiertoe werd reeds een wetsvoorstel neergelegd, dat momenteel wordt besproken in het parlement.²⁷⁵ Het nieuwe systeem zou de klant verplichten om voor de daad een centraal meldpunt te bellen om te controleren of de prostituee geregistreerd is en de leeftijd van 21 jaar heeft bereikt. Wie dit niet doet en gebruik maakt van een ongeregistreeerde prostituee, begaat een misdrijf en zou kunnen worden veroordeeld tot een gevangenisstraf van 6 maanden of een geldboete van de derde categorie.²⁷⁶ Net zoals in België, kwam hierop echter veel kritiek.

146. In samenhang met de discussie over prostitutie, klonk nochtans ook in Nederland reeds de roep om verstrenging van de regels inzake seksreclame, zowel vanuit de sector zelf²⁷⁷ als vanuit de politiek. Zo deed de fractievoorzitter van de ChristenUnie Slob een oproep tot het verbieden van seksreclame op televisie.²⁷⁸ Hoewel de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aanvankelijk meeding in het voorstel, legde Plasterk echter meer de nadruk op het misleidend karakter van bepaalde seksreclame en vond hij een verbod te ver gaan.

²⁷² Wet 28 oktober 1999 tot wijziging van het Wetboek van Strafrecht, enige andere wetboeken en enige wetten (opheffing algemeen bordeelverbod), *Stb.* 9 november 1999, 464 (hierna verkort Wet Opheffing Bordeelverbod).

²⁷³ Art. VIII Wet Opheffing Bordeelverbod j° KB 18 januari 2000 tot vaststelling van de datum van inwerkingtreding van de wet van 28 oktober 1999 tot wijziging van het Wetboek van Strafrecht, enige andere wetboeken en enige wetten (opheffing algemeen bordeelverbod), *Stb.* 1 februari 2000, 38.

²⁷⁴ Cf. de artt. 273f en 274 Sr.

²⁷⁵ Art. 29 wetsvoorstel betreffende de regulering van prostitutie en betreffende het bestrijden van misstanden in de seksbranche, Kamerstukken I 2011-12, 32 211, nr. A.

²⁷⁶ Van min. 3 tot max. 7600 euro. Zie art. 23, tweede en vierde lid Sr j° art. I KB 11 oktober 2011 tot wijziging van de bedragen van de categorieën bedoeld in artikel 23, vierde lid, van het Wetboek van Strafrecht, *Stb.* 25 oktober 2011, 455.

²⁷⁷ Met name de Vereniging van Legale Escortbedrijven. Cf. M. VAN DEN ANKER, “Strengere regels voor seksadvertenties”, 18 maart 2011, www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/opinie/columns/strengere-regels-voor-seksadvertenties.912641.lynkx.

²⁷⁸ A. SLOB, “Na belpel ook seksdating van de buis”, 26 november 2007, <http://arieslob.christenunie.nl/k/news/view/187476>.

Hij pakte de televisiereclame aan via de bestaande (zelf)regulering en de aansporing om deze systemen nog verder te verbeteren. Hierop zal verder worden ingegaan bij de bespreking van de regulering in de audiovisuele media.

1.1. Strafrechtelijke aanpak

147. Hoewel in Nederland tot nu toe nog geen specifieke strafbaarstelling voor seksreclame werd ingevoerd, bestaan ook hier een aantal strafbepalingen waaronder seksreclame eventueel zou kunnen ressorteren. Het betreft met name de misdrijven inzake pornografisch en ongepast materiaal.

148. Zo bestraft art. 240 Sr vooreerst de persoon die een afbeelding, waarvan hij weet of ernstige reden heeft om te vermoeden dat het aanstootgevend is, aan de openbare weg tentoonstelt of aan iemand zonder diens verzoek toezendt. Het begrip ‘afbeelding’ dient ruim te worden geïnterpreteerd en kan bijvoorbeeld slaan op tekeningen, foto’s, geprojecteerde dia’s en op beeldscherm afgespeelde video’s of dvd’s. ‘Aanstootgevend’ kan dan weer worden omschreven als wat op onbehoorlijke wijze kwetsend is voor het geslachtelijk schaamtegevoel.²⁷⁹ Dit staat in principe los van persoonlijke gevoelens en moet daarentegen worden beoordeeld in het licht van de heersende opvattingen van de meerderheid van de Nederlandse bevolking op dat bepaald moment.²⁸⁰ Zo zullen afbeeldingen van gewelddadige seks²⁸¹ of seks met dieren als aanstootgevend kunnen worden beschouwd. Zij dienen echter wel aan de openbare weg, toegankelijk voor het verkeer, te worden tentoongesteld. Dit is bijvoorbeeld het geval bij affichage langs de weg, in parken of stations en affiches of beeldschermen in aan de openbare weg gelegen etalages.²⁸² Daarnaast wordt ook het ongevraagd toezenden van dergelijke afbeeldingen bestraft, waaronder dus ook reclame die dit zou bevatten. Het begrip ‘toezenden’ dient opnieuw ruim te worden omschreven.²⁸³ Hieronder kunnen niet alleen ongevraagde brieven en e-mails, maar ook MMS-berichten worden begrepen.²⁸⁴ Het is echter de vraag of dit ook het geval is voor flyers die door fysieke personen in de brievenbus worden gestopt. Naar analogie met de ruime uitlegging van dit begrip door de Hoge Raad in het kader van het toezenden van een beledigend geschrift, wijzen JANSSENS en NIEUWENHUIS er op dat dit eventueel het geval zou kunnen zijn. Finaal is immers van belang dat er een overgang plaatsvindt van de adverteerder naar de geadresseerde. De wijze waarop deze overgang gebeurt, is slechts ondergeschikt.²⁸⁵

Zoals nog voor de inwerkingtreding voorspeld, wordt art. 240 Sr. nauwelijks toegepast²⁸⁶, laat staan op seksreclame. Hoewel in de Tweede Kamer reeds vragen werden gesteld inzake aanstootgevende affiches aan de openbare weg en sekslijnen, blijkt dit geen prioriteit te zijn voor de Nederlandse Justitie. Onder verwijzing naar de geringe rechtspraak, de reeds bestaande minder restrictieve maatregelen, en de functie van het strafrecht als ultimum remedium, wordt een strafrechtelijke ingreep immers (nog) niet noodzakelijk geacht.²⁸⁷

²⁷⁹ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, Groningen-Amsterdam, Kluwer, 2005, 215 (hierna verkort A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*).

²⁸⁰ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 215-216.

²⁸¹ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 217.

²⁸² A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 218.

²⁸³ *Ibid.*

²⁸⁴ Rechtbank Zwolle 8 juni 2010, nr. 07.653032-10, www.rechtspraak.nl.

²⁸⁵ Zie A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 218.

²⁸⁶ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 227.

²⁸⁷ Vragen van het lid Van den Berg (SGP) over blokkade van gratis sekslijnen, vragen van het lid Koekoek (CDA) over reclameposters met seks en vragen van het lid Rouvoet (RPF) over erotiekbeurzen, Aanhangel Handelingen II 1996-97, nr. 652, nr. 654 resp. nr. 666.

149. Naast de algemene incriminatie inzake aanstootgevend materiaal, bestaat ook een specifieke bepaling voor het tonen van voor minderjarigen schadelijke afbeeldingen aan personen waarvan men wist of moest weten dat zij de leeftijd van 16 jaar nog niet hebben bereikt.²⁸⁸ Deze bepaling heeft betrekking op het verstrekken, aanbieden of vertonen, wat zowel openbaar als binnenshuis kan gebeuren.²⁸⁹ ‘Schadelijk’ kan hier worden begrepen als nadelig voor de geestelijke ontwikkeling van minderjarigen. De woorden ‘schadelijk kan worden geacht’ duiden er op dat de reële mogelijkheid tot beïnvloeding volstaat. Het criterium is dan ook niet de minderjarige in dat bepaald geval, maar wel de vraag of de afbeelding schadelijk kan zijn voor de leeftijdscategorie in het algemeen.²⁹⁰ Wel is vereist dat er daadwerkelijk kinderen aanwezig zijn en dat er een directe relatie met degene die het materiaal vertoont. Om die reden valt het uitzenden van een televisieprogramma buiten het toepassingsgebied van deze bepaling. Hetzelfde geldt voor algemene uitlatingen op het internet. Het vertonen in een bioscoop, het versturen van berichten naar persoonlijke e-mailadressen, het tonen van het geslachtsdeel via de webcam²⁹¹ en het tonen van een opgenomen programma daarentegen wel.²⁹² Voor de bioscoopbranche en videohandel wordt door het NICAM overigens uitdrukkelijk melding gemaakt van art. 240a Sr en gewezen op hun verantwoordelijkheid onder dit artikel.²⁹³ In het licht van de Mediawet en het Deelreglement Televisie van de NICAM, die in het volgende punt zullen worden besproken, dient echter ook de omroepbranche de uitzending van schadelijke inhoud te beperken. Er dient evenwel te worden opgemerkt dat deze laatste regeling niet van toepassing is op de radio, net zoals art. 240a Sr evenmin auditief materieel kan omvatten.²⁹⁴

Over de vervolging van art. 240a Sr kan grotendeels hetzelfde worden gezegd als bij art. 240 Sr. Zoals reeds is gebleken, wordt ook hier immers primair ingezet op sectoriële en zelfregulering. JANSSENS en NIEUWENHUIS stellen zich echter de vraag of niet eerst de gebreken van deze manier van regulering zelf moeten worden aangepakt. Jongeren kunnen op internet immers nog steeds zeer snel in contact komen met pornografisch materiaal. Zij besluiten dat de aandacht van justitie vooral zal gericht zijn op die gevallen waarin het tonen van ongepaste afbeeldingen aan minderjarigen een aanzet is tot verdere betrekkingen.²⁹⁵ Specifiek voor seksreclame zal dit echter meestal niet het geval zijn, zodat heil zal moeten worden gevonden in de alternatieve vormen van regulering.

150. Ten slotte kan ook nog melding worden gemaakt van art. 240b Sr, dat kinderpornografie viseert en doet denken aan art. 383bis Belgisch Sw. Deze bepaling bestraft degene die afbeeldingen van seksuele gedragingen met jongeren van minder dan 18 jaar verspreidt of openlijk tentoonstelt. Hoewel art. 240b Sr in tegenstelling tot zijn Belgische tegenhanger niet uitdrukkelijk naar reclame verwijst, zullen advertenties die op zich reeds kinderpornografische afbeeldingen bevatten in elk geval kunnen worden bestraft. Het openlijk tentoonstellen behoeft daarenboven geen openbaarheid, zodat ook kinderpornografische reclame via e-mail of MMS zal kunnen worden aangepakt.²⁹⁶

²⁸⁸ Art. 240a Sr.

²⁸⁹ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 219.

²⁹⁰ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 221.

²⁹¹ Rechtbank Breda 5 maart 2009, nr. 02/628386-08; Rechtbank Rotterdam 6 oktober 2011, nr. 10/700028-10; Rechtbank Assen 20 december 2011, nr. 19.605348-11, www.rechtspraak.nl.

²⁹² A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 220.

²⁹³ www.kijkwijzer.nl/index.php?id=11.

²⁹⁴ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 220.

²⁹⁵ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 227.

²⁹⁶ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 225.

In tegenstelling tot voorgaande bepalingen, heeft art. 240b Sr wel reeds vele toepassingen gekend. Dit is logisch daar het betrekking heeft op kinderpornografie, wat algemeen als strijdig met de goede zeden wordt aangevoeld en waarrond ook reeds vele initiatieven werden genomen. Uit onderzoek van de rechtspraak blijkt dat ook reclame waarin kinderpornografische afbeeldingen voorkomen op basis van dit artikel worden aangepakt. Vaak gaat het vervaardigen of verspreiden van kinderporno immers gepaard met advertenties voor deze dienstverlening, voornamelijk via het internet. Het online en openlijk adverteren voor kinderpornografische websites heeft dan ook reeds aanleiding gegeven tot bestraffing.²⁹⁷ Ook werd een veroordeling uitgesproken wegens het aanprijzen van een minderjarig meisje via een verzonden contactadvertentie op het internet, waarbij de verdachte via fotobewerking het hoofd van het meisje op een ontbloot lichaam had geplaatst.²⁹⁸

151. Naast deze bepalingen inzake onzedelijk materiaal, gaat seksreclame ook vaak gepaard met andere strafbare feiten. Zo kan in de eerste plaats worden verwezen naar de bepalingen inzake mensenhandel op grond waarvan gedwongen prostitutie verboden is.²⁹⁹ Vaak worden de slachtoffers hierbij immers op één of andere wijze aangeprezen bij de hoerenlopers. Er werden dan ook reeds verschillende veroordelingen uitgesproken waarbij door de daders op internet geplaatste advertenties een bijkomend element waren.³⁰⁰ Daarnaast kan ook nog een zaak worden vermeld inzake belaging.³⁰¹ De belager had flyers en internetadvertenties verspreid waarin het slachtoffer zozeggend haar diensten aanbood als seksslavin.

152. Er dient tot slot te worden opgemerkt dat de drukkers, uitgevers en internet providers niet uitdrukkelijk in bovenstaande bepalingen zijn opgenomen. Derhalve dienen de gewone deelnemingsregels te worden toegepast. Op grond hiervan zullen bovengenoemde personen in bepaalde gevallen immuniteit genieten. Bij misdrijven die door middel van de drukpers worden gepleegd, kan de uitgever of drukker immers niet worden vervolgd indien het gedrukte stuk zijn naam en woonplaats vermeldt of indien de dader bekend is en door hem op eerste aanmaning bekend wordt gemaakt.³⁰² Artikel 54a Sr bevat een gelijkaardige bepaling voor ISP's indien zij voldoen aan het bevel van de officier van justitie om alle redelijke maatregelen te nemen teneinde schadelijke inhoud ontoegankelijk te maken. Wanneer zij aan deze voorwaarden niet voldoen, begaan de uitgever of ISP een misdrijf.³⁰³ Deze regels zijn echter niet van toepassing op de zogenaamde verspreidingsmisdrijven, zoals art. 240 Sr.³⁰⁴ Naar analogie geldt hetzelfde voor het luik 'verspreiden' in art. 240b Sr. Het moet bovendien nogmaals worden benadrukt dat de immuniteit zich in het eerste geval beperkt tot misdrijven die via de drukpers werden gepleegd. Het openlijk tentoonstellen (art. 420b) of verstrekken en vertonen (art. 420a) zal hier dus niet noodzakelijk altijd onder vallen.³⁰⁵

²⁹⁷ Zie bv. Gerechtshof 's-Hertogenbosch 23 juni 2009, nr. 20-002704-06, www.rechtspraak.nl.

²⁹⁸ Rechtbank Arnhem 20 januari 2005, nr. 05/061684-03, www.rechtspraak.nl.

²⁹⁹ Cf. art. 273f Sr.

³⁰⁰ Rechtbank Amsterdam 23 september 2009, nr. 13/447028-08; Rechtbank Arnhem 8 september 2010, nr. 05/900192-09; Rechtbank Zwolle 3 maart 2011, nr. 07.662437-10; Rechtbank Zutphen 24 januari 2012, nr. 06/850686-11, www.rechtspraak.nl.

³⁰¹ Rechtbank Zutphen 30 augustus 2006, nr. 06/460284-06, www.rechtspraak.nl.

³⁰² Art. 53 resp. 54 Sr.

³⁰³ Cf. artt. 418 en 419 Sr.

³⁰⁴ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 237.

³⁰⁵ Zie A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 236.

1.2. Zelfregulering in de reclamesector

153. Één van de argumenten van minister Plasterk om geen wettelijke verbod in te voeren, was het feit dat seksreclame reeds wordt beheerst door de Nederlandse Reclame Code.³⁰⁶ Men dient inderdaad zuinig te zijn met strafrechtelijk optreden, zeker in dergelijke gevoelige materies. Het is bovendien niet altijd opportuun vele verschillende instanties één materie te laten regelen, althans zeker niet zonder structureel overleg en samenwerking. Indien slechts één orgaan hiermee wordt belast, staat hier tegenover dat dit zijn werk dan uiteraard wel zeer goed moet doen. Uit onderzoek blijkt dat de Reclame Code Commissie (RCC) ter zake reeds een uitgebreide beslissingspraktijk heeft ontwikkeld. Net zoals de JEP betreft het evenwel een vorm van zelfdisciplinerende, zodat ook de RCC is aangewezen op de wil van de betrokken actoren.

154. Via de Stichting Reclame Code zijn verschillende regels vastgelegd waaraan reclame via diverse media dient te voldoen. In de eerste plaats zijn er in de algemene NRC een aantal voor seksreclame relevante bepalingen opgenomen. De NRC is eveneens geïnspireerd op de Europese Richtlijn Audiovisuele Media en de ICC-Code, en bevat derhalve gelijkaardige regels. Zo mag reclame niet in strijd zijn met de wet, de waardigheid, de goede smaak en het fatsoen³⁰⁷, noch met het algemeen belang, de openbare orde en de goede zeden.³⁰⁸ Daarnaast mag zij ook niet nodeloos kwetsend zijn of een bedreiging inhouden voor de geestelijke en/of lichamelijke volksgezondheid.³⁰⁹ Bepaalde seksreclame die inhoudelijk of wegens de uitzendlocatie of –tijdspip over de schreef gaat, zal dus reeds op basis van deze bepalingen kunnen worden aangepakt.

Met betrekking tot minderjarigen bestaat echter ook een specifieke regeling in art. 13 van de bijzondere Kinder- en Jeugdreclecode.³¹⁰ Naar analogie met art. 380ter Belgisch Sw., wordt hierin bepaald dat reclame-uitingen voor telefonische seksdiensten of uitingen die hier impliciet of expliciet naar verwijzen niet (mede) mogen gericht zijn op minderjarigen.³¹¹ Ook mogen deze laatste niet worden aangespoord om deze diensten te gebruiken en mag de reclame niet naar hen verwijzen. Deze bepaling heeft echter een vrij beperkt toepassingsgebied. Het betreft immers enkel reclame voor sekslijnen of erotische SMS-diensten. Reclame voor videochat, prostitutie, seksdating (tenzij het fictieve profielen betreft), pornografisch materiaal of sekstoerisme vallen derhalve buiten het toepassingsgebied. Deze code heeft logischerwijze ook slechts betrekking op situaties waarin minderjarigen betrokken zijn. Art. 13 KJC is bijgevolg een beperkte contractie van art. 380ter, §1 en §2 Belgisch Sw., misschien zelfs iets te beperkt. In het licht van de doelstelling zal reclame voor andere seksuele dienstverlening immers eveneens schadelijk kunnen zijn voor minderjarigen. Bovendien mag worden verwacht dat geen reclame wordt gemaakt voor eender welke seksuele dienst verleend door minderjarigen. Dit wordt echter opgevangen door de algemene regels van de NRC en deels ook door de hoger uiteengezette strafbepaling inzake kinderpornografie.

Het begrip ‘reclame’ wordt hier, zoals gezegd, dan weer wel ruim omschreven.³¹² Naar analogie met art. 380ter Sw., wordt immers eveneens geen winstoogmerk vereist en wordt ook het verzoeken van diensten als reclame beschouwd.³¹³

³⁰⁶ De Nederlandse Reclame Code, www.reclamecode.nl (hierna verkort NRC).

³⁰⁷ Art. 2 NRC.

³⁰⁸ Art. 3 NRC.

³⁰⁹ Art. 4 NRC.

³¹⁰ De Nederlandse Kinder- en Jeugdreclecode, www.reclamecode.nl (hierna verkort KJC).

³¹¹ Voor de toepassing van deze code zijn dit alle personen jonger dan 18 jaar.

³¹² Art. 1 NRC.

Naast de KJC is er eveneens een aparte Reclamecode SMS-dienstverlening.³¹⁴ Hierin worden vooreerst een aantal minimumeisen gesteld die voornamelijk gericht zijn op de bescherming van de consument. Specifiek met betrekking tot zogenaamde ‘adult chatdiensten’ wordt bepaald dat steeds moet vermeld worden dat deze de minimale leeftijd van 18 jaar vereisen en dat het ‘fictieve profielen’ betreft.³¹⁵ Dergelijke voorwaarden beteugelen het misleidend karakter van de reclame. Daarnaast worden per medium (internet, televisie, geschreven pers, teletekst, radio en SMS) ook nog een aantal aanvullende eisen gesteld. Zo wordt met betrekking tot radio en televisie uitdrukkelijk bepaald dat reclame voor SMS-diensten niet mag plaatsvinden voor, tijdens of na een programma dat voor meer dan 40% wordt beluisterd of bekeken door jongeren onder de 16 jaar.³¹⁶ Evenmin mogen websites die evident gericht zijn op deze leeftijdscategorie dergelijke reclame bevatten. Om deze diensten te kunnen genieten moet immers toestemming gevraagd worden aan de ouders.³¹⁷

Tot slot kunnen voor de volledigheid ook nog een aantal bijzondere codes worden vermeld met betrekking tot andere vormen van reclame, zoals de code inzake brievenbusreclame³¹⁸, de code inzake verspreiding van reclame via e-mail³¹⁹ en de reclamecode voor telefonische informatiediensten.³²⁰

155. Op grond van artikel 18 NCR kunnen zowel bedrijven als consumenten wegens overtreding van de verschillende reclamecodes een klacht indienen bij de RCC. Ook deze instantie heeft zich reeds geconfronteerd gezien met seksreclame en lijkt ter zake een veel grotere beslissingspraktijk te hebben ontwikkeld dan de JEP.

156. In de eerste plaats kan een zaak worden vermeld die betrekking had op een televisiespot voor een website waarop allerlei seksuele diensten worden aangeboden.³²¹ In de reclameboodschap was een verdrietig meisje te zien, waarop een mannenstem vraagt of ze triest is omdat ze geen geld heeft om uit te gaan of andere leuke dingen te doen zoals haar vriendinnen. Hij zegt haar dat hij haar aan geld kan helpen. Dan staat ze recht en gaat kennelijk met hem mee, waarna de kijker wordt uitgenodigd om naar www.tvclub.nl te gaan. Gelet op het feit dat de reclame werd uitgezonden tussen 2u en 5u 's nachts, wijst de RCC de klacht echter af. De situatie is immers duidelijk geënceneerd en tienermeisjes kijken op dat uur geen tv, zodat ze niet zullen verleid worden om ook een carrière in de branche na te streven. Bijzonder is dat de RCC oordeelt dat de omroeporganisatie echter niet verantwoordelijk kan worden gesteld omdat zij slechts de zendtijd verkoopt aan de dienstenaanbieders. In dit opzicht verschilt de praktijk van de RCC wezenlijk met die van de VRM, voor wiens bevoegdheid het immers onverschillig is *“of de omroep deze programma's produceert onder de rechtstreekse leiding van eigen diensten, dan wel heeft toevertrouwd aan een externe onderneming. Het enkele feit dat ze toegankelijk zijn op de frequenties en de kanalen van de omroep geldt als een onweerlegbaar vermoeden van zijn eindverantwoordelijkheid (...).”*³²² Dit ligt geheel in lijn met de Belgische strafbaarstellingen die zowel de aanbieder, de uitgever, de verdeler en de verspreider bestraffen.

³¹³ Cf. art. 380ter, §3 Belgisch Sw.

³¹⁴ Reclamecode SMS-dienstverlening, www.reclamecode.nl.

³¹⁵ Artikel 4.1.e. Reclamecode SMS-dienstverlening.

³¹⁶ Artikel 9.2. respectievelijk artikel 8.7. Reclamecode SMS-dienstverlening.

³¹⁷ Artikel 7.2. en 7.3. Reclamecode SMS-dienstverlening.

³¹⁸ Code brievenbusreclame, huissampling en direct response advertising, www.reclamecode.nl.

³¹⁹ Code reclame via e-mail, www.reclamecode.nl.

³²⁰ Reclamecode voor telefonische informatiediensten, www.reclamecode.nl.

³²¹ RCC 18 februari 2008, nr. 2008/07.0678, www.reclamecode.nl.

³²² Zie VRM 26 februari 2008, nr. 2008/020, Gerda van Steenberge/NV SBS Belgium, 4 en VRM 26 februari 2008, nr. 2008/021, Gerda Van Steenberge/NV VMMA, 4.

Wanneer de verantwoordelijke adverteerder weigert de beslissing van de JEP uit te voeren kan door deze instantie daarenboven een schorsingsaanbeveling tot de media worden gericht.³²³

Een tweede vermeldenswaardige beslissing betrof reclame voor de website hoehetmoet.nl, die wel zeer plastische educatie over seks aanbiedt.³²⁴ Hierop kunnen namelijk filmpjes worden gedownload die een visuele handleiding geven van verschillende seksuele handelingen. Vooraleer men de website binnengaat, moet men wel zijn geboortedatum opgeven en krijgt men een waarschuwing dat de inhoud niet geschikt is voor personen jonger dan 18 jaar. Hoewel de website ook zeer nuttige informatie bevat en derhalve een educatieve waarde kan hebben, is het toch wel erg expliciet, en hoewel de filmpjes betalend zijn, kan dit tevens via GSM gebeuren. De reclame zelf betrof een aantal dagdagelijkse situaties waarin jongeren allerlei vragen stelden over seks en werd ook overdag uitgezonden. Hoewel ook de RCC zich klassiek terughoudend opstelt bij de beoordeling van goede smaak en fatsoen, is, gelet op het feit dat de reclame ook vóór 22u 's avonds werd uitgezonden, volgens haar de grens van het toelaatbare toch overschreden. Ook in Nederland wordt de toelaatbaarheid van seksreclame op televisie dus afhankelijk gesteld van het uur van de uitzending. In lijn met wat reeds bij de bespreking van seksreclame in België werd opgemerkt en gelet op het feit dat de betrokken website uitdrukkelijk aangeeft dat zij gericht is op jongeren vanaf 18 jaar, kan men zich ook hier afvragen of de grens niet wat moet worden verhoogd. Uiteraard mag men hierin ook niet overdrijven, wil men van de rechten van de aanbieders en gebruikers nog iets overlaten.

Ook in Nederland dient seksreclame op teletekst overigens op dezelfde wijze aan de gestelde voorwaarden te voldoen. Hierbij kan een beslissing worden aangemerkt betreffende vermeldingen als *“Direct sexcontact in jouw regio? 414”* op de hoofdteletekstpagina van Veronica/Jetix.³²⁵ Dit is een kanaal dat kinderprogramma's uitzendt, zodat de klager deze reclame in strijd acht met art. 2 NRC. Met inachtneming van de terughoudendheid bij dergelijke beoordeling, oordeelt de RCC echter dat door de loutere aanduiding 'sexcontact' op de hoofdpagina de grens van het toelaatbare niet is overschreden. Daar de klager zich heeft beperkt tot reclame op deze pagina en de adverteerder de advertentie intussen heeft verwijderd, wordt de klacht dan ook afgewezen.

157. Naast deze zaken omtrent de morele aanvaardbaarheid, kan ook nog een beslissing worden vermeld waar niet zozeer het moreel, maar wel het misleidend karakter van seksreclame aan de orde was. In een radiospot werd een website aangeprezen waarop allerlei seksuele diensten worden aangeboden via telefoon, SMS, videochat, videocall en e-mail. Op de radio was volgende boodschap te horen: *“Zo zo hard gewerkt? Wordt het niet eens tijd voor ontspanning? Dus straks hup, die auto aan de kant en dan zo snel mogelijk de digitale snelweg op. Gewoon naar thuis.nl”*.³²⁶ Hiertegen werd opgekomen door een 11-jarige jongen die deze uitlatingen misleidend acht omdat uit de radiospot niet duidelijk blijkt dat het seksuele dienstverlening betreft. De RCC volgt deze redenering en beveelt de adverteerder om niet meer op dergelijke wijze reclame te maken.

158. Ten slotte kan nog een beslissing worden aangemerkt waarbij de financiële kant van de zaak wordt belicht. Het betrof een klacht van de moeder van een verstandelijk gehandicapte jongen, die in amper 3 dagen tijd € 800 kosten had gemaakt ten behoeve van teleseks en seksueel getinte chatdiensten.³²⁷

³²³ Cf. art. 10 Reglement JEP.

³²⁴ RCC 5 november 2007, nr. 2007/07.0499, www.reclamecode.nl.

³²⁵ RCC 21 mei 2010, nr. 2010/00282, www.reclamecode.nl.

³²⁶ RCC 12 juli 2007, nr. 2007/07.0269, www.reclamecode.nl.

³²⁷ RCC 3 september 2009, nr. 2009/00473, www.reclamecode.nl.

De betrokken websites werden verweten onvoldoende maatregelen te hebben genomen om minderjarigen te waarschuwen dat voor dergelijke dienstverlening de toestemming van de ouders/voogd nodig is. De RCC toetst de reclame op de betreffende websites aan art. 13 KJC, maar stelt vast dat de reclame duidelijk gericht is op volwassenen, zodat deze bepaling niet kan worden toegepast. Bovendien is, met uitzondering van het tarief per minuut, het vermelden van de erotische inhoud en de hoge kosten geen wettelijke verplichting, zodat de klacht wordt afgewezen. De voogd van een onbekwame, maar meerderjarige persoon zal derhalve een haarscherp toezicht moeten uitoefenen.

1.3. Geconditioneerde zelfregulering in de audiovisuele sector

159. Aangezien ook Nederland een lidstaat is van de EU en dus ook gebonden is door de Richtlijn Audiovisuele Media, is het logisch dat deze sector ook hier op een bepaalde wijze is gereguleerd. In Nederland wordt deze materie geregeld door de Mediawet.³²⁸ Art. 4 van deze wet bevat een zeer gelijkaardige bepaling als art. 42 Vlaams en art. 9, 2° Franstalig Mediadecreet. Het is eveneens van toepassing op teletekst, daar dit begrip wordt omschreven als een televisieprogramma.³²⁹ Daarnaast wordt bepaald dat commerciële mediazenders moeten aangesloten zijn bij de Stichting Reclame Code en derhalve onderworpen zijn aan het toezicht van de RCC.³³⁰ In een ministeriële brief werd dit tevens reeds door minister Plasterk benadrukt. Hij meende ook dat het uitzenden van ongepast materiaal moet worden beperkt tot de nachtelijke uren en vroeg dan ook aan het NICAM³³¹ om in zijn toezicht nadere regels op te nemen inzake seksreclame.³³² Deze instantie waakt over het zogenaamde Kijkwijzer-systeem, een vorm van zelfregulering voor potentieel schadelijke inhoud van programma's. Het gaat hierbij om zogenaamde geconditioneerde zelfregulering in die zin dat de Nederlandse omroepen zelf kunnen beslissen of ze zich aan dit systeem onderwerpen. Doen zij dit niet, dan blijft het Commissariaat van de Media (CvdM) – te vergelijken met de Belgische VRM en CSA – ten volle bevoegd en zijn de hierna besproken regels van toepassing.³³³ Ook deze laatste instantie heeft het NICAM opgeroepen om inzake seksreclame diens verantwoordelijkheid op te nemen.³³⁴ Het televisieprogramma-aanbod van omroepdiensten mag immers slechts voor de zedelijke of mentale ontwikkeling van minderjarigen schadelijke inhoud bevatten indien zij zijn aangesloten bij het NICAM.³³⁵ Voor inhoud die minderjarigen ernstig kan schaden blijft het CvdM toezicht houden.

160. In navolging van het advies van de minister, hebben ook de omroepen zelf reeds initiatief genomen. RTL, SBS en MTV namen in hun gedragscodes specifieke bepalingen op ten gevolge waarvan seksreclame op televisie voortaan slechts mag worden uitgezonden van 24u tot 5u en op teletekst vanaf 22u.³³⁶ Ook worden door RTL inhoudelijke eisen gesteld aan seksadvertenties. De zender benadrukt evenwel dat finaal de adverteerder verantwoordelijk blijft.

³²⁸ Wet 29 december 2008 tot vaststelling van een nieuwe Mediawet, *Stb.* 30 december 2008, 583 (hierna verkort Mediawet).

³²⁹ Art. 1.1. Mediawet.

³³⁰ Art. 3.6. Mediawet.

³³¹ Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media.

³³² Brief van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Kamerstukken II 2008–09, 31 700 VIII, nr. 43.

³³³ Zie H. CANNIE en D. VOORHOOF, “Audiovisuele media, reclame en minderjarigen. Veel regels, maar weinig toezicht”, *TJK* 2010, afl. 3, 175 (hierna verkort H. CANNIE en D. VOORHOOF, “Audiovisuele media, reclame en minderjarigen”).

³³⁴ CvdM, Jaarverslag 2008, www.cvdm.nl, 69.

³³⁵ Art. 4.1.2. Mediawet.

³³⁶ CvdM, Metatoezicht NICAM 2009, www.cvdm.nl, 5; inkoopvoorwaarden spotzendentijd RTL tv-zenders 2012, 2, www.rtl.nl; mediacode MTV, www.mtv.nl.

Het is hem onder andere niet toegestaan in de reclame seks met minderjarigen, bestialiteiten, gewelddadige seks en woordgebruik als ‘geil’, ‘pijpen’, ‘wijf’ of ‘piepjonge meiden’ op te nemen.³³⁷

161. Het NICAM en de omroeporganisaties zetten dus momenteel eerst in op deze gedragscodes en ook de minister is hiermee (voorlopig) tevreden. Indien de gemaakte afspraken evenwel niet zouden worden nagekomen, zal hij ingrijpen en nagaan of een speciale uitwerking in het Kijkwijzersysteem effectiever is. Hij benadrukt ook het belang van evaluatie en actualisatie van de bestaande systemen.³³⁸ Hoewel ook het CvdM erkent dat reeds stappen in de goede richting werden gezet, heeft het toch nog enige bedenkingen. In de eerste plaats wordt opgemerkt dat de beperking van seksreclame op teletekst slechts betrekking heeft op de hoofdpagina en wordt een verbod van reclame vóór 22u op alle teletekstpagina's aangemoedigd. In navolging hiervan wordt nu in de mediacode van MTV uitdrukkelijk bepaald dat dit ook geldt voor andere verwijzingen dan deze op de hoofdpagina. Daarnaast zou het CvdM graag zien dat het NICAM bevordert dat meer aangeslotenen het initiatief nemen tot gedragscodes. Ook werd deze instantie er op gewezen dat de uitzendbeperking voor ongeschikte inhoud niet was opgenomen in haar reglement. Dit gebrek werd inmiddels rechtgezet. Voortaan wordt uitdrukkelijk bepaald dat voor minderjarigen schadelijke programma's niet mogen worden uitgezonden tussen 20u, voor kinderen jonger dan 12 jaar, of 22u, voor kinderen jonger dan 10, en 6u.³³⁹ Daarnaast mogen commercials die niet geschikt zijn voor kinderen jonger dan 16 jaar niet worden uitgezonden 5 minuten voor, tijdens of 5 minuten na een programma die specifiek gericht is op kinderen tot 6 jaar.³⁴⁰ Uit het feit dat het thema seksreclame hierna door de CvdM niet meer onder de aandacht werd gebracht, kan worden afgeleid dat (voorlopig) een bevredigende oplossing werd bereikt. Na onderzoek van de beslissingen van zowel de CvdM en het NICAM, kan tevens geen enkele worden gevonden die betrekking heeft op seksreclame. Dit is waarschijnlijk nog eens het bewijs dat de aanpak via het RCC en de gedragscodes van de omroeporganisaties het doen. Een dergelijke aanpak kan zeker vruchten afwerpen. De televisieomroepen hebben immers een primaire filterfunctie ten aanzien van reclame die zij uitzenden.

1.4. Zelfregulering in de SMS-dienstensector: de Gedragscode SMS-dienstverlening³⁴¹ en de Gedragscode Mobiel Internetdiensten³⁴²

162. Naast de Reclamecode SMS-dienstverlening in de schoot van de RCC, hebben de verschillende actoren in deze branche eveneens aan zelfregulering gedaan en in onderling overleg een gedragscode opgesteld. Hierin wordt bepaald hoe de dienstverleners zich dienen te gedragen bij het aanbieden van dergelijke diensten. Overigens maakt ook de Reclamecode er deel van uit, zij het dat bij tegenstrijdigheid de gedragscode primeert.³⁴³ Op de website van deze code kan men via de SMS-dienstenfilter gratis bepaalde diensten laten blokkeren.³⁴⁴ Voor de handhaving ervan wordt in de eerste plaats ingestaan door de dienstverleners en operatoren zelf.³⁴⁵

³³⁷ Richtlijn voor commercials en/of homeshopping spots of programma's met betrekking tot erotische diensten, www.rtl.nl.

³³⁸ Brief van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Kamerstukken II 2008–09, 31 434, nr. 5.

³³⁹ Art. 3.1. Deelreglement Televisie, NICAM mei 2006, www.kijkwijzer.nl.

³⁴⁰ Art. 11.2. Deelreglement Televisie.

³⁴¹ Gedragscode SMS-dienstverlening, www.smsgedragscode.nl.

³⁴² Gedragscode voor betaalde Mobiel Internetdiensten, www.smsgedragscode.nl.

³⁴³ Art. 2, 4 Gedragscode SMS-dienstverlening.

³⁴⁴ Art. 5, 3 Gedragscode SMS-dienstverlening; www.smsdienstenfilter.nl.

³⁴⁵ Art. 13 Gedragscode SMS-dienstverlening.

Daarnaast is er echter ook een Loket dat ambtshalve of op verzoek van een partij bij de code handhavend kan optreden in geval van overtredingen.³⁴⁶ Deze instantie zal de overtreder hier eerst over aanspreken en eventueel opleggen bepaalde maatregelen te nemen. Indien hieraan niet wordt voldaan, zal een verzoek tot handhaving worden ingediend bij de Commissie Handhaving, die op zijn beurt een sanctie kan opleggen.³⁴⁷

163. Voor mobiel internetdiensten bestaat eveneens een aparte code, waarin vooreerst het respect voor de SMS Gedragscode wordt benadrukt, die overigens prevaleert in geval van tegenstrijdigheid.³⁴⁸ Wat erotische inhoud betreft, wordt bepaald dat deze direct vóór de webpagina die dergelijke inhoud bevat moet worden geclassificeerd volgens het Kijkwijzersysteem van NICAM. In ieder geval mogen de websites geen illegale inhoud bevatten, zoals kinderpornografie.³⁴⁹

1.5. Zelfregulering in de internetsector

164. Ook in Nederland bestaat in de internetsector een vereniging van providers, namelijk ISPConnect, en werd tevens een gedragscode opgesteld. Deze zogenaamde ‘Notice and Takedown’-code³⁵⁰ bevat grotendeels dezelfde regeling als de Belgische internetcode. Enerzijds zijn de ISP’s verplicht om aan verzoeken van vervolgingsautoriteiten tot het verwijderen van schadelijk inhoud te voldoen.³⁵¹ Anderzijds voorzien zij ook in een meldingsprocedure. Een melding wordt echter bij voorkeur pas gedaan nadat vaststaat dat er tussen de melder en de inhoudaanbieder geen overeenstemming kan worden bereikt.³⁵² Indien de ISP van oordeel is dat er sprake is van onrechtmatige of strafbare inhoud, zorgt hij ervoor dat dit onverwijld wordt verwijderd.³⁵³ Indien het niet duidelijk is of het al dan niet onrechtmatige en/of strafbare handelingen betreft, kan de ISP de inhoudaanbieder vragen de inhoud toch te verwijderen of contact te nemen met de melder. Komen de melder en de inhoudaanbieder er niet uit, dan kan de melder nog steeds aangifte doen bij de vervolgingsautoriteiten indien hij meent dat het strafbare feiten betreft.³⁵⁴

In tegenstelling tot de Belgische Gedragscode wordt evenwel geen melding gemaakt van een specifiek politieel meldpunt. Toch zijn de Nederlandse meldpunten Cybercrime en Kinderporno evenwel betrokken geweest bij de totstandkoming van de gedragscode.³⁵⁵ Deze instanties kunnen echter slechts meldingen ontvangen die betrekking hebben op sekstoerisme en kinderpornografie.³⁵⁶

1.6. Besluit

165. Gelet op de heersende tendens tot overregulering, lijkt het inderdaad wenselijk enkel de echt strafwaardige zaken via het strafrecht te beteugelen.

³⁴⁶ Art. 14 Gedragscode SMS-dienstverlening.

³⁴⁷ Art. 14, g) j° art. 16 Gedragscode SMS-dienstverlening.

³⁴⁸ Art. 2, 3 Gedragscode Mobiel Internetdiensten.

³⁴⁹ Art. 6 Gedragscode Mobiel Internetdiensten.

³⁵⁰ Gedragscode Notice-and-Takedown (NTC), www.samentegencybercrime.nl.

³⁵¹ Art. 4 .a. NTC.

³⁵² Aanhef art. 4 NTC.

³⁵³ Art. 6.b. NTC.

³⁵⁴ Art. 6.c. NTC.

³⁵⁵ www.ecp-eqn.nl/werkgroep-notice-and-takedown.

³⁵⁶ www.meldpunctcybercrime.nl; www.meldpunct-kinderporno.nl.

Hoewel Nederland wel enige strafbaarstellingen kent die onrechtstreeks bepaalde seksreclame kunnen beogen, wordt zelfregulering van de diverse betrokken sectoren verkozen boven strafrechtelijke betugeling. Hier wordt de gedachte van het strafrecht als ultimum remedium dus wel in acht genomen. Seksreclame zal dan ook slechts worden bestraft indien het samengaat met andere strafbare feiten, bijvoorbeeld mensenhandel en belaging, of indien de reclame op zichzelf reeds strafbare feiten behelst, zoals in het geval van (kinder)pornografische advertenties.

166. Het systeem van zelfregulering lijkt in Nederland veel beter ingeburgerd te zijn. De gebruiker zelf wordt steeds nauw betrokken bij deze systemen, die overigens erg toegankelijk zijn. Zo kunnen alle burgers op één enkele website zeer gemakkelijk en gratis in één muisklik erotisch SMS-verkeer blokkeren. Daarnaast lijkt het systeem van de geconditioneerde zelfregulering en samenwerking tussen de administratieve en zelfregulerende autoriteiten in de audiovisuele sector een degelijke aanpak. Ook de regulering in de reclamesector zelf is veel meer uitgebouwd dan in België. Uit de beslissingspraktijk van de RCC blijkt immers dat de beginselen van fatsoen en goede smaak ook inzake seksreclame effectief worden bewaakt.³⁵⁷ Naar analogie met de situatie in België, wordt de geschreven pers ook hier echter grotendeels buiten schot gelaten. Hoewel de RCC principieel ook ten aanzien van deze media bevoegd is, had geen enkele zaak inzake seksreclame immers betrekking op deze sector.

2. Frankrijk

167. Zoals gezegd, kent Frankrijk eveneens een abolitionistische regeling van prostitutie, die op zichzelf echter niet strafbaar is gesteld. Recent nog bevestigde de Assemblée Nationale deze houding van Frankrijk en benadrukte dat het doel nog steeds een Franse samenleving zonder deze vorm van seksuele dienstverlening is.³⁵⁸ Ook hier is een evolutie merkbaar naar een bestraffing in hoofde van de gebruiker en werd dit eveneens reeds voorgesteld.³⁵⁹ Er zal moeten worden afgewacht wat van dit voorstel na de nieuwe presidentsverkiezingen effectief in huis zal komen. Zoals gezegd werd dit ook in België reeds geopperd, met name door cdH.³⁶⁰ Het algemene actieplan van de partij tegen prostitutie en seksuele diensten kon echter reeds op felle tegenstand rekenen, zowel vanwege de rechtsleer en andere politieke partijen als vanwege de sector zelf.³⁶¹ Ook in België bleef het voorstel tot nu toe dan ook zonder succes.

168. Het is hoe dan ook een feit dat men in Frankrijk eveneens stilstaat bij de problematiek van prostitutie en de criminaliteit die hiermee samenhangt. De vraag is echter of hier ook seksreclame bij betrokken wordt en of dergelijke reclame eveneens strafrechtelijk wordt betugeld.

³⁵⁷ Zie ook vragen van het lid Koekoek (CDA) over reclameposters met seks, Aangangsel Handelingen II 1996-97, nr. 654.

³⁵⁸ Résolution réaffirmant la position abolitionniste de la France en matière de prostitution, *Doc.Parl.* AN 2011-12, nr. 782.

³⁵⁹ Proposition de loi visant à responsabiliser les clients de la prostitution et à renforcer la protection des victimes de la traite des êtres humains et du proxénétisme, *Doc.Parl.* AN 2011-12, nr. 4057.

³⁶⁰ MvT bij het wetsontwerp tot invoeging van een artikel 380ter in het Strafwetboek over het betalen voor seksuele dienstverlening, *Parl.St.* Senaat 2000-01, 2-856/1.

³⁶¹ G. VERMEULEN en B. KETELS, "Schiet niet op de hoerenloper", *Juristenkrant* 25 mei 2011, 14-15; L. HOMANS, "Bordeelbezoek bestraffen is geen oplossing", 11 mei 2011, www.liesbethomans.be/citaten/bordeelbezoek-bestrafen-geen-oplossing; E. AMPE, "Baas in eigen bordeel", 12 mei 2011, www.elsampe.be/news.php?home_page_news_id=121; K. DE CONINCK, "Meisjes van megabordeel Villa Tinto vrezzen strafbaar bordeelbezoek", *Het Nieuwsblad* 14 mei 2011.

2.1. Strafrechtelijke aanpak

169. Hoewel ook in Frankrijk geen specifieke strafbepalingen inzake seksreclame bestaan, zijn er toch een aantal artikelen in de Code Pénal die er betrekking op kunnen hebben.

170. Zo is er vooreerst art. 225-7 Code Pénal, dat met de wet van 18 juni 1998³⁶² werd aangevuld als volgt:

“Le proxénétisme est puni de dix ans d'emprisonnement et de 1500000 euros d'amende lorsqu'il est commis:

(...)

10° Grâce à l'utilisation, pour la diffusion de messages à destination d'un public non déterminé, d'un réseau de communication électronique.”

Deze bepaling voert een verzwarende omstandigheid in bij het misdrijf souteneurschap.³⁶³ Indien het gepleegd wordt met behulp van een telecommunicatienetwerk voor het verspreiden van berichten aan een onbepaald publiek, wordt dit in Frankrijk zwaarder bestraft. Deze toevoeging werd noodzakelijk geacht omdat ook pooiers zich immers hebben aangepast aan de technologische evolutie. Meer en meer maken zij gebruik van elektronische communicatie voor het werven van klanten en prostituees.³⁶⁴ Onder ‘elektronische communicatie’ kan in ieder geval het internet worden begrepen.³⁶⁵ Tijdens de parlementaire voorbereiding leek men het er over eens te zijn dat private correspondentie hier evenwel niet onder valt.³⁶⁶ Men zou dus denken dat reclame via e-mail, SMS, private berichten op sociale netwerksites, instant messaging- en chatprogramma’s buiten schot blijven. Toch blijkt uit de rechtspraak dat ook telefonische contacten kunnen worden beoogd.³⁶⁷ Bovendien is art. 225-7, 10° CP niet noodzakelijk beperkt tot communicatie die betrekking heeft op het in contact brengen van de dader en het slachtoffer³⁶⁸ en kunnen ook de internetexploitant en de websiteontwerper of –beheerder op basis van dit artikel worden veroordeeld.³⁶⁹ Advertenties in de gedrukte pers worden logischerwijze niet gevisieerd, daar dit uiteraard geen elektronische communicatie betreft. Vaak zullen echter meerdere media worden gebruikt³⁷⁰, zodat ook dan de adverteerder niet vrijuit gaat. En zelfs indien enkel in de geschreven pers publiciteit wordt gevoerd, kan de tussenpersoon hoe dan ook reeds worden vervolgd op basis van souteneurschap.

³⁶² Loi n° 98-468 17 Juin 1998 relative à la prevention et à la repression des infractions sexuelles ainsi qu’à la protection des mineurs, *JORF* 18 Juin 1998, n° 139.

³⁶³ Art. 225-5 Code Pénal.

³⁶⁴ A. LEPAGE, “Proxénétisme” (observation sur Toulouse (3^e ch.) 17 Décembre 2009), *Comm.com.électr.* 2010, n° 6, comm. 68.

³⁶⁵ Paris (13^e ch.) 16 Octobre 2006, n° 06/01712, *JurisData* 2006, n° 319697; Paris (13^e ch.) 10 Décembre 2007, n° 06/09390, *JurisData* 2007, n° 352353; Toulouse (3^e ch.) 17 Décembre 2009, n° 09/1345, *JurisData* 2009, n° 380907, obs. A. LEPAGE; H. ANGEVIN, “De quelques autres circonstances aggravantes”, *JCl.Pén.* 2007, fasc. 1, n° 113 (hierna verkort H. ANGEVIN); M.L. RASSAT, “Proxénétisme et infractions qui en resultent”, *JCl.Pén.* 2009, fasc. 20, n° 84 (hierna verkort M.L. RASSAT, “Proxénétisme”).

³⁶⁶ Compte Rendu Intégral 1^{er} Octobre 1998, *Act.Parl.* AN 1997-98, n° 1, 20; H. ANGEVIN, n° 113.

³⁶⁷ Paris (13^e ch.) 16 Octobre 2006; Paris (13^e ch.) 10 Décembre 2007; Paris (1^{er} ch.) 2 Juin 2009, n° 08/10712, *JurisData* 2009, n° 008691, obs. A. LEPAGE; A. LEPAGE, “Un an de droit pénal des nouvelles technologies”, *Dr.Pén.* 2007, n° 12, chron. 6, n° 27; M.L. RASSAT, “Proxénétisme”, n° 84.

³⁶⁸ H. ANGEVIN, n° 114.

³⁶⁹ Paris 2 Décembre 1999, n° 99/01414, *JurisData* 1999, n° 108611; Paris (13^e ch.) 10 Décembre 2007; H. ANGEVIN, n° 114.

³⁷⁰ Zie bv. Paris (13^e ch.) 10 Décembre 2007, 8; Aix-en-Provence (13^e ch.) 15 Avril 2009, n° 677/D/2009, *JurisData* 2009, n° 003738, 4.

Seksreclame is ook in Frankrijk immers vaak een bijkomende factor bij dit misdrijf.³⁷¹ Zo werd de directeur van een krant veroordeeld op basis van art. 225-6, 1° CP wegens het optreden als bemiddelaar tussen de prostituees enerzijds en hun pooiers of cliënteel anderzijds.³⁷² Vóór 1994 kon ook art. 284 CP worden toegepast, dat betrekking had op inbreuken tegen de goede zeden. Zo werden de verantwoordelijken van een netwerkexploitant op basis van deze bepaling veroordeeld wegens het verspreiden van seksreclame.³⁷³ Intussen is zij evenwel afgeschaft.³⁷⁴

171. Er is echter wel een overtreding die er in bestaat in het openbaar of op de openbare weg berichten te verspreiden die ingaan tegen de goede zeden en het fatsoen.³⁷⁵ Deze inbreuk wordt gestraft met een geldboete van maximum 750 euro.³⁷⁶ Er kan worden gedacht aan affiches op de openbare weg of berichten via e-mail.³⁷⁷ De Franse wet spreekt over ‘diffuser’. Naar analogie met wat werd opgemerkt bij de bespreking van seksreclame in België³⁷⁸, kan dus worden aangenomen dat reclame via televisie hier eveneens onder valt. In ieder geval wordt degene die, zonder verzoek van de ontvanger, dergelijke berichten verstuurt of verdeelt op dezelfde wijze bestraft. Hetzelfde geldt voor degene die wetens en willens de voorbereiding of het plegen van het misdrijf heeft gefaciliteerd. Er kan dus worden betoogd dat uitgevers, omroeporganisaties, internet providers, verdelers en distributeurs eveneens strafbaar kunnen worden gesteld. Tegen deze bepaling werd reeds opgekomen bij de Franse Raad van State door een vereniging die strijdt tegen AIDS en vreesde dat ook haar reclame strafbaar zou zijn. Gelet op de beperkte toepasbaarheid van art. R624-2 CP op berichtgeving die de volksgezondheid aanbelangt, besluit de Raad van State echter dat de beperking op de communicatievrijheid gerechtvaardigd is.³⁷⁹

172. Verder kan ook nog de incriminatie inzake het openbaar ronselen van klanten door prostituees worden vermeld. Hiervoor kende Frankrijk aanvankelijk twee aparte misdrijven naargelang het actieve of passieve handelingen betrof.³⁸⁰ Met de nieuwe Code Pénal werden beide bepalingen in 1992 vervangen door art. R625-8 CP. Dit artikel bestraft degene die door enig middel een ander werft met het oog op het aanzetten van die ander tot seksuele betrekkingen. Hoewel niet uitdrukkelijk werd bepaald dat ook passieve handelingen worden beoogd, ging de meerderheid van de rechtsleer er van uit dat dit wel degelijk het geval was.³⁸¹ Omdat de wetgever echter de mening was toegedaan dat de bestaande wetgeving niet volstond, werd in 2003 uiteindelijk art. 225-10-1 CP ingevoerd.³⁸² Dit artikel benadrukt ook de passieve component. Zo zal bijvoorbeeld het louter dragen van bepaalde kledij reeds volstaan.³⁸³ Enige openbaarheid is echter wel vereist.

³⁷¹ Zie bv. Paris (13^e ch.) 27 Mars 2007, n° 06/01990, *JurisData* 2007, n° 335427; Doui (4^e ch.) 19 Septembre 2007, n° 06/03866, *JurisData* 2007, n° 345773.

³⁷² Paris (13^e ch.) 17 Janvier 2001, *JurisData* 2001, n° 141411; Cass.fr. 17 Octobre 2001, n° 01-81.698, *JurisData* 2001, n° 011781.

³⁷³ Amiens (4^e ch.) 30 Juillet 1991, n° 733, *JurisData* 1991, n° 048023; Cass.fr. 17 Novembre 1992, n° 91-84.848, *JurisData* 1992, n° 002740.

³⁷⁴ Art. 372 Loi n° 92-1336 16 Décembre 1992 relative à l'entrée en vigueur du nouveau code pénal et à la modification de certaines dispositions de droit pénal et de procédure pénale rendue nécessaire par cette entrée en vigueur, *JORF* 23 Décembre 1992.

³⁷⁵ Art. R624-2 CP.

³⁷⁶ Het betreft immers een overtreding van de vierde graad. Cf. art. 131-13, 4° CP.

³⁷⁷ G. RAYMOND, “Publicité: Règles Générales”, *JCl.Comm.* 2002, fasc. 930, 7-8, nr. 18.

³⁷⁸ *Supra* 8, nr. 15.

³⁷⁹ Conseil d'Etat 30 Décembre 1996, n° 151626, *JurisData* 1996, n° 051656.

³⁸⁰ Zie hierover C. DUVERT, “Racolage public”, *JCl.Pén.* 2007, fasc. 20, n° 1 (hierna verkort C. DUVERT, “Racolage public”).

³⁸¹ C. DUVERT, “Racolage public”, n° 2.

³⁸² Loi n° 2003-239 18 Mars 2003, *JORF* 19 Mars 2003.

³⁸³ C. DUVERT, “Racolage public”, n° 14 et 17.

Bijgevolg zal een voor iedereen toegankelijke sauna of club onder het toepassingsgebied ressorteren.³⁸⁴ Hetzelfde geldt voor openbare reclame voor prostitutie, zoals advertenties in een krant.³⁸⁵ De diensten moeten voortaan echter wel tegen (belofte van) betaling worden aangeboden. DUVERT merkt op dat het bewijs hiervan door het OM evenwel quasi onmogelijk zal zijn.³⁸⁶ Bovendien is ook een bijzonder opzet vereist, met name het oogmerk om aan te zetten tot seksuele betrekkingen.³⁸⁷ Het werven van klanten door een prostituee is voortaan een wanbedrijf en wordt bestraft met 2 maand gevangenisstraf en een geldboete van € 3750. In 2004 werd art. R625-8 CP uiteindelijk geschrapt.³⁸⁸ Enkel de prostituee zelf kan echter op basis van art. 225-10-1 CP worden vervolgd, en niet de cliënt. De redenering is dat indien de wetgever dit gewild zou hebben, hij dit expliciet zou hebben bepaald. De wetgever richt zich in het algemeen immers (nog) niet op de cliënten van de prostituee.³⁸⁹ Indien het wetsvoorstel tot bestraffing van de bezoeker er na de nieuwe verkiezingen doorkomt, zal hier misschien verandering in komen. In de praktijk wordt art. 225-10-1 CP echter uiterst weinig toegepast. Sommigen spreken dan ook van loutere symboolwetgeving³⁹⁰ of van het resultaat van de ‘overdose législative’.³⁹¹

173. Tot slot kunnen ook nog een aantal bepalingen betreffende het in gevaar brengen van minderjarigen worden vermeld. Vooreerst bevat art. 227-23 CP een gelijkaardige bepaling als art. 383bis Sw. Bijzonder is dat in het derde lid – naar analogie met art. 225-7, 10° CP – in een strafverzwaring is voorzien indien de kinderporno wordt gedistribueerd via een elektronisch communicatienetwerk. Hoewel dit de dag van vandaag de meest gebruikte middelen zijn, spreekt art. 227-23 CP op zich zeer algemeen over ‘ieder middel’. Bijgevolg kan ook worden gedacht aan communicatie per post. Dit laatste geldt echter slechts indien de post wordt gericht aan een relatief groot aantal personen. Er moeten immers steeds meerdere ontvangers zijn, zodat een eenmalige verzending naar slechts één correspondent niet volstaat. Dit laatste opnieuw onder voorbehoud dat hierachter de bedoeling zou zitten om het vervolgens aan iedere cliënt toe te zenden.³⁹² Het is evenwel niet noodzakelijk dat de afbeeldingen ook daadwerkelijk minderjarigen betreffen. De vermeende minderjarigheid volstaat, tenzij wordt aangetoond dat de persoon ten tijde van het maken van de afbeelding de leeftijd van 18 jaar daadwerkelijk had bereikt.³⁹³

174. Daarnaast verbiedt art. 227-24 CP het verspreiden van pornografische of mensonwaardige berichten door enig middel indien kan worden vermoed dat zij gezien zullen worden door een minderjarige. Deze laatste zijn hier dus niet het voorwerp, maar wel de ontvanger van pornografische ‘berichten’. De reden voor deze vage omschrijving is dat een zo ruim mogelijk toepassingsgebied werd beoogd. Aldus viseert deze bepaling niet enkel berichten in de gewone betekenis van het woord, zoals brieven en telecommunicatie, maar ook films en schilderijen.³⁹⁴ Bovendien is ook art. 227-24 CP technologie onafhankelijk geformuleerd en kan het dus betrekking hebben op berichten via kranten en tijdschriften, radio en televisie, internet, flyers, affiches en zelfs postkaartjes.³⁹⁵

³⁸⁴ C. DUVERT, “Racolage public”, n° 21.

³⁸⁵ Rennes 7 Juillet 2006, n° 06/00516, *JurisData* 2006, n° 307883.

³⁸⁶ C. DUVERT, “Racolage public”, n° 22.

³⁸⁷ Zie hierover C. DUVERT, “Racolage public”, n° 24.

³⁸⁸ Loi n° 2004-1021, *JORF* 29 Septembre 2004, n° 227.

³⁸⁹ C. DUVERT, “Racolage public”, n° 12.

³⁹⁰ C. CLAVERIE-ROUSSET, “La légalité criminelle”, *Dr.Pén.* 2011, n° 9, étude 16, n° 10.

³⁹¹ F. DEBOVE, “L’overdose législative”, *Dr.Pén.* 2004, n° 10, étude 12, n° 4.

³⁹² M.L. RASSAT, “Mise en péril des mineurs”, *JCl.Pén.* 2008, fasc. 20, n° 20.

³⁹³ Cf. art. 227-23 CP; P. ACHILLEAS, “Internet et libertés”, *JCl.Lib.* 2007, fasc. 820, n° 99.

³⁹⁴ M.L. RASSAT, “Mise en péril des mineurs”, n° 39.

³⁹⁵ Paris (8^e ch.) 12 Avril 2010, n° 09/11685, *JurisData* 2010, n° 008930, obs. A. LEPAGE.

Een e-mail die een link bevat naar een pornografische site volstaat daarentegen niet, daar dit via een paswoordbeveiliging slechts toegankelijk is voor de gebruiker van de betreffende account.³⁹⁶ Louter private communicatie lijkt dan ook uitgesloten³⁹⁷ en een zekere openbaarheid vereist. Zo werd een professor wel veroordeeld omdat hij op zijn voor iedereen leesbare blog een kinderpornografische scene had beschreven.³⁹⁸ Hieruit volgt meteen dat het bericht ook uit tekst kan bestaan.³⁹⁹ In tegenstelling tot de voorgaande bepaling, kan dus ook reclame die louter verwijst naar pornografische afbeeldingen strafbaar zijn.⁴⁰⁰ Bovendien is het niet noodzakelijk dat de berichten effectief door een minderjarige worden geobserveerd, de loutere mogelijkheid volstaat.⁴⁰¹ Daaruit volgt dat er minstens maatregelen moeten worden genomen om ervoor te zorgen dat de toegang wordt beperkt. Dit komt duidelijk tot uiting in de rechtspraak met betrekking tot art. 227-24 CP, dat in dit opzicht doet denken aan art. 240a Sr. Zo werden reeds verschillende beheerders van pornosites veroordeeld omwille van het feit dat zij geen enkele maatregelen hadden genomen om minderjarigen van de inhoud af te schermen.⁴⁰² Ook de media dienen hiertoe hun verantwoordelijkheid op te nemen. Immers, eenieder die op één of andere wijze tussenkomt in de verspreiding wordt gevisieerd.⁴⁰³ Hierbij kan een arrest van het Hof van Beroep van Parijs worden vermeld dat zich situeert in de contractuele sfeer.⁴⁰⁴ France Telecom had het contract met een dienstenverdelers verbroken omwille van zware inbreuken op de contractueel opgelegde beperkingen. Het betrof advertenties voor ontmoetings- en chatdiensten voor volwassenen waarin suggestieve termen en seksuele scènes werden gebruikt. Het Hof acht dergelijke beperkingen gerechtvaardigd omdat zij beogen tegemoet te komen aan de deontologische regels en van dien aard zijn om een inbreuk op art. 227-24 CP te vermijden. Bijgevolg is de communicatievrijheid niet geschonden. Hetzelfde geldt voor wat art. 227-24 CP zelf betreft.⁴⁰⁵ Gelet op de aard van de gevisieerde berichten en het beoogde publiek, kan deze bepaling immers niet disproportioneel worden geacht aan het beoogde doel, met name de bescherming van de lichamelijke, geestelijke en zedelijke ontwikkeling van minderjarigen.

175. Wanneer het misdrijf wordt gepleegd via het internet, de geschreven of audiovisuele media zijn echter specifieke regels van toepassing voor het bepalen van de strafrechtelijke verantwoordelijkheid. Deze verduidelijking in het tweede lid van art. 227-24 CP doelt op art. 42 van de wet op de persvrijheid⁴⁰⁶ en art. 93-3 van de wet op de audiovisuele media.⁴⁰⁷ Hierin ligt een gelijkaardig cascadesysteem vervat als in art. 25 van de Belgische Grondwet.⁴⁰⁸

³⁹⁶ Cass.fr. 3 Février 2004, n° 03-84.825, *JurisData* 2004, n° 022448, obs. M. VÉRON.

³⁹⁷ *A contrario* Paris 17 Mai 2002, n° 2000/15794, *JurisData* 2002, n° 198857. Hierin wordt gesteld dat reclame via audiovisuele media eveneens onder art. 227-24 CP ressorteert, daar het geen private communicatie betreft.

³⁹⁸ Paris (8^e ch.) 12 Avril 2010, n° 09/11685, *JurisData* 2010, n° 008930, obs. A. LEPAGE.

³⁹⁹ A. LEPAGE, "Un an de droit pénal des nouvelles technologies", *Dr.Pén.* 2010, n° 12, chron. 10, n° 28.

⁴⁰⁰ Zie bv. Paris (11^e ch.) 13 Mai 1998, n° 8668/97, *JurisData* 1998, n° 021413. In casu betrof het reclame voor videocassettes, boeken en CD-ROMs over seksuele handelingen met dieren.

⁴⁰¹ Cass.fr. 12 Octobre 2005, n° 05-80.713, *JurisData* 2005, n° 030703; Paris (11^e ch.) 13 Mai 1998; Rouen 19 Janvier 2005, n° 04/01080, *JurisData* 2005, n° 280156; M.L. RASSAT, "Mise en péril des mineurs", n° 42. Dit is overigens geen schending van het legaliteitsbeginsel. Cf. Paris 2 Avril 2002, n° 01/03637, *JurisData* 2002, n° 172666.

⁴⁰² Zie bv. Paris 17 Mai 2002, n° 2000/15794, *JurisData* 2002, n° 198857; A. LEPAGE, "Un an de droit pénal des nouvelles technologies", *Dr.Pén.* 2010, n° 12, chron. 10, n° 28.

⁴⁰³ M.L. RASSAT, "Mise en péril des mineurs", n° 41.

⁴⁰⁴ Paris (13^e ch.) 2 Avril 2002, n° 01/03637, *JurisData* 2002, n° 172666.

⁴⁰⁵ Paris (25^e ch.) 17 Mai 2002, n° 2000/15794, *JurisData* 2002, n° 198857.

⁴⁰⁶ Loi 29 Juillet 1881 sur la liberté de la presse, *JORF* 30 Juillet 1881.

⁴⁰⁷ Loi n° 82-652 29 Juillet 1882 sur la communication audiovisuelle, *JORF* 30 Juillet 1882.

⁴⁰⁸ Zie hierover H. PELLETIER, "Atteinte à la privée", *JCl.Pén.* 2008, fasc. 20, n° 110.

Het is tevens van toepassing op internet, daar art. 93-3 van de wet op de audiovisuele media zeer algemeen spreekt over ‘elektronische communicatie’.⁴⁰⁹ In bepaalde gevallen zullen internet providers echter niet aansprakelijk kunnen worden gesteld.⁴¹⁰ Hierop zal nader worden ingegaan bij de bespreking van de specifieke regulering in de internetsector.

2.2. Zelfregulering in de reclamesector

176. Ook in Frankrijk bestaan zelfregulerende organen in de reclamewereld, met name de Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) en de Jury de Déontologie Publicitaire (JDP).

177. Bijgevolg bestaan ook hier verschillende gedragscodes die eveneens geïnspireerd zijn op deze van de Internationale Kamer van Koophandel, zodat gelijkaardige regels als in België en Nederland kunnen worden teruggevonden. Zo is er vooreerst de gedragscode inzake de afbeelding van personen.⁴¹¹ Deze is geïnspireerd op de artikelen 2 en 4 van de ICC-Code en bevat de beginselen van respect voor het fatsoen en de menselijke waardigheid. Indien bij reclame naaktheid wordt gebruikt, moet men er voor zorgen dat dit niet op een denigrerende manier gebeurt. Meer in het algemeen mag bovendien geen enkele reclame de mens op een vernederende wijze afbeelden.⁴¹² Hetzelfde geldt voor het voorstellen van een persoon, in het bijzonder vrouwen, als louter lustobject of als inferieur omwille van het behoren tot een bepaalde sociale groep.⁴¹³ Ook moet worden vermeden dat een idee van onderwerping of afhankelijkheid wordt geïnduceerd en is iedere afbeelding van het (seksueel) domineren of uitbuiten van anderen verboden.⁴¹⁴

Naast deze algemene regels bestaat ook een specifieke gedragscode met betrekking tot minderjarigen, die geïnspireerd is op art. 18 ICC-Code.⁴¹⁵ Hierin wordt bepaald dat reclame niet kwetsend, choquerend of provocerend mag zijn door het kind op een mensionwaardige of met de goede zeden strijdige wijze af te beelden. Ook mag het kind niet worden voorgesteld op een manier dat zijn psychische of zedelijke ontwikkeling zou kunnen schaden en mag het enkel naakt worden afgebeeld in situaties uit het dagelijkse leven.⁴¹⁶ Bovendien is het verboden om kinderen aan te moedigen om afspraakjes te regelen met onbekenden.⁴¹⁷ Reclame voor ontmoetingsdiensten zal zich dus nooit tot minderjarigen mogen richten.

Tot slot dient ook nog melding te worden gemaakt van een aanbeveling betreffende elektronische communicatiediensten met een erotisch karakter.⁴¹⁸

⁴⁰⁹ Zie P. AUVRET, “Application de la loi de 1881 à la communication en ligne. Responsables des délits de presse”, *JCl.Comm.* 2006, fasc. 4865, n° 71; E. DERIEUX, “Communication au public en ligne”, *JCl.Comm.* 2006, fasc. 1300, n° 21-47 (hierna verkort E. DERIEUX, “Communication au public en ligne”).

⁴¹⁰ Art. 6 Loi n° 2004-575 21 Juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique, *JORF* 22 Juin 2004 (hierna verkort Loi 21 Juin 2004); P. AUVRET, “Application de la loi de 1881 à la communication en ligne”, n° 41-50; E. DERIEUX, “Communication au public en ligne”, n° 15-17 et 28-36; J.L. AUTIN, “Nouvelles technologies de communication”, *JCl.Adm.* 2010, fasc. 274-12, n° 147-161.

⁴¹¹ Code Image de la personne humaine, ARPP Octobre 2001, www.arpp-pub.org.

⁴¹² Art. 1/2 et art. 1/3 Code Image de la personne humaine.

⁴¹³ Art. 2/1 et art. 2/2 Code Image de la personne humaine.

⁴¹⁴ Art. 3/1, art. 3/2 et art. 3/3 Code Image de la personne humaine.

⁴¹⁵ Code Enfant, ARPP Juin 2004, www.arpp-pub.org.

⁴¹⁶ Art. 3 Code Enfant.

⁴¹⁷ Art. 8/3 Code Enfant.

⁴¹⁸ Recommendation services électroniques et télématiques à caractère érotique, ARPP Mai 2007, www.arpp-pub.org.

In deze aanbeveling tracht de ARPP de adverteerders, distributeurs en reclamebureaus toe te laten de vrijheid van meningsuiting enerzijds, en de deontologische regels, het respect voor de menselijke waardigheid en de bescherming van minderjarigen anderzijds, met elkaar te verzoenen. Deze aanbeveling brengt vooreerst een aantal algemene principes in herinnering.⁴¹⁹ Verder wordt bepaald dat seksuele handelingen, praktijken en gebaren die kunnen choqueren dienen te worden vermeden en dat grof en pornografisch taalgebruik moet worden uitgesloten.⁴²⁰ Ook mag in reclame of in de naam van de dienst geen allusie worden gemaakt op minderjarigen.⁴²¹ Een andere aanbeveling inzake digitale reclame bevat grotendeels dezelfde principes.⁴²²

178. De JDP, die al deze regels handhaaft, blijkt zich nog niet zo vaak te hebben uitgesproken met betrekking tot seksreclame. De enige zaak die kon worden teruggevonden betrof de hieronder afgebeelde advertentie voor de seksontmoetingsite www.flirtfair.fr op de sociale netwerksite hi5.⁴²³



De klager was van mening dat dergelijke publiciteit, gelet op de expliciete afbeeldingen en het feit dat de reclame voorkwam op een site die bestemd is voor jongeren, niet door de beugel kan. Zij zou afbreuk doen aan de menselijke waardigheid, in het bijzonder van de vrouw, die als louter object wordt voorgesteld. Hoewel de adverteerder wijst op het feit dat zijn website enkel toegankelijk is voor volwassenen en stelt de verantwoordelijke voor deze advertentie te zullen identificeren, besluit de JDP toch tot een inbreuk op art. 1/1 en 2/1 van de regels inzake de afbeelding van de persoon, en art. 1, b en c van de aanbeveling betreffende elektronische communicatie met een erotisch karakter.

2.3. Specifieke regulering in de audiovisuele sector

De Franse wet van 1986 op de communicatievrijheid bepaalt dat de elektronische communicatie vrij is, maar dat deze vrijheid tegelijk wordt beperkt door het respect voor de menselijke waardigheid, de vrijheid van andere personen, de openbare orde en de bescherming van kinderen en adolescenten.⁴²⁴ Art. 27, 1° van dezelfde wet stelt dat de verplichtingen inzake reclame voor de audiovisuele media verder zullen worden geregeld bij decreet. In 1992 werd deze bepaling ten uitvoer gebracht en een decreet vastgesteld. Hierin wordt nogmaals het respect voor de menselijke waardigheid, het fatsoen en het beginsel van non-discriminatie benadrukt.⁴²⁵

⁴¹⁹ Art. 1, a, d et e Recommandation services électroniques et télématiques à caractère érotique.

⁴²⁰ Art. 1, b et c Recommandation services électroniques et télématiques à caractère érotique.

⁴²¹ Art. 2, a Recommandation services électroniques et télématiques à caractère érotique.

⁴²² Cf. art. 2 Recommandation communication publicitaire digitale, ARPP Décembre 2010, www.arpp-pub.org.

⁴²³ JDP 23 Mars 2011, n° 102/11, Flirtfair, www.jdp-pub.org.

⁴²⁴ Art. 1 Loi n° 86-1067 30 Septembre 1986 relative à la liberté de communication, *JORF* 1 Octobre 1986.

⁴²⁵ Art. 3 et art. 4 Décret n° 92-280 27 Mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 Septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, *JORF* 28 Mars 1992.

Ook wordt bepaald dat reclame geen afbreuk mag doen aan de zedelijke of mentale gezondheid van minderjarigen en dat illegale reclame logischerwijze verboden is.⁴²⁶

179. De controle over het voorwerp, de inhoud en de modaliteiten van reclame-uitzendingen behoort tot de bevoegdheid van de (Franse) Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA).⁴²⁷ Dit is, net zoals in België, een administratieve instantie die tevens de aanbevelingen van zelfreguleringsautoriteiten uit de reclamesector in aanmerking neemt. Zij dient eveneens te waken over de bescherming van kinderen en adolescenten. Met betrekking tot de potentiële schade die aan hun zedelijke of psychische gezondheid zou kunnen worden toegebracht, bevat de wet op de communicatievrijheid een gelijkaardige regeling als art. 42 Vlaams Mediadecreet, art. 9, 2° Franstalig Mediadecreet en art. 4 Nederlandse Mediawet.⁴²⁸

180. De CSA kan ook aanbevelingen doen.⁴²⁹ Op grond hiervan mag reclame voor erotische telefonische of telematische diensten slechts uitgezonden worden vanaf middernacht tot 5u 's ochtends.⁴³⁰ De kanalen NT1, El Hob, 4U India en Strip TV werden reeds op de vingers getikt wegens overtreding van deze beperking en zodoende ook van art. 15 van de wet betreffende de communicatievrijheid.⁴³¹ Het kanaal NT1 kreeg tevens reeds een waarschuwing voor het overtreden van art. 3 van het decreet van 1992 wegens het uitzenden van reclame voor ontmoetingsdiensten waarin onfatsoenlijke taal werd gebruikt en de vrouw op een denigrerende wijze werd afgebeeld.⁴³² Uit deze beslissingen kan worden afgeleid dat in Frankrijk – net zoals in België, maar in tegenstelling tot in Nederland – ook de omroeporganisatie ten volle verantwoordelijk kan worden gesteld.

2.4. Specifieke regulering in de internetsector

181. Zoals reeds gezegd, bestaan ook in Frankrijk specifieke regels inzake de aansprakelijkheid en bijzondere verplichtingen van internet providers. Dit wordt geregeld in art. 6 van de wet van 21 juni 2004, maar doet denken aan de Belgische en Nederlandse gedragscodes. In de eerste plaats zijn ISP's op basis van deze bepaling verplicht om hun klanten te informeren over filterprogramma's en andere technische mogelijkheden om de toegang tot bepaalde sites te blokkeren, en hen één van beide aan te bieden.⁴³³ Bovendien worden zij verplicht om bij te dragen in de strijd tegen onder andere de misdrijven voorzien in de artikelen 227-23 en 227-24 CP. Er wordt echter benadrukt dat de ISP's geen algemene verplichting hebben om alle informatie die zij overdragen of stockeren stelselmatig te controleren of actief op zoek te gaan naar illegale inhoud. Wel moeten zij het publiek op een gemakkelijk toegankelijke en goed zichtbare wijze over dergelijke inhoud informeren en openbaar maken hoe zij van plan zijn de strijd hiertegen aan te binden. Zij dienen meteen de bevoegde instanties op de hoogte te brengen van illegale activiteiten die eventueel door hun afnemers zouden worden gemeld⁴³⁴ en hebben tevens een identificatie- en registratieplicht.⁴³⁵

⁴²⁶ Art. 7 et art. 9 Décret n° 92-280 27 Mars 1992.

⁴²⁷ Art. 14, 1^{re} alinéa Loi n° 86-1067 30 Septembre 1986.

⁴²⁸ Cf. art. 15 Loi n° 86-1067 30 Septembre 1986.

⁴²⁹ Art. 3-1, 5^e alinéa Loi n° 86-1067 30 Septembre 1986.

⁴³⁰ Recommandation relative à la présentation faite à la télévision d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles, de jeux vidéos et de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet qui font l'objet de restrictions aux mineurs, CSA 4 Juillet 2006, www.csa.fr.

⁴³¹ CSA 12 Janvier 2009, NT1; CSA 3 Février 2010, El Hob; CSA 4 Mai 2010, 4U India; CSA 4 Octobre 2011, Strip TV, www.csa.fr.

⁴³² CSA 27 Mai 2010, NT 1, www.csa.fr.

⁴³³ Art. 6, I, 1 Loi 21 Juin 2004.

⁴³⁴ Art. 6, I, 7 Loi 21 Juin 2004.

⁴³⁵ Art. 6, II et III Loi 21 Juin 2004.

Net zoals in België ontsnappen de ISP's evenwel aan strafrechtelijke verantwoordelijkheid indien zij geen kennis hadden van de illegale inhoud. Hetzelfde geldt in het geval dat op het moment van de kennisname op een correcte manier werd gehandeld om de inhoud te verwijderen of de toegang te blokkeren.⁴³⁶ Wat zoekmachines betreft, zullen zij ook naar Frans recht moeilijk aansprakelijk kunnen worden geacht. Het automatisme van het systeem en het feit dat de specifieke omstandigheden door de maker van de illegale internetcontent worden bepaald, zouden dit immers verhinderen.⁴³⁷

182. In Frankrijk worden de internet providers verenigd in de AFA.⁴³⁸ Deze beroepsorganisatie stelt een webpagina ter beschikking over ouderlijke controle op het internet. Op deze pagina kan men illegale inhoud melden, alsook een programma downloaden waarmee men dit te allen tijde kan doen. Daarnaast werden in de schoot van de AFA een aantal gedragscodes vastgesteld. Hierin wordt de informatieverplichting van de ISP's met betrekking tot gratis of betalende filterprogramma's nogmaals opgenomen.⁴³⁹ In 2005 ging men echter nog verder en werd met het Ministerie van Familiezaken een akkoord gesloten om dit voortaan gratis aan te bieden.⁴⁴⁰ Als gevolg hiervan stellen de grootste providers eigen software ter beschikking van hun klanten⁴⁴¹ of verwijzen zij op hun website naar andere gratis software, zoals die van de AFA⁴⁴² of Microsoft.⁴⁴³

Daarnaast bestaat ook een specifieke code voor inhoud met een kinderpornografisch of discriminatoir karakter.⁴⁴⁴ Hierin worden een aantal informatie- en signaleringsverplichtingen vastgesteld. De ISP's verbinden er zich toe om de bevoegde autoriteiten, direct of indirect via het door AFA opgerichte contactpunt, informatie te verschaffen en illegale inhoud onmiddellijk te verwijderen of te blokkeren. Ook wordt de samenwerking met deze autoriteiten geregeld.⁴⁴⁵

2.5. Besluit

183. Ook in Frankrijk speelt de problematiek van de alom tegenwoordige seksreclame. Tot nu toe werden op strafrechtelijk vlak echter nog geen specifieke maatregelen genomen. In tegenstelling tot Nederland blijken hier echter wel meer strafrechtelijke bepalingen te bestaan die toepassing kunnen vinden op seksreclame. Geen ervan gaat echter zo ver als in België. Zo is de strafbaarstelling inzake het verspreiden van onfatsoenlijke berichten immers slechts een overtreding. De vraag stelt zich of de Franse Raad van State de beperking van de communicatievrijheid eveneens gerechtvaardigd zou hebben geacht indien dit, net zoals in België, een wanbedrijf zou zijn geweest. Hoewel reclame voor prostitutie iets zwaarder wordt bestraft, is ook hier de strafmaat nog steeds aanzienlijk minder dan in België.

⁴³⁶ Art. 6, I, 3 Loi 21 Juin 2004.

⁴³⁷ TGI Paris 12 Mai 2003, Lorie c/ G.S. et SA Wanadoo Portails, www.juriscom.net; E. DERIEUX, "Communication au public en ligne", n° 36.

⁴³⁸ Association des Fournisseurs d'Accès et de Services Internet, www.afa-france.com.

⁴³⁹ Pratiques et usages, AFA Septembre 2002, www.afa-france.com.

⁴⁴⁰ Accord Contrôle parentale sur l'Internet: les engagements des fournisseurs d'accès Internet, 16 Novembre 2005, www.afa-france.com.

⁴⁴¹ www.dartybox.com/cms/web/controle-parental/accueil; <http://assistance.orange.fr/presentation-du-controle-parental-d-orange-754.php>; www.sfr.fr/securite-sante/controle-parental; <http://securite.numericable.fr/controleparental/?v=1>.

⁴⁴² www.canl.nc; www.bouyguetelecom.fr/client/protection.php.

⁴⁴³ www.mana.pf/_cli/espaceclients.php?r3=parental.

⁴⁴⁴ Art. 1 Charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques, AFA Juin 2004, www.afa-france.com.

⁴⁴⁵ Art. 2, 3 et 4 Charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques.

Hoe dan ook, het ontbreken van een specifiek misdrijf voor seksreclame betekent geenszins dat dit door de rechtspraak niet zou worden aangepakt. Hoewel ook Frankrijk last heeft van symboolwetgeving, zijn er toch verscheidene uitspraken waarbij seksreclame al dan niet onrechtstreeks aan bod komt. Daarnaast kent ook Frankrijk administratieve en zelfregulering in deze sector. Wat dit laatste betreft, blijkt dat de JDP zich – net als de JEP, maar in tegenstelling tot de RCC – nog bijna niet heeft uitgesproken met betrekking tot seksreclame, niettegenstaande de verschillende aanbevelingen van de ARPP. De CSA daarentegen, lijkt hier wel een meer courante beslissingspraktijk van te maken. Ook de ISP's schijnen ten slotte hun verantwoordelijkheid ten volle te hebben opgenomen. Het informeren over en gratis ter beschikking van filtersoftware van gebruikers kan alleen maar worden toegejuicht. Op die manier worden de betrokken actoren immers geresponsabiliseerd, zodat een maatschappelijk draagvlak wordt gecreëerd. Een aanpak vanuit de sector zelf is veel efficiënter dan het opdringen van (strafrechtelijke) regeltjes. Bovendien kan men het internet nooit volledig controleren en alle illegale inhoud afschermen. Ook van de ouders mag dus een inbreng worden verwacht. Wanneer zij hierin worden gefaciliteerd door de ISP's lijken zij deze rol des te meer ten volle te kunnen opnemen.

3. Engeland

184. Het strafrechtelijk beleid inzake prostitutie ligt in Engeland geheel in lijn met het Belgische en het Franse. Ook hier gingen echter stemmen op om het betalen voor seks te bestraffen.⁴⁴⁶ Dit is nu reeds het geval voor wat gedwongen prostitutie en seksuele uitbuiting betreft.⁴⁴⁷ Logischerwijze geldt hetzelfde voor het betalen voor de seksuele diensten van een kind.⁴⁴⁸

185. Ook seksadvertenties werden reeds ter discussie gesteld. Na de strafbaarstelling van de zogenaamde 'tart cards' in 2001, is momenteel een petitie aan de gang van het Departement voor Cultuur, Sport en Media om dergelijke advertenties via eender welk medium te bannen.⁴⁴⁹ Deze petitie zal worden afgesloten in september 2012. Er dient dus te worden afgewacht of uiteindelijk wettelijke initiatieven zullen worden genomen. Naast de uiteraard ook hier aanwezige sectoriële en zelfregulering, blijken nu reeds een aantal strafbepalingen te bestaan op grond waarvan seksreclame zou kunnen worden aangepakt.

3.1. Strafrechtelijke aanpak

186. Zoals gezegd, zijn in Engeland vooreerst de kaartjes waarmee prostituees in publieke telefooncellen hun waren aanprijzen, verboden. Op grond van de Criminal Justice and Police Act van 2001 maakt men zich immers schuldig aan een wanbedrijf indien men in of in de dichte nabijheid van een publieke telefoon advertenties plaatst met betrekking tot prostitutie.⁴⁵⁰ Een advertentie heeft betrekking op prostitutie indien wordt geadverteerd voor de diensten van een vrouwelijke of mannelijke prostituee.

⁴⁴⁶ "UK should outlaw paying for sex", 20 December 2007, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/7153358.stm>.

⁴⁴⁷ Section 53A Sexual Offences Act 2003, inserted by section 14 Policing and Crime Act 2009, c. 26, www.legislation.gov.uk.

⁴⁴⁸ Section 47 Sexual Offences Act 2003.

⁴⁴⁹ <http://epetitions.direct.gov.uk/petitions/16650>.

⁴⁵⁰ Section 46 Criminal Justice and Police Act 2001, c.16, www.legislation.gov.uk. Dit misdrijf wordt bestraft met maximum 6 maand gevangenisstraf en een boete tot £5000. Cf. section 46, (4).

Hetzelfde geldt indien wordt vermeld dat deze diensten kunnen worden verkregen op een specifieke plaats of indien de advertentie door ieder redelijk persoon als dusdanig kan worden beschouwd.⁴⁵¹ Dit laatste evenwel slechts tot bewijs van het tegendeel.

Men kan zich de vraag stellen wat precies onder het begrip ‘prostitutie’ dient te worden begrepen. De memorie van toelichting stelt dat deze term bekend is in de bestaande wetgeving en alle vormen van seksuele dienstverlening tegen beloning omvat.⁴⁵² Vallen hieronder dan ook handelingen die geen fysiek contact uitmaken, zoals telefoonlijnen, SMS-diensten en (video)chat? M.i. kan dit moeilijk worden aanvaard, het verkopen van het lichaam behoort immers tot de essentie van het begrip.⁴⁵³ De Sexual Offences Act 2003 definieert een prostituee als een persoon die seksuele diensten verleent tegen betaling. Deze laatste term is echter niet beperkt tot geldelijke tegenprestaties en kan ook betrekking hebben op het gratis of tegen prijsvermindering verstrekken van goederen of diensten.⁴⁵⁴

187. Het plaatsen van advertenties in publieke telefoons dient verder gepaard te gaan met het bijzondere opzet dat de advertentie de aandacht zou trekken van een derde.⁴⁵⁵ Een openbaar element is dus vereist. In dat verband wordt bepaald dat een telefoon in aangelegenheden die niet toegankelijk zijn voor personen jonger dan 16 jaar en plaatsen die geheel of hoofdzakelijk zijn bestemd voor residentiële doeleinden hier niet onder kunnen vallen.⁴⁵⁶

188. De vraag rijst welke personen verantwoordelijk kunnen worden gesteld voor het verspreiden van de zogenaamde tart cards. Zoals reeds is gebleken, heeft ook het prostitutiebeleid in Engeland zich gericht op de werkelijke begunstigen (pooiers en klanten), eerder dan op de prostituee zelf.⁴⁵⁷ Bijgevolg kan moeilijk worden verdedigd dat de prostituee wiens waren worden aangeprezen stelselmatig en automatisch zal kunnen worden vervolgd. De Engelse wet spreekt immers enkel over de persoon die de advertenties daadwerkelijk plaatst en niet over degene die ze laat plaatsen.

189. Uit statistieken van de Crown Prosecution Service blijkt dat deze strafbaarstelling relatief systematisch wordt vervolgd.⁴⁵⁸ Nochtans zijn de tart cards in grootsteden nog niet uit het straatbeeld verdwenen.⁴⁵⁹ Dit specifieke misdrijf lijkt dus wel zijn nut te bewijzen.

⁴⁵¹ Section 46, (2) and (3) Criminal Justice and Police Act 2001.

⁴⁵² Explanatory Notes on the Criminal Justice and Police Act 2001, www.legislation.gov.uk, No. 146.

⁴⁵³ Zie ook B. BROOKS-GORDON, “Erotic Dancing”, 5 Octobre 2010, London, www.iusw.org, waarin wordt gesteld dat wanneer fysiek contact tot stand wordt gebracht, de prostitutiewetgeving officieel ook op lapdance van toepassing is.

⁴⁵⁴ Section 51, (2) en (3) Sexual Offences Act 2003, c. 42, www.legislation.gov.uk.

⁴⁵⁵ Section 46, (1), (b) Criminal Justice and Police Act 2001.

⁴⁵⁶ Section 46, (5) Criminal Justice and Police Act 2001.

⁴⁵⁷ C. ASHFORD, “Male sexwork and the internet effect: time to re-evaluate the criminal law?”, *JCL* 2009, 264.

⁴⁵⁸ Ongeveer even veel als het werkelijke tippelen en veel meer dan seksuele uitbuiting en souteneurschap. Cf. CPS VAW Report 2011, <http://www.cps.gov.uk>.

⁴⁵⁹ C. ASHFORD, “Male sexwork and the internet effect: time to re-evaluate the criminal law?”, *JCL* 2009, 264.

190. Nog vóór 2001 werd reclame voor prostitutie echter reeds aangepakt. Reclame die de goede zeden schendt of die als een obscene ‘artikel’ kan worden beschouwd, is immers eveneens strafbaar. Op basis van het common law misdrijf ‘conspiracy to corrupt public morals’ enerzijds en de Obscene Publications Act⁴⁶⁰ anderzijds, werden reeds lang voor de strafbaarstelling van tart cards een aantal veroordelingen uitgesproken. Zo is er de bekende zaak Frederick Shaw, waarin overigens bovengenoemd common law misdrijf voor het eerst werd vastgesteld.⁴⁶¹ Om tegemoet te komen aan de beperkingen opgelegd door de Obscene Publications Act, gaf deze man een boekje uit met namen, adressen, telefoonnummers en foto’s van prostituees (zie afbeelding). Teneinde hen de mogelijkheid te bieden hun waren toch nog aan te prijzen, konden zij tegen betaling een advertentie laten opnemen. Hoewel uiteindelijk tot het bestaan van dit misdrijf werd geconcludeerd, waren de rechters niet unaniem en zag de meerderheid heil in de loutere toepassing van het vigerende recht.



In 1972 werd het bestaan van dergelijk misdrijf nogmaals ter discussie gesteld.⁴⁶² Meer bepaald werd ook de potentiële strijdigheid met het legaliteitsbeginsel opgeworpen. Toch bevestigt het House of Lords diens vorige stelling. De uitgever van een krant waarin advertenties voor homoseksuele handelingen waren opgenomen werd dan ook veroordeeld. Vandaag zijn dergelijke advertenties echter in verschillende Engelse kranten en tijdschriften terug te vinden. De organisatie van seksuele dienstverleners, Sw5, wijst er op dat het moeilijk zal zijn om vandaag nog een jury bereid te vinden om een veroordeling uit te spreken voor private of escortadvertenties van homoseksuele mannen. Ook zou de politie betere dingen te doen hebben.⁴⁶³ Dit betekent uiteraard niet dat seksreclame volledig straffeloos zou zijn. De prioriteiten en aandachtspunten verschillen immers van politiedienst tot politiedienst en het is niet uitgesloten dat men dit toch opnieuw zou gaan vervolgen. Het bestaan van deze misdrijven zou overigens de strafbaarstelling voor tart cards, alsook de nieuwe plannen om seksreclame in alle media te verbieden, overbodig maken.⁴⁶⁴

191. Voorts zijn er in de sfeer van de seksuele criminaliteit nog een aantal aanzettingsmisdrijven.

Zo wordt in de eerste plaats het aanzetten van kinderen tot seksuele handelingen bestraft.⁴⁶⁵

⁴⁶⁰ Section 2 Obscene Publications Act 1959, c. 66, www.legislation.gov.uk.

⁴⁶¹ House of Lords 4 May 1961, *Shaw v. DPP*, [1961] 2 W.L.R. 897, [1961] 45 Cr.App.R. 113, [1961] WL 21142, [1962] A.C. 220.

⁴⁶² House of Lords 14 June 1972, *Knuller Ltd v. DPP*, [1972] 56 Cr. App. R. 633.

⁴⁶³ <http://sw5.info/law>.

⁴⁶⁴ S. PATHERSON, "Plans by the Labour Party to criminalise adverts for sex services have been found to duplicate existing common law", <http://stephenpaterson.wordpress.com>. PATHERSON hekelt eveneens de ook in Engeland aanwezige "legislative diarrhoea".

⁴⁶⁵ Section 10 Sexual Offences Act 2003, www.legislation.gov.uk.

Op basis van deze bepaling zou seksreclame die gericht is op kinderen en hen aanzet om tot seks over te gaan, dus strafbaar kunnen zijn. Het heeft bovendien niet enkel betrekking op seksuele handelingen met de persoon die aanzet zelf, maar ook met derden.⁴⁶⁶ De loutere aanzet is overigens voldoende. Of de seksuele handelingen al dan niet daadwerkelijk hebben plaatsgevonden, is dan ook irrelevant.⁴⁶⁷

Daarnaast is ook het aanzetten tot kinderprostitutie en –pornografie strafbaar.⁴⁶⁸ Hiermee wordt de situatie geïllustreerd waarin men kinderen rekruteert met het oog op dergelijke dienstverlening.⁴⁶⁹ Reclame die dit ten doel heeft zal dan ook strafbaar zijn. Ook degene die kinderpornografie en – prostitutie faciliteert of vergemakkelijkt wordt geïncrimineerd.⁴⁷⁰ Uit de toelichting bij deze bepaling blijkt echter dat hier eerder de werkelijke tussenpersonen worden beoogd, met name degene die het kind naar een plaats brengt waar de kinderpornografie zal worden gemaakt of die de kamer regelt waarin de prostitutie zal plaatsvinden.⁴⁷¹

Tot slot is ook het aanzetten tot prostitutie met winstoogmerk strafbaar.⁴⁷² Het winstoogmerk kan zowel van de aanzetter zelf als van een derde uitgaan. Bovendien dient uiteraard niet noodzakelijk winst te worden gerealiseerd en is de loutere winstverwachting strafbaar. Degene die wordt aangezet zal hier echter wel steeds een volwassene zijn.⁴⁷³ In het andere geval is immers de bovenstaande bepaling inzake het aanzetten tot kinderprostitutie van toepassing. De begrippen ‘prostitutie’ en ‘winstoogmerk’ dienen in de bovenvermelde betekenis te worden begrepen.⁴⁷⁴ Als voorbeeld kan een zaak worden aangehaald waarin een bordeelhoudster eveneens werd veroordeeld voor dit aanzettingsmisdrijf.⁴⁷⁵ De rechter merkte op dat veel reclame werd gemaakt voor het agentschap en dat hieraan zeer veel geld werd uitgegeven.⁴⁷⁶ Daar de advertenties niet enkel mannen beoogden aan te spreken, maar ook escorts trachtten te rekruteren⁴⁷⁷, werd de bordeelhoudster tevens schuldig verklaard aan het aanzetten tot prostitutie met winstoogmerk.

192. Wat kinderpornografie betreft, dient tevens melding te worden gemaakt van de Protection of Children Act van 1978. Op basis hiervan is niet alleen het verspreiden of tentoonstellen van onfatsoenlijke foto’s van kinderen strafbaar, maar ook het publiceren of doen publiceren van een advertentie waaruit blijkt dat de adverteerder dergelijke foto’s distribueert of van plan is dit te doen.⁴⁷⁸ Het begrip ‘foto’s’ dient ruim te worden omschreven en omvat tevens films en kopieën. Het dient daarenboven niet noodzakelijk om een foto of film zelf te gaan. Ook een CD waarvan foto’s kunnen worden gereproduceerd valt hieronder.⁴⁷⁹

⁴⁶⁶ Explanatory Notes on the Sexual Offences Act 2003, www.legislation.gov.uk, No. 19.

⁴⁶⁷ *Ibid.*; Zie bv. Court of Appeal (Cr.Div.) 21 September 2011, No. 2011/01316/A5, *R. v. Hodson*, [2011] EWCA Crim. 2120; Court of Appeal (Cr.Div.) 28 October 2011, No. 2011/03607/A1, *R. v. Spink*, [2011] EWCA Crim. 2599. De mate waarin daadwerkelijk schade werd toegebracht zal evenwel in rekening worden genomen voor het bepalen van de strafmaat.

⁴⁶⁸ Section 48 Sexual Offences Act 2003.

⁴⁶⁹ Explanatory Notes on the Sexual Offences Act 2003, No. 95.

⁴⁷⁰ Section 50 Sexual Offences Act 2003.

⁴⁷¹ Explanatory Notes on the Sexual Offences Act 2003, No. 97.

⁴⁷² Section 52 Sexual Offences Act 2003.

⁴⁷³ Explanatory Notes on the Sexual Offences Act 2003, No. 99.

⁴⁷⁴ Section 54 j° 51 Sexual Offences Act 2003.

⁴⁷⁵ Court of Appeal (Cr.Div.) 14 December 2007, No. 2007/04039/A7, *R. v. Moir*, [2007] EWCA Crim. 3317.

⁴⁷⁶ *R. v. Moir*, No. 3 and 14.

⁴⁷⁷ *R. v. Moir*, No. 14.

⁴⁷⁸ Section 1, (1), (b) and (d) Protection of Children Act 1978, c. 37, www.legislation.gov.uk.

⁴⁷⁹ Section 7, (2) and (4), (b) Protection of Children Act 1978; Court of Appeal (Cr.Div.) 27 September 1996, *R. v. Fellows*, [1997] 1 Cr. App. R. 244.

Bovendien worden ook foto's van vermeende minderjarigen en zogenaamde pseudofoto's geïllustreerd.⁴⁸⁰ Dit zijn afbeeldingen, met de computer gemaakt of op welke wijze dan ook, die een foto schijnen te zijn.⁴⁸¹ Een samenstelling van twee foto's die samen worden geplakt zijn geen pseudofoto, hoewel een kopie ervan dit wel kan zijn.⁴⁸² Tot slot dient te worden opgemerkt dat de term 'kind' hier elke persoon viseert die jonger is dan 18 jaar.⁴⁸³ Dit is geen schending van art. 8 EVRM, daar de Protection of Children Act niet de consensuele seks verbiedt met een kind ouder dan 16. Deze wet beoogt enkel een rechtvaardig evenwicht te vinden tussen een minimumbeperking van individuele rechten en een maximum niveau aan bescherming van minderjarigen tegen seksueel misbruik en exploitatie.⁴⁸⁴

Een opmerkelijke zaak betrof een pornobedrijf dat een advertentie had geplaatst waarin werd vermeld dat verschillende soorten kinderporno konden worden verkregen.⁴⁸⁵ De beklagde had een brief gestuurd naar de Amsterdamse firma met het verzoek voor hem een compilatievideo samen te stellen van de categorie 'zeer jong' (7 tot 13 jaar). Hoewel wordt opgeworpen dat de firma zelf een misdrijf begaat door het plaatsen van de advertenties, werd enkel de verzoeker veroordeeld. Niet op basis van de Protection of Children Act, maar wel wegens een poging om aan te zetten tot het verspreiden van kinderpornografisch materiaal. Het aanzetten tot een misdrijf is immers strafbaar naar common law.⁴⁸⁶ Er worden echter vragen gesteld bij de uitbreiding van deze strafbaarstelling naar de medeplichtige van een strafbaar feit, terwijl de hoofddader en oorspronkelijke initiatiefnemer buiten schot blijft.⁴⁸⁷ Voor misdrijven gepleegd na 1 oktober 2008 werd dit common lawmisdrijf echter vervangen door drie wettelijke aanmoedigings- of assistentiemisdrijven.⁴⁸⁸

193. Tot slot kunnen nog de bepalingen met betrekking tot het openbaar werven van klanten worden vermeld. Zo stelt de Street Offences Act de prostituee strafbaar die haar waren op straat of in een openbare plaats aanbiedt.⁴⁸⁹ In 2009 werd deze wet geamendeerd en de vereiste van persistentie ingevoerd.⁴⁹⁰ Dit betekent dat het gedrag zich in de tijd dient te herhalen, met name twee keer of meer binnen een tijdspanne van drie maanden.⁴⁹¹ Daarnaast werd de term 'prostitute' vervangen door 'person'.⁴⁹² Ook anderen dan de dienstaanbieder zelf kunnen dus worden bestraft. De ontvangers van de diensten daarentegen niet.⁴⁹³ Zij kunnen echter wel een misdrijf begaan op basis van de nieuwe strafbaarstelling in section 51A Sexual Offences Act. Deze bepaling verbiedt het zogenaamde 'kerb crawling', i.e. het langzaam langs de stoep rand rijden met het oog op het oppikken van prostituees, maar ook meer algemeen het benaderen en aanspreken van prostituees.⁴⁹⁴

⁴⁸⁰ Section 7, (3) Protection of Children Act 1978.

⁴⁸¹ Section 7, (7) Protection of Children Act 1978.

⁴⁸² Queen's Bench Division 8 March 2000, *Atkins v. DPP*, [2000] 1 W.L.R. 1427 and [2000] 2 Cr. App. R. 248.

⁴⁸³ Court of Appeal (Cr.Div.) 24 November 2011, No. 2010/05716/D3, *R. v. M.*, [2011] EWCA Crim 2752.

⁴⁸⁴ *R. v. M.*, No. 36-39.

⁴⁸⁵ Court of Appeal (Cr.Div.) 12 July 2001, *R. v. Goldman*, No. 00/2616/W1, [2001] EWCA Crim 1684.

⁴⁸⁶ Over het misdrijf 'incitement': Law Reform Commission, Report inchoate offences, November 2010, www.lawreform.ie, 113-134.

⁴⁸⁷ C. BARSBY, "Incitement: company advertising pornographic video tapes - defendant ordering a tape in response to advertisement" (commentary on Court of Appeal (Cr.Div.) 12 July 2001), *Crim.L.R.* 2001, 823.

⁴⁸⁸ Sections 44 to 46 Serious Crime Act 2007, c. 27; Section 2, (a) Serious Crime Act 2007 (Commencement No. 3) Order 2008, *SI* 2008, No. 2504 (C. 108).

⁴⁸⁹ Section 1 Street Offences Act 1959, c. 57, www.legislation.gov.uk.

⁴⁹⁰ Section 16, (2), (b) Policing and Crime Act 2009.

⁴⁹¹ Section 16, (3), (a) Policing and Crime Act 2009.

⁴⁹² Section 16, (2), (a) Policing and Crime Act 2009.

⁴⁹³ Explanatory Notes on Policing and Crime Act 2009, No. 80.

⁴⁹⁴ Explanatory Notes on Policing and Crime Act 2009, No. 110 and 111.

Volgens professor MCGLYNN zal de voorwaarde dat er een soort gedragspatroon moet aanwezig zijn het moeilijk maken de Street Offences Act toe te passen op seksreclame. In tegenstelling tot voorgaande bepalingen is men op grond van section 51A Sexual Offences Act strafbaar zelfs indien het de eerste keer is dat het gedrag wordt gesteld.⁴⁹⁵ Het verlaten van dit criterium kan dan ook eventueel de deur openen voor het beteugelen van seksreclame via deze weg. Aangezien de strafbaarstellingen hier eerder gericht zijn op werkelijke straatprostitutie en ook een aantal andere bepalingen blijken te bestaan, is het echter zeer de vraag of dit ooit zal gebeuren.

3.2. Zelfregulering in de reclamesector

194. Net als in de andere besproken landen bestaan ook in Engeland zelfdisciplinaire instanties in de reclamesector, met name de Advertising Standards Alliance (ASA) en de ASA Council, het beslissingsorgaan. De specifieke gedragsregels worden echter niet door deze instantie geschreven, maar wel door de Committee of Advertising Practice (CAP) en de Broadcast Committee of Advertising Practice (BCAP). Hierin zijn de verschillende adverteerders, reclamebureaus en media vertegenwoordigd. Beide comités hebben een eigen gedragscode.

195. Vooreerst is er de code voor andere media dan de audiovisuele, zoals de geschreven pers, affiches en het internet. Op basis hiervan mag reclame geen aanstoot geven en geen fysieke, mentale of morele schade berokkenen aan kinderen.⁴⁹⁶

196. De specifieke code voor de audiovisuele media is iets uitgebreider. Ook deze bevat in de eerste plaats een aantal regels inzake kinderen. Zo mogen zij niet voorgesteld worden op een seksuele manier en moet voor hen potentieel schadelijke reclame in uitzendtijd worden beperkt.⁴⁹⁷ Reclame voor prostitutie, seksuele massagediensten en obscene materiaal zoals bedoeld in de Obscene Publications Act is echter principieel verboden.⁴⁹⁸ Wat televisie betreft, geldt hetzelfde voor escortdiensten.⁴⁹⁹ Meer algemeen mag geen enkele advertentie indirect illegale producten of diensten promoten. Zo bijvoorbeeld mag niet worden verwezen naar een website waarvan een groot deel betrekking heeft op dergelijke producten en diensten.⁵⁰⁰ Dit doet denken aan het Belgische verbod tot allusie op seksuele exploitatie. Er dient evenwel te worden opgemerkt dat de term 'kind' hier slechts iedere persoon jonger dan 16 jaar omvat.

Daarnaast zijn er ook specifieke regels met betrekking tot seksuele dienstverlening via telecommunicatie, datingdiensten en pornografie. Zo is seksreclame voor diensten via telecommunicatie op de radio slechts geoorloofd indien zij op haar conformiteit werd gecontroleerd en geclassificeerd. Dit gebeurt door het Radio Advertising Clearance Centre⁵⁰¹ of bij lokale radiostations door de omroeporganisaties zelf.

⁴⁹⁵ Explanatory Notes on Policing and Crime Act 2009, No. 111; Divisional Court 10 February 2010, *DPP v. Fearon*, [2010] EWHC 340 (Admin), [2010] 2 Cr. App. R. 22, (2010) 174 J.P. 145 and [2010] A.C.D. 39; D. ORMEROD, "DPP v Fearon: public nuisance - single incident of soliciting", *Crim.L.R.* 2010, 646.

⁴⁹⁶ Sections 4.1. and 5.1. CAP Code 1 September 2010, www.cap.org.uk.

⁴⁹⁷ Sections 5.1. and 5.5. BCAP Code 1 September 2010, www.cap.org.uk.

⁴⁹⁸ Section 10.1.5. and 10.1.6. BCAP Code.

⁴⁹⁹ Section 10.1.10. BCAP Code.

⁵⁰⁰ Section 10.2. BCAP Code.

⁵⁰¹ www.racc.co.uk.

Reclame voor sekslijnen op televisie is dan weer enkel toegestaan op gecodeerde onderdelen van ‘adult entertainment’ kanalen of op kanalen die een vergunning hebben verkregen voor het promoten van deze diensten, op een behoorlijke wijze in de elektronische programmagids zijn vermeld en voorzien van het signalement ‘geschikt voor volwassenen’. Bovendien mag deze reclame slechts worden uitgezonden tussen 21u – voor digitale televisie middernacht – en 5u30.⁵⁰² Daarnaast garanderen de radiozenders dat ook reclame voor ontmoetings- en datingagentschappen eerst wordt doorgelicht en mag dergelijke reclame niet gericht zijn op minderjarigen onder de 18 jaar.⁵⁰³ Hetzelfde geldt inzake reclame voor producten en diensten die een pornografisch karakter hebben. Radiospots voor materiaal dat geclassificeerd is onder de categorie ‘R18’ is evenwel niet toegelaten.⁵⁰⁴ Volgens het classificeringssysteem van de BBFC is dit materiaal dat expliciete beelden van consensuele seks of extreme fetisken bevat en enkel mag worden vertoond of verkocht in speciaal daartoe vergunde bioscopen of seksshops.⁵⁰⁵ Op televisie is reclame voor dergelijk materiaal slechts geoorloofd op kanalen voor volwassenen en mits beperking van de toegang door een PIN-code of andere gelijkwaardige systemen. De reclame zelf mag geen R18 materiaal bevatten, tenzij de toegang wordt beperkt door dergelijke systemen. Bovendien mag toegelaten reclame slechts uitgezonden worden tussen 22u en 5u30.⁵⁰⁶

197. Ook de ASA Council heeft reeds een aantal beslissingen genomen met betrekking tot seksreclame. In tegenstelling tot voorgaande landen zijn er hier echter beduidend meer.

198. Een aantal van deze beslissingen hadden bovendien betrekking op de geschreven pers. Zo zijn er vooreerst twee klachten geweest over seksreclame in het gamingmagazine X360.⁵⁰⁷ Omdat dit tijdschrift gericht is op personen tussen de 18 en de 35 jaar, werd de schending echter niet weerhouden. Eenzelfde redenering werd gevolgd met betrekking tot reclame voor Playboy TV in een gratis tijdschrift over sport.⁵⁰⁸ Dit magazine was immers gericht op mannen tussen de 20 en 44 jaar, zodat de reclame aanvaardbaar werd geacht.

Een inbreuk op de CAP Code werd dan weer wel weerhouden met betrekking tot seksreclame in een regionale en gratis krant.⁵⁰⁹ Vier personen beklagden zich hierover bij de ASA Council. Het zeer expliciete woordgebruik en het feit dat de reclame, niettegenstaande zij was opgenomen in de volwassenensectie, ook de aandacht van kinderen kon trekken, doet deze instantie besluiten tot een schending. Dezelfde beslissing werd genomen ten aanzien van reclame voor teleseks en chatdiensten in The Independent, waarbij werd gesuggereerd dat de diensten werden verleend door minderjarigen.⁵¹⁰

199. Uiteraard zijn er ook enkele beslissingen met betrekking tot reclame op televisie. Zo was er vooreerst een zaak met betrekking tot seksueel getinte SMS-diensten.⁵¹¹ Naar aanleiding van Pasen werd een televisiespot uitgezonden met drie schaars geklede, maar volledig bedekte vrouwen.

⁵⁰² Section 23.1., 23.2. resp. 23.3. BCAP Code.

⁵⁰³ Section 27.1. resp. 27.5. BCAP Code.

⁵⁰⁴ Section 30.1. and 30.2. BCAP Code.

⁵⁰⁵ www.bfcc.co.uk/classification/guidelines/r18.

⁵⁰⁶ Section 30.3. BCAP Code j° section 1.18. Ofcom Broadcasting Code, www.ofcom.org.uk.

⁵⁰⁷ ASA Adjudication 11 July 2007, No. 25799, Blue Stream Mobile; ASA Adjudication 11 July 2007, No. 28285, Rayshield, www.asa.org.uk.

⁵⁰⁸ ASA Adjudication 14 July 2010, No. 121345, Playboy TV UK, www.asa.org.uk.

⁵⁰⁹ ASA Adjudication 10 September 2008, No. 59810, QuantuMobile, www.asa.org.uk.

⁵¹⁰ ASA Adjudication 30 September 2009, No. 99948, Candywall, www.asa.org.uk.

⁵¹¹ ASA Adjudication 8 July 2009, No. 91902, Mytxt.co.uk t/a Flirtal.com, www.asa.org.uk.

Niet minder dan acht klagers achtten dit ongepast, zeker gelet op het feit dat hierbij knuffelbeertjes en dus speelgoedartikelen werden gebruikt. Omdat de vrouwen eerder flirterig overkwamen dan seksuele of provocatieve poses aan te nemen, werd echter geen inbreuk weerhouden.

Daarnaast werden ook reeds een aantal televisiekanalen op de vingers getikt wegens het uitzenden van reclame voor sekslijnen zonder enige codering.⁵¹²

200. Uit het overzicht van deze beslissingen blijkt meteen dat de zelfregulering in Engeland veel meer uitgebouwd is dan in de andere onderzochte landen. Dit is te verklaren door het feit dat dit land altijd een sterke traditie van zelfdisciplinerende heeft gekend.⁵¹³ Het is dan ook niet verwonderlijk dat hier veel meer beslissingen terug te vinden zijn, die bovendien ook diverse media betreffen. Geen enkele zaak had echter betrekking op reclame via het internet. Hiervoor bestaat ook in Engeland een regeling in de schoot van de ISPA, die in dit land echter iets meer optredingsmogelijkheden heeft. Tot slot dient te worden opgemerkt dat op het vlak van de audiovisuele media een coregulering bestaat met de regulator van de communicatiesector, Ofcom. Beide soorten media zullen in de volgende punten aan bod komen.

3.3. Coregulering in de communicatiesector

201. In Engeland bestaat niet langer een specifieke autoriteit voor de audiovisuele media of de telecommunicatiesector, maar worden deze instanties verenigd in de Ofcom. Deze instantie is sinds 2003 zowel bevoegd voor televisie, radio, telecommunicatie en internet.⁵¹⁴

202. Voor de audiovisuele media bestaat ook in dit kader een gedragscode. Hierin wordt eveneens het principe gehuldigd dat de fysieke, mentale en zedelijke ontwikkeling van minderjarigen niet mag worden gefnuikt.⁵¹⁵ Ook wordt benadrukt dat zeer aanstootgevend taalgebruik en seksueel materiaal slechts mag worden uitgezonden tussen 22u en 5u30, en wat dit laatste betreft enkel achter de decoder.⁵¹⁶ Tot slot mag geen aanstoot worden gegeven of schade berokkend en mag geen materiaal worden uitgezonden die van aard is aan te zetten of aan te moedigen tot het plegen van een misdrijf.⁵¹⁷

203. Voor reclame op televisie bestaat een coregulering met de ASA. Naar analogie met de situatie in Nederland, is regulering van (seks)reclame door Ofcom immers uitbesteed aan deze laatste instantie.⁵¹⁸ Ofcom blijft echter wel verantwoordelijk voor seksuele diensten die verleend worden via een telecommunicatiemiddel en alle andere zogenaamde 'participation TV services'.⁵¹⁹

⁵¹² ASA Adjudication 5 April 2006, Acumen partners t/a Eckoh Technologies; ASA Adjudication 19 April 2006, Acumen partners t/a Live Lines; ASA Adjudication 24 May 2006, Look4Love TV t/a Babestar.tv Live XXX; ASA Adjudication 10 November 2010, No. 137274, Bang Channels t/a Tease Me 2, www.asa.org.uk.

⁵¹³ N.A.N.M VAN EIJK et al., *Op weg naar evenwicht. Een onderzoek naar zorgplichten op het internet*, www.ivir.nl, 36.

⁵¹⁴ Communications Act 2003, c. 21, www.legislation.gov.uk.

⁵¹⁵ Section 1.1.-1.3. Ofcom Broadcasting Code February 2011, www.ofcom.org.uk. Het begrip 'minderjarige' betekent hier iedere persoon jonger dan 15 jaar.

⁵¹⁶ Section 1.14.-1.18. Ofcom Broadcasting Code.

⁵¹⁷ Section 2 and 3 Ofcom Broadcasting Code.

⁵¹⁸ Memorandum of Understanding between Ofcom, ASA (Broadcasting), BCAP and BASBOF, May 2004, www.ofcom.org.uk.

⁵¹⁹ Ofcom guidance on the advertising of telecommunications-based entertainment services, 27 July 2011, www.ofcom.org.uk.

Zo werd ook reeds door deze instantie een televisiekanaal op de vingers getikt voor het ongecodeerd uitzenden van reclame voor teleseks.⁵²⁰ Tevens werd de vergunning van een ander kanaal, dat reeds eerder door de ASA werd terechtgewezen, uiteindelijk ingetrokken wegens aanhoudende inbreuken.⁵²¹

204. Tot slot moeten alle communicatiedienstverleners een klachtenprocedure voorzien die aan een aantal minimumstandaarden voldoet, zoals opgelegd door Ofcom.⁵²² De code voor de behandeling van klachten moet bekend gemaakt worden op de website van de betreffende dienstverlener.

3.4. Specifieke regulering in de internetsector

205. In Engeland worden de ISP's verenigd in ISPA UK. Ook deze instantie heeft een gedragscode opgesteld waartoe de leden zich verbinden. Op basis hiervan mogen geen illegale praktijken worden aangemoedigd, gepromoot of vergemakkelijkt.⁵²³ Ook mag reclame niet onfatsoenlijk zijn en geen afbeeldingen bevatten van kindermisbruik.⁵²⁴ De ISP's verbinden zich er toe om alle mogelijke en redelijke maatregelen te nemen om ervoor te zorgen dat reclame in overeenstemming is met de bepalingen van deze gedragscode.⁵²⁵

206. Een andere instantie die op dit vlak een rol speelt is de Internet Watch Foundation (IWF). Deze organisatie heeft tot doel kinderpornografie en obscene materiaal op het internet te bestrijden.⁵²⁶ Zij fungeert als meldpunt voor het aangeven van dergelijk materiaal. Hoewel lidmaatschap van de ISPA niet automatisch lidmaatschap van deze laatste instantie betekent, worden de leden toch aangemoedigd zich ook hierbij aan te sluiten. ISPA en IWF werken samen om illegale inhoud op het internet te bestrijden. De ISP's verbinden zich er ook toe om dergelijke inhoud zo snel als mogelijk te verwijderen en dienen tevens rekening te houden met de aanbevelingen van de IWF.⁵²⁷

207. Ook in de schoot van de ISPA is een klachtenprocedure uitgewerkt, waarbij eveneens wordt geopteerd om dit in eerste instantie op het niveau van de ISP zelf uit te werken. Pas daarna zal ISPA optreden.⁵²⁸ Deze organisatie heeft in Engeland echter meer mogelijkheden ten aanzien van haar leden. Zo kan zij bevelen om de schending ongedaan te maken, vragen om te verzekeren dat de verplichtingen in de toekomst zullen worden nageleefd volgens haar instructies, een lid schorsen zonder teruggave van het lidgeld en bevelen de beslissing geheel of partieel bekend te maken.⁵²⁹ De beslissingen kunnen echter niet worden geraadpleegd op de webpagina en ISPA UK heeft mijn vraag tot informatie niet beantwoord. Er kan dan ook geen indicatie worden gegeven in welke mate seksreclame hierin vertegenwoordigd is. Naar analogie met het aantal meldingen in België kan evenwel worden verwacht dat dit slechts in zeer beperkte mate of zelfs niet het geval zal zijn.

⁵²⁰ Ofcom 7/8 May 2007, House of Fun, www.ofcom.org.uk.

⁵²¹ Ofcom Content Sanctions Committee 8 January 2007, Notice of Revocation of Television Concepts Ltd (TLCS746), www.ofcom.org.uk.

⁵²² The Ofcom Approved Code of Practice for Complaints Handling, www.ofcom.org.uk.

⁵²³ Section 2.2.2. and 2.3.2. ISPA Code of Practice, www.ispa.org.uk.

⁵²⁴ Section 2.3.1. ISPA Code of Practice.

⁵²⁵ Section 3.1.1. ISPA Code of Practice.

⁵²⁶ Zie N.A.N.M VAN EIJK et al., *Op weg naar evenwicht. Een onderzoek naar zorgplichten op het internet*, www.ivir.nl, 23, 76 en 77.

⁵²⁷ Section 5.1., 5.2., 5.4. and 5.6. ISPA Code of Practice.

⁵²⁸ Cf. section 8 ISPA Code of Practice.

⁵²⁹ Cf. section 9 ISPA Code of Practice.

3.5. Initiatieven met betrekking tot de geschreven pers

208. Hoewel geen specifiek misdrijf bestaat om seksreclame in kranten en tijdschriften te beteugelen, heeft de Newspaper Society steeds geadviseerd om geen reclame te maken voor bordelen en andere illegaal verleende seksuele diensten.⁵³⁰ De leden worden een lijst van zogenaamde ‘Ad Points to Watch’ ter beschikking gesteld met betrekking tot geldende wetgeving in de reclamesector. Hierin wordt onder andere gewaarschuwd dat massage- en andere schoonheidssalons een mogelijke dekmantel vormen voor illegale praktijken. Ook wordt aangemoedigd om een beleid aan te nemen om dergelijke reclame te weigeren of op een andere manier te garanderen dat niet voor mensenhandel of andere illegale prostitutie wordt geadverteerd. De uitgevers moeten er verder ook voor zorgen dat hun personeel wordt bijgestaan en ondersteund in het maken van dergelijke beslissingen. Eveneens wordt aanbevolen bijeenkomsten te organiseren met de lokale politie en vervolgingsinstanties, lokale autoriteiten en andere relevante partners om zodoende tot een consistente en werkbare aanpak te komen. Dit werd in 2007 bijvoorbeeld gedaan tussen de NS, de ASA en een aantal ministers met betrekking tot de aanpak van seksuele exploitatie.⁵³¹ In de strijd hiertegen werd het noodzakelijk geacht dat ook advertenties voor de prostitutie van slachtoffers van dergelijke misdrijven worden beteugeld. Hoewel de NS geen regulerende instantie is, kan zij op die manier dus toch het één en het ander faciliteren. Zo hebben bepaalde kranten ook een effectief beleid van non-acceptatie van seksadvertenties.⁵³²

209. Daarnaast voeren bepaalde politiediensten een lokaal beleid voor seksreclame in de lokale pers.⁵³³ Kranten worden gewaarschuwd dat het opnemen van dergelijke reclame aanleiding kan geven tot vervolging op grond van de witwaswetgeving⁵³⁴ of omwille van het promoten en faciliteren van mensenhandel en gedwongen prostitutie, zelfs indien de praktijken in de reclame zouden worden gemaskeerd.

3.6. Besluit

210. In Engeland bestaat een zeer beperkt strafrechtelijk verbod op seksreclame. Daarnaast zijn ook hier echter een aantal andere strafbepalingen die dit kunnen omvatten en ook effectief op seksreclame worden toegepast. Meteen valt op dat ook op het vlak van andere regulering een ruime beslissingspraktijk bestaat. Zoals gezegd, heeft Engeland een grotere traditie van zelfregulering. Dit komt bijvoorbeeld tot uiting in het feit dat ook in de geschreven pers initiatieven worden genomen en is tevens op te merken in de internetsector. Indien men de websites van de verschillende organisaties met elkaar vergelijkt, blijkt immers dat het indienen van een klacht bij ISPA UK veel laagdrempeliger is. In tegenstelling tot de overige landen, waar de internetorganisatie meer wordt opgevat als een loutere belangenvereniging die slechts informeel optreedt, kan zij hier ook effectieve beslissingen nemen. In Engeland blijkt ieder medium dan ook op een behoorlijke wijze te zijn ingeschakeld in de strijd tegen seksreclame en andere illegale inhoud. Het is ook positief dat er een nauwe samenwerking is tussen de Ofcom en de ASA.

⁵³⁰ Crown Prosecution Service, Legal Guidance on prostitution and exploitation of prostitution, www.cps.gov.uk; www.newspapersoc.org.uk.

⁵³¹ Joint Statement on Sex Trafficking, 1 November 2007, www.newspapersoc.org.uk.

⁵³² S. DYSON, “The murky state of classified ads in Britain’s regional press”, *IRLCT* 2011, vol. 25, No. 1 and 2, 28-31 (hierna verkort S. DYSON, “The murky state of classified ads in Britain’s regional press”).

⁵³³ Crown Prosecution Service, Legal Guidance on prostitution and exploitation of prostitution, www.cps.gov.uk; www.newspapersoc.org.uk; S. DYSON, “The murky state of classified ads in Britain’s regional press”, 28 and 30.

⁵³⁴ Proceeds of Crime Act 2002, c. 29, www.legislation.gov.uk.

Daarnaast wordt ook de transparantie bevordert door de gehele communicatiesector onder te brengen in één instantie en de samenwerking met andere partners gestimuleerd om zo tot een integraal en geïntegreerd beleid te komen. Op dit vlak heeft Engeland dus zeker een streepje voor.

HOOFDSTUK III. DE LEGITIMITEIT VAN HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD

211. In dit derde hoofdstuk worden vooreerst alle bij seksreclame betrokken belangen evenals hun draagwijdte besproken. Zowel de belangen pro als de belangen contra legitimiteit van art. 380^{ter} Sw. worden hierbij onderzocht. Teneinde uiteindelijk tot een besluit te kunnen komen, zullen deze daarna tegen elkaar worden afgewogen.

1. Argumenten pro legitimiteit

212. De argumenten pro legitimiteit hebben betrekking op het algemeen belang en de goede zeden, de bescherming van minderjarigen en de rechten van de vrouw, en meer in het algemeen het respect voor het non-discriminatiebeginsel en de menselijke waardigheid.

1.1. De bescherming van de goede zeden en het algemeen belang

213. Er wordt vaak gesteld dat reclame voor seksuele diensten bijdraagt tot de ‘seksualisering’ van de samenleving en kan leiden tot een toename van deviant gedrag en seksgerelateerde criminaliteit. Uit onderzoek blijkt echter dat het verband tussen aanrakingen met pornografisch materiaal en seksueel normoverschrijdend gedrag moet worden gerelativeerd.⁵³⁵ De invloed van het vertekend beeld in de media op het concrete gedrag en de attitudes van jongeren ten aanzien van seksualiteit blijkt immers eerder gering.⁵³⁶ Er wordt gesuggereerd om in eerste instantie jongeren te informeren, zodat zij de realiteitszin beter kunnen inschatten.⁵³⁷ Hieraan werd in België reeds gedeeltelijk tegemoet gekomen in de nieuwe vakoverschrijdende eindtermen voor het secundair onderwijs. Op grond hiervan is mediawijsheid één van de gemeenschappelijke competenties. Deze eindtermen zijn bovendien onder andere gericht op seksualiteit en relaties.⁵³⁸ Het informeren van jongeren over seksualiteit is inderdaad zeer belangrijk en is overigens ook een werkelijk recht op grond van het Kinderrechtenverdrag.⁵³⁹ Toch wordt door de overvloed en expliciteit volgens mij soms de grens overschreden. Het gebruiken van geweld op en verheffen tot object van vrouwen dient immers niet te worden aangemoedigd.

214. Het is echter de vraag of het opdringen van een moreel besef via een specifieke strafbaarstelling hiertoe het geëigende instrument is. Excessen kunnen immers steeds worden aangepakt op basis van andere bepalingen, zoals deze inzake de goede zeden, (kinder)porno en seksuele uitbuiting. Voor het overige lijken, zoals reeds gezegd, de instanties in de betrokken sectoren daarenboven beter geplaatst. Zij zijn immers vertrouwd met deze materie en het fatsoen van alles wat in de media verschijnt, is ook hier een thema.

⁵³⁵ A. HAECK, *Kinderrechten inzake seksualiteit*, onuitg. masterproef Rechten UGent, 2008-09, 111-112, nr. 227-231; H. DE GRAAF et al., “Onderzoek naar seksualisering. Conclusies en aanbevelingen op basis van verschillende deelstudies uitgevoerd door Rutger Nisso Groep, MOVISIE, Nederlands Jeugdinstituut en E-Quality”, Utrecht, 2009, www.rijksoverheid.nl (hierna verkort H. DE GRAAF et al., “Onderzoek naar seksualisering”); E. DESMET, *De rol van pornografie in seksuele geweldpleging*, onuitg. masterproef UGent 2010-11, 53-60.

⁵³⁶ Kinderrechtencommissariaat, “Dossier Jongeren en Seksualiteit”, mei 2011, www.jeugdseksualiteit.be, 31.

⁵³⁷ H. DE GRAAF et al., “Onderzoek naar seksualisering”, 9.

⁵³⁸ Vlaams Ministerie voor onderwijs en vorming, *VOET@2010. Nieuwe vakoverschrijdende eindtermen voor het secundair onderwijs*, Brussel, 2009, 8 en 10.

⁵³⁹ Cf. art. 13 Kinderrechtenverdrag. Cf. *infra* 88, nr. 232.

De bescherming van het algemeen belang en de goede zeden kan dus grotendeels reeds door deze instanties worden bewerkstelligd, zodat dit geen rechtvaardiging kan vormen voor een aparte strafbaarstelling.

1.2. De bescherming van minderjarigen

215. Zoals gezegd is de rechtvaardiging voor en de bestaansreden van art. 380^{ter} Sw. volgens de wetgever te zoeken in de bescherming van minderjarigen. Dit is ongetwijfeld een nobele doelstelling. Minderjarigen zijn immers een bijzonder kwetsbare groep, die speciale bescherming geniet. Verschillende nationale en internationale instrumenten brengen dit tot uiting.

216. Zo is er vooreerst het Kinderrechtenverdrag, dat bepaalt dat lidstaten richtlijnen dienen aan te moedigen om minderjarigen te beschermen tegen voor hun welzijn schadelijke informatie en materiaal.⁵⁴⁰ Onder de brede formulering ‘informatie en materiaal’ kan ook seksreclame worden begrepen, zodat deze bepaling eventueel een rechtvaardiging voor art. 380^{ter} Sw. zou kunnen vormen. Zij schrijft echter geen enkele wettelijke regeling voor, laat staan een strafrechtelijke. Hoewel de wetgever art. 380^{ter} Sw. uitdrukkelijk op deze bepaling heeft gestoeld, geldt hetzelfde voor art. 34 van het Kinderrechtenverdrag. Beide bepalingen houden het immers zeer vaag op ‘richtlijnen’ respectievelijk ‘maatregelen’. Bovendien gaat dit argument slechts op voor de strafbaarstelling inzake reclame die gericht is of betrekking heeft op minderjarigen. Wat deze laatste vorm van reclame betreft, bestaat tevens ook een specifieke grondslag. Krachtens art. 9, 5 van het Facultatief Protocol bij het Kinderrechtenverdrag, dat door België werd geratificeerd, zorgt de overheid immers voor een verbod op het vervaardigen en verspreiden van materiaal ter promotie van de verkoop van kinderen, kinderprostitutie en kinderpornografie.

217. Daarnaast wordt aan minderjarigen in België ook bijzondere constitutionele bescherming toegekend. Sinds de grondwetswijziging van 23 maart 2000 staat in de Belgische Grondwet immers uitdrukkelijk ingeschreven dat minderjarigen recht hebben op de eerbiediging van hun morele, geestelijke en seksuele integriteit.⁵⁴¹ Dit principe wordt verder uitgewerkt in en gehandhaafd door diverse vormen van regulering. Zo verwees de VRM in haar uitspraken met betrekking tot seksreclame uitdrukkelijk naar deze bepaling.⁵⁴²

218. Het recht op fysieke, morele en psychische integriteit wordt verder ook gewaarborgd door art. 8 EVRM.⁵⁴³ Ofschoon minderjarigen bijzondere bescherming genieten, zijn zij uiteraard ook normale personen, zodat zij tevens over de algemene mensenrechten beschikken. De integriteit wordt eveneens gewaarborgd door art. 3 EVRM. Gelet op het feit dat deze laatste bepaling een zekere mate van ernst vereist en dat de term ‘behandelingen’ wordt gebruikt, kan men echter betwijfelen dat dit op seksreclame van toepassing zou zijn. Art. 8 daarentegen, omvat eveneens het recht op de vrije ontwikkeling van de persoonlijkheid en het recht op (een behoorlijke ontwikkeling van) seksualiteit. Men zou kunnen beargumenteren dat minderjarigen door de confrontatie met bepaalde seksreclame gedesorienteerd zouden kunnen geraken.

⁵⁴⁰ Art. 17, e Kinderrechtenverdrag.

⁵⁴¹ Art. 22^{bis} GW.

⁵⁴² VRM 26 februari 2008, nr. 2008/020, Gerda van Steenberge/NV SBS Belgium, 6; VRM 26 februari 2008, nr. 2008/021, Gerda Van Steenberge/NV VMMA, 4.

⁵⁴³ Zie bv. EHRM 26 maart 1985, nr. 8978/80, X en Y/Nederland, §22; EHRM 25 maart 1993, nr. 13134/87, Costello-Roberts/Verenigd Koninkrijk, §34; EHRM 7 februari 2012, nr. 40660/08 en 60641/08, Von Hannover/Duitsland, §95.

Zij weten in de regel immers nog niet veel over seksualiteit en begrijpen de seksuele boodschappen nog niet erg goed. Het gevaar bestaat dat zij een vertekend beeld krijgen.

De staat dient in dit kader evenwel steeds een rechtvaardig evenwicht in te stellen tussen het welzijn van de minderjarige en de rechten van anderen. In het licht hiervan kunnen deze laatste eventueel worden beperkt.⁵⁴⁴ Zo kan de zaak *Handyside/Verenigd Koninkrijk* worden vermeld inzake ‘The Little Red Schoolbook’.⁵⁴⁵ Dit boek moedigde kinderen aan om de maatschappij in vraag te stellen en bevatte passages over seks, alcohol en tabak. Hoewel het EHRM de vrijheid van expressie ook met betrekking tot aanstootgevend materiaal erkent, wordt het verbieden van dergelijke publicaties noodzakelijk geacht in een democratische samenleving. Dergelijke maatregelen beogen immers de goede zeden en minderjarigen te beschermen, zodat het Verenigd Koninkrijk diens appreciatiemarge niet heeft overschreden. Ruim 10 jaar later bevestigt het Hof dit standpunt met betrekking tot de confiscatie van een obscene schilderij.⁵⁴⁶ Ook met betrekking tot seksreclame werd reeds de schending van de expressievrijheid opgeworpen. Het EHRM besloot echter tot onontvankelijkheid. De klagers legden immers geen enkele beslissing voor waarbij advertenties voor partnerruil werden vervolgd, behalve een dertig – intussen bijna veertig – jaar oud cassatiearrest.⁵⁴⁷ Bij gebreke aan elementen tot weerlegging van de stelling dat seksreclame niet wordt vervolgd, kunnen de klagers dan ook niet worden geacht een persoonlijk nadeel te lijden door de strafbaarstelling.⁵⁴⁸ Nochtans zijn er wel degelijk veroordelingen, ook al zijn ze dan sporadisch. Het is dan ook jammer dat het EHRM zich niet heeft uitgesproken over de verenigbaarheid met art. 10 EVRM.

219. Op basis van bovenstaande rechtspraak kan evenwel worden verdedigd dat een strafrechtelijk verbod verantwoord kan zijn in die mate dat het betrekking heeft op reclame waarin minderjarigen worden betrokken. Hetzelfde kan worden gezegd voor het verbod om seksreclame tot minderjarigen te richten. Voor perfect legale activiteiten tussen toestemmende volwassenen lijkt dit veel minder het geval. Er dient immers steeds een evenwicht te worden gevonden en beperkingen dienen strikt noodzakelijk en proportioneel te zijn aan het doel. Dit is allerm minst het geval indien minder restrictieve maatregelen mogelijk zijn en afbreuk wordt gedaan aan de vrijheden van anderen. Naast de expressievrijheid dreigen immers ook nog een aantal andere rechten in het gedrang te komen. Hierop zal verder worden ingegaan bij de contra-argumenten.

1.3. De bescherming van de rechten van andere personen

220. Naast kinderen genieten ook nog een aantal andere personen bijzondere bescherming. Bepaalde van deze rechten en vrijheden kunnen ook inzake seksreclame relevant zijn.

221. Zo is er vooreerst het beginsel van non-discriminatie. Discriminatie ten aanzien van vrouwen is op internationaal vlak geregeld door een specifiek verdrag⁵⁴⁹ en een aparte bepaling in art. 3 BUPO. Daarnaast is dit beginsel in algemene zin terug te vinden in art. 14 EVRM en art. 4 BUPO.

⁵⁴⁴ M. ENRICH MAS, *The protection of minors under the Convention on human rights: analysis of case-law*, Straatsburg, Raad van Europa, Doc. H (90) 7, 13.

⁵⁴⁵ EHRM 7 december 1976, nr. 5493/72, *Handyside/Verenigd Koninkrijk*.

⁵⁴⁶ EHRM 24 mei 1988, nr. 10737/84, *Müller e.a./Zwitserland*.

⁵⁴⁷ Cass. 2 oktober 1973. Cf. *supra* 16, noot 94.

⁵⁴⁸ Wat vereist is op basis van art. 35, §3 EVRM.

⁵⁴⁹ Verdrag inzake de uitbanning van alle vormen van discriminatie tegen vrouwen van 18 december 1979, BS 5 november 1985 (hierna verkort CEDAW).

Wanneer vrouwen als minderwaardig worden voorgesteld zou kunnen worden betoogd dat bovenstaande bepalingen worden geschonden. Zij worden dan immers beschouwd als niet hebbende evenveel rechten als mannen. Genderstereotypering kan tevens ook schadelijk zijn voor jonge kinderen, daar het een invloed kan hebben op het beeld dat zij hebben van zichzelf, hun gezin en de buitenwereld. Dit wordt benadrukt in een resolutie van het Europees Parlement waarmee het effect van marketing en reclame op de gendergelijkheid wordt aangepakt.⁵⁵⁰ Toch kan bij bovenstaande algemene bepalingen niet enkel aan discriminatie ten aanzien van vrouwen worden gedacht. Sommige seksreclame bevat immers ook denigrerende uitlatingen ten aanzien van een bepaalde nationaliteit of geaardheid.

222. Verder is er ook het hoger reeds meermaals vernoemde beginsel van respect voor de menselijke waardigheid en integriteit. Zoals gezegd, wordt dit beginsel onder meer gedekt door art. 3 EVRM, doch zal toepassing van art. 8 in casu waarschijnlijker zijn. De overvloed aan seksreclame kan ervoor zorgen dat meisjes en vrouwen in hun (zelf)waardigheid en zelfvertrouwen worden aangetast. Uit onderzoek blijkt dat zij zich immers wel degelijk spiegelen aan het beeld die van hen wordt opgehangen in de media, wat een enorme druk creëert en soms leidt tot zelfobjectivering. De mate waarin dit het geval is hangt af van de mate waarin de jongeren zich vergelijken met rolmodellen uit de media. Voor ongeveer de helft van de bevroegde meisjes was dit het geval. Daarenboven werd een verband gevonden tussen de mate van pornogebruik en de ervaring en acceptatie van grensoverschrijdende seks.⁵⁵¹ Nochtans kan hieruit niet zomaar worden afgeleid dat deze jongeren hierdoor per definitie een vertekend beeld hadden van seksualiteit. Ook de ervaring met gewone seks was in deze categorie immers groter. Toch blijkt hieruit dat enige voorzichtigheid geboden is in wat de media onze jeugd voorspiegelt.

223. Artikel 8 EVRM is eveneens van toepassing in geval van stereotypering⁵⁵², net als art. 5, a CEDAW. Krachtens deze laatste bepaling moeten de verdragssluitende staten passende maatregelen nemen om de sociale en culturele gedragspatronen te wijzigen met het oog op het uitbannen van alle vooroordelen en andere praktijken die gebaseerd zijn op de minder- of meerderwaardigheid van één van beide geslachten of op stereotype rolpatronen. Het seksreclameverbod zou als één van deze maatregelen kunnen worden beschouwd. Toch geldt opnieuw de opmerking dat niet noodzakelijk wetgevend optreden wordt vereist. Meer zelfs, men lijkt er van uit te gaan dat een regeling vanuit de sectoren zelf de meest gedegen oplossing is. In een resolutie van de Raad van Europa worden de lidstaten immers opgeroepen tot de oprichting of effectieve functionering van (zelf)reguleringsinstanties in de diverse mediasectoren en het opzetten van controlemechanismen of het versterken van bestaande zelfdisciplinerende voor het melden van stereotype voorstellingen, met inbegrip van seksistische reclame.⁵⁵³ Niet enkel de lidstaten, doch ook de media worden opgeroepen hun verantwoordelijkheid op te nemen.⁵⁵⁴ Eenzelfde benadering kan, zoals gezegd, worden teruggevonden in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten van de Europese Unie.⁵⁵⁵

⁵⁵⁰ Resolutie 2008/2038 van het Europees Parlement over het effect van marketing en reclame op de gelijkheid tussen vrouwen en mannen (3 september 2008), *Pb.C.* 4 december 2009, afl. 295, 43.

⁵⁵¹ H. DE GRAAF et al., "Seksualisering: reden tot zorg? Een verkennend onderzoek onder jongeren", Utrecht, 2008, www.nji.nl/publicaties/RapportSeksualisering.pdf.

⁵⁵² Zie bv. EHRM 15 maart 2012, nr. 4149/04 en 41029/04, Aksu/Turkije, §58, waar het Hof stelt dat de fysieke en sociale identiteit een belangrijk aspect is van het privéleven, zodat iedere negatieve stereotypering die het identiteitsgevoel, zelfbeeld of de zelfwaardigheid aantast een inbreuk kan vormen op art. 8 EVRM.

⁵⁵³ Art. 6.3. en 6.6. Resolutie 1751 (2010) van de Parlementaire Vergadering van de Raad van Europa ter bestrijding van seksistische stereotypen in de media (25 juni 2010), www.coe.int.

⁵⁵⁴ Art. 9 Resolutie 1751 (2010).

⁵⁵⁵ Overweging 44 Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Cf. *supra* 40, nr. 108.

224. Tot slot worden vrouwen ook specifiek beschermd tegen mensenhandel en seksuele exploitatie. Zo bepaalt art. 6 CEDAW dat de verdragspartijen maatregelen moeten nemen ter bedwinging van vrouwenhandel en de exploitatie van prostitutie van vrouwen. Aangezien een verbod op reclame enigszins de inkomsten van de exploitanten van deze prostitutie zou kunnen hypothekeren, zou ook deze bepaling ter rechtvaardiging van art. 380^{ter} Sw. kunnen worden aangewend. Verbod of niet, dergelijke uitbuiting zal echter hoe dan ook blijven bestaan. Bovendien kan een algehele ban juist contraproductieve effecten hebben. Immers, indien criminele organisaties niet langer advertenties mogen/kunnen plaatsen, kan de opsporing van mensenhandel en gedwongen prostitutie worden bemoeilijkt. Hierop zal verder worden ingegaan in het volgende hoofdstuk.

225. Hoewel de bescherming van deze essentiële beginselen eveneens een nobele doelstelling is, geldt ook hier de opmerking dat kan worden volstaan met een loutere beperking. Daar deze principes tevens worden gewaarborgd door verschillende sectoriële en zelfregulerende instrumenten, wordt hieraan reeds tegemoetgekomen en lijkt een algeheel verbod opnieuw niet noodzakelijk.

2. Argumenten contra legitimiteit

226. De argumenten contra legitimiteit zijn niet minder talrijk en moeten zeker niet onderdoen voor de proargumenten. Zij zijn gedeeltelijk van economische aard en spelen hoofdzakelijk in hoofde van de aanbieders en uitgevers. Toch kunnen ook een aantal persoonlijkheidsrechten evenals de gebruiker een rol spelen. Hieronder volgt een overzicht en bespreking.

2.1. De vrijheid van meningsuiting

227. In de zaak van Het Laatste Nieuws werd door de correctionele rechtbank opgeworpen dat advertenties voor prostitutie ‘inlichtingen’ zijn in de zin van art. 10 EVRM. Nochtans staat de Belgische rechtspraak in het algemeen afwijzend tegenover het kwalificeren van reclame als drukpersmisdrijf. Men spreekt daarentegen van een drukkerijmisdrijf. Er werd reeds gezegd dat dit ook voor art. 380^{ter} Sw. het geval is. Een inbreuk op de vrijheid van meningsuiting wordt dan ook zelden aanvaard, zoals blijkt uit het beroeps- en cassatiearrest in deze zaak.

228. Toch heeft de Raad van State reeds meermaals benadrukt dat commerciële geschriften niet van de vrijheid van meningsuiting zijn uitgesloten⁵⁵⁶ en aanvaardt ook het EHRM de toepasselijkheid van art. 10 op reclame.⁵⁵⁷ Deze laatste bepaling geldt immers onafhankelijk van het doel van de informatie en dus ook indien dit commercieel is.⁵⁵⁸ Bovendien geldt de bescherming ongeacht de inhoud van de uiting en dus ook voor aanstootgevend of choquerend materiaal.⁵⁵⁹ Zonder pluralisme, tolerantie en ruimenkendheid kan immers geen democratische samenleving bestaan.⁵⁶⁰

⁵⁵⁶ J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK (eds.), *Handboek EVRM*, Deel 2, vol. I, Antwerpen-Oxford, Intersentia, 2004, 849, nr. 7 (hierna verkort J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*).

⁵⁵⁷ EHRM 24 februari 1994, nr. 15450/89, Casado Coca/Spanje; zie ook J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 849 en 904, nr. 7 en 78; A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 12.

⁵⁵⁸ EHRM 24 februari 1994, nr. 15450/89, Casado Coca/Spanje, §35.

⁵⁵⁹ J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 902-905, nr. 78.

⁵⁶⁰ EHRM 7 december 1976, nr. 5493/72, Handyside/Verenigd Koninkrijk, §49; EHRM 26 september 1995, nr. 17851/91, Vogt/Duitsland, §52; EHRM 3 december 2003, nr. 44179/98, Murphy/Ierland, §61; EHRM 22 april 2010, nr. 40984/07, Fatullayev/Azerbeidzjan, §86; J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 901-902, nr. 77.

Tevens wordt niet enkel de inhoud van de uitlatingen, maar ook de mogelijkheid om deze aan de man te brengen beschermd. Zo vormen het weigeren van een vergunning van een televisiezender en het verbod om drukwerk uit te delen beperkingen op de vrijheid van meningsuiting.⁵⁶¹ Art. 10 EVRM lijkt op het eerste zicht dan ook van toepassing op seksreclame.

229. De expressievrijheid is echter niet absoluut. Beperkingen zijn evenwel slechts geoorloofd indien zij noodzakelijk zijn in een democratische samenleving. De beschermde belangen kunnen onder meer de integriteit, de gezondheid en de zedelijkheid, en de rechten van anderen betreffen. Zoals reeds is gebleken, aanvaardt het Hof ook effectief dergelijke beperkingen, bijvoorbeeld indien het materiaal ongeschikt is voor kinderen. Eenzelfde redenering kan worden doorgetrokken naar de situatie waarin een bepaalde groep personen als vernederend of denigrerend wordt afgebeeld. Uiteraard zal alles afhankelijk zijn van de mate van ernst waarmee de menselijke waardigheid of de gelijkheid wordt aangetast. Er dient immers steeds een afweging te worden gemaakt tussen het recht op vrije meningsuiting enerzijds, en het algemeen belang en de rechten van anderen, anderzijds. Wat het specifieke Belgische verbod betreft, heeft het EHRM zoals gezegd in 2006 de kans gemist om deze evenwichtsoefening te doen. De klagers slaagden er niet in het bewijs te leveren dat het misdrijf daadwerkelijk werd vervolgd, zodat zij geen effectief nadeel ondervonden bij de bepaling. Nochtans werden hiervoor in België wel degelijk reeds personen veroordeeld. Het lijkt er dus op dat één van deze laatste het nog eens zullen moeten proberen. Uit de rechtspraak van het Hof in verband met art. 10 EVRM blijkt immers dat bij de toepassing van deze bepaling steeds wordt uitgegaan van een concrete beperking. Het heeft dus eerder betrekking op de toepassing van de (straf)wet, dan op het bestaan ervan als zodanig.⁵⁶² Nochtans kan een inmenging ook een meer algemeen karakter hebben. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de wet een beperking oplegt aan de expressievrijheid en het risico of de kans bestaat dat men hiervoor zal worden vervolgd.⁵⁶³

230. Wat er ook van zij, bij gebreke aan afweging door het EHRM dient hiertoe zelf te worden overgegaan. Zoals gezegd is de vrijheid van meningsuiting niet absoluut en brengt het ook een sociale en maatschappelijke verantwoordelijkheid met zich mee. Uitzonderingen dienen echter strikt te worden geïnterpreteerd en een aantal voorwaarden te vervullen. Art. 380^{ter} Sw. voldoet in ieder geval aan de legaliteits- en doelmatigheidseis. Het verbod op seksreclame is immers voorzien in de strafwet en beoogt de goede zeden, de integriteit en de rechten van anderen te beschermen. Het is echter bij de voorwaarde ‘noodzakelijk in een democratische samenleving’ dat het schoentje knelt. Deze term is niet zo zwak als wenselijk en ook niet zo sterk als onmisbaar, maar betekent in ieder geval dat de gebruikte middelen proportioneel dienen te zijn aan het beoogde doel.⁵⁶⁴ Hoewel het Hof bij commerciële communicatie gemakkelijker een beperking aanvaardt⁵⁶⁵, blijkt uit hoofdstuk I dat verschillende alternatieven mogelijk zijn en zelfs reeds bestaan. De proportionaliteit van een algeheel en ruim verbod kan dan ook ernstig worden betwijfeld. Hetzelfde geldt bovendien ook voor de sanctionering. De proportionaliteitseis heeft immers eveneens betrekking op de strafmaat⁵⁶⁶, terwijl art. 380^{ter} Sw. toch wel vrij zware sancties voorziet. Daarenboven heeft het Hof zich reeds expliciet uitgesproken over de beperking van informatie aangaande legale activiteiten.

⁵⁶¹ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 12.

⁵⁶² A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 22.

⁵⁶³ J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 944, nr. 130.

⁵⁶⁴ Handyside/Verenigd Koninkrijk, §49; Vogt/Duitsland, §52; EHRM 8 juli 1999, nr. 23462/94, Arslan/Turkije, §44; EHRM 22 oktober 2007, nr. 21279/02 en 36448/02, Lindon, Otchakovsky-Laurens en July/Frankrijk, §45; A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 15.

⁵⁶⁵ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 16.

⁵⁶⁶ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 18.

In dit kader werd geoordeeld dat het verbod op het verstrekken van inlichtingen over abortus in het buitenland art. 10 EVRM schendt, daar het reizen naar het buitenland om daar de zwangerschap te onderbreken op zich perfect legaal is.⁵⁶⁷ Bijgevolg kan de strafbaarstelling van reclame voor eigen prostitutie en ontucht moeilijk worden gerechtvaardigd.⁵⁶⁸

231. Bovendien is het recht op vrije meningsuiting niet het enige recht dat in het gedrang kan komen. De strafbaarstelling van op zich legale beroepen doet immers ook verschillende vragen rijzen in de economische sfeer. Wat het EVRM betreft, hebben de lidstaten echter wel een grotere appreciatiemarge bij aangelegenheden die het mededingingsrecht of de goede zeden aanbelangen, zodat het Hof minder strikt zal toetsen. Als voorbeeld kan kinderpornografie worden aangehaald. De criminalisering hiervan is immers niet het voorwerp van discussie en voor het begrip goede zeden bestaat geen Europese standaard.⁵⁶⁹ De strafbaarstelling van seksreclame is echter net wel het voorwerp van discussie en uiteraard kent ook de appreciatiemarge bepaalde grenzen.

232. Tot slot kan nog de kanttekening worden gemaakt dat het recht op vrije meningsuiting eveneens wordt gewaarborgd door het IVRK. Ook specifiek in hoofde van minderjarigen wordt dus een recht op vrije meningsuiting toegekend.⁵⁷⁰ Dit omvat mede het recht om ‘inlichtingen’ en ‘denkbeelden’ te vergaren, te ontvangen en door te geven. Op grond van deze bepaling hebben minderjarigen dus recht op informatie over seks. Daar art. 380ter Sw. echter principieel niet van toepassing is op informatie over seks en reproductie, stellen zich hierbij weinig problemen.

Men zou echter ook kunnen betogen dat zij, in samenhang met art. 8 EVRM, het recht hebben om vanaf hun seksuele meerderjarigheid contact te zoeken met mogelijke partners. Zowel op basis van het Kinderrechtenverdrag als op basis van de Belgische wetgeving is een minderjarige ieder persoon beneden de leeftijd van 18 jaar.⁵⁷¹ Naar Belgisch recht kan men in principe echter rechtsgeldig toestemmen tot seksuele penetratie vanaf 14 jaar en vanaf 16 jaar tot andere seksuele handelingen.⁵⁷² Ook minderjarigen hebben dus een zeker recht op seksualiteit.⁵⁷³ Op die manier zou eventueel kunnen worden geopperd dat ook specifiek de expressie- en seksuele vrijheid van minderjarigen wordt geschaad. De wet verbiedt immers alle reclame met betrekking tot seksuele diensten aangeboden door personen onder de 18 jaar.

2.2. De seksuele vrijheid

233. Zoals reeds gezegd, kan men zich ook afvragen of het reclameverbod geen inbreuk maakt op het recht om seksueel actief te zijn en consensuele seks te hebben met een persoon naar keuze. In hoofde van de gebruiker van de seksuele dienstverlening betekent het verbod immers een beperking op de uitoefening van deze vrijheid, daar ook degene die aangeeft in betrekking te willen komen met iemand die zich aan prostitutie of ontucht overgeeft strafbaar is.

⁵⁶⁷ EHRM 29 oktober 1992, nr. 14234/88 en 14235/88, Open door and Dublin Well Woman/Ierland, §72.

⁵⁶⁸ Zie ook bijlage VI bij het verlag namens de onderzoekscommissie naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en uitroeiing van de mensenhandel, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/8, 311.

⁵⁶⁹ A.L.J. JANSSENS en A.L. NIEUWENHUIS, *Uitingsdelicten*, 19.

⁵⁷⁰ Art. 13 Kinderrechtenverdrag.

⁵⁷¹ Art. 1 Kinderrechtenverdrag; art. 100ter Sw.; art. 388 BW; art. 488 BW.

⁵⁷² Art. 372, eerste lid resp. art. 375, zesde lid Sw.

⁵⁷³ Zie Kinderrechtencommissariaat, “Dossier Jongeren en Seksualiteit”, 19; I. VLUGGEN en P. RAES, “Prostitutie van minderjarigen op vrijwillige basis” in G. VERMEULEN (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 299-300.

Hierbij is het begrip ontucht een vage term, die betrekking kan hebben op allerlei seksuele handelingen, ook tussen louter private personen.

234. Seksualiteit wordt door het EHRM echter geacht een belangrijk aspect van het privéleven te vormen.⁵⁷⁴ Zeker in het geval van louter private seksdating, lijkt art. 380ter Sw. de legitimiteitstoets dan ook allerminst te doorstaan.⁵⁷⁵ Er zijn immers minder restrictieve maatregelen mogelijk, zodat ook de rechten van anderen niet worden geschaad en derhalve een harmonisch evenwicht kan worden gevonden. Wat prostitutie betreft, ligt dit enigszins anders. Volgens de Commissie zou deze sector immers buiten de werkingssfeer van art. 8 vallen.⁵⁷⁶ In casu werd een veroordeling uitgesproken wegens het aanbieden van seksuele diensten tegen betaling via advertenties in gespecialiseerde magazines. De rechtsleer is verdeeld omtrent het vraagstuk of ook seksuele relaties tegen vergoeding beschermd worden.⁵⁷⁷ Wanneer het op zich perfect legale activiteiten betreft, valt m.i. moeilijk in te zien waarom dit niet het geval zou zijn. De stelling dat ook seksuele betrekkingen in het kader van prostitutie tot de seksuele vrijheid behoren, valt dan ook bij te treden.

235. En zelfs indien dit niet wordt aanvaard, lijkt art. 380ter Sw. zoals gezegd in ieder geval in strijd met dit grondrecht in de mate dat het eveneens louter private relaties viseert. In de reeds vermelde zaak over deze bepaling verweet het EHRM de klagers slechts te verwijzen naar zeer oude rechtspraak. In het licht van deze overweging kan worden gewezen op het eerdergenoemd arrest van het Hof van Beroep te Brussel met betrekking tot advertenties voor SM in daartoe gespecialiseerde magazines.⁵⁷⁸ Het EHRM lijkt immers tot op zekere hoogte ook aan deze praktijken bescherming toe te kennen op grond van art. 8 EVRM.⁵⁷⁹ Hetzelfde geldt voor sodomie.⁵⁸⁰ Het is hoe dan ook duidelijk dat de seksuele vrijheid en persoonlijke autonomie de laatste jaren op de voorgrond treedt.⁵⁸¹ Zeker gelet op het feit dat het in casu gespecialiseerde magazines betrof, lijkt deze Belgische rechtspraak dan ook niet volledig in overeenstemming met die van het EHRM. Er valt dan ook iets te zeggen voor dit contra-argument.

2.3. Economische rechten

236. Naast de bescherming op het vlak van de mensenrechten, dreigen ook een aantal economische rechten en vrijheden in het gedrang te komen.

⁵⁷⁴ Zie bv. EHRM 22 oktober 1981, nr. 7525/76, Dudgeon/Verenigd Koninkrijk, §41; EHRM 6 mei 2001, nr. 44599/98, Bensaid/Verenigd Koninkrijk, §47; EHRM 6 juli 2005, nr. 42758/98 en 45558/99, K.A. en A.D./België, §79; EHRM 4 december 2008, nr. 30562/04 en 30566/04, S. en Marper/Verenigd Koninkrijk, § 66; J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 733, nr. 20.

⁵⁷⁵ Zie ook *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 13.

⁵⁷⁶ ECRM 10 maart 1988, nr. 11680/85, F./Zwitserland; D. ROMAN, "Droit au respect de la vie privée, du domicile et de la correspondance", *Jcl.Lib.* 2007, fasc. 640, n° 24.

⁵⁷⁷ J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 729, noot 88. Hierin wordt de stelling verdedigd dat ook seksuele relaties tegen betaling in bepaalde gevallen beschermingswaardig zijn.

⁵⁷⁸ Brussel, 15 december 1994. Cf. *supra* 17, noot 101.

⁵⁷⁹ S. SOTTIAUX, "Straatsburg beschermt sadomasochisme", *Juristenkrant* 9 maart 2005, afl. 105.

⁵⁸⁰ J. VANDE LANOTTE en Y. HAECK, *Handboek EVRM*, 734, nr. 20.

⁵⁸¹ R. BOONE, "Seksueel strafrecht beschermt individuele vrijheid én slachtoffers seksueel misbruik", *Juristenkrant* 5 november 2003, afl. 77; S. SOTTIAUX, "Straatsburg beschermt sadomasochisme", *Juristenkrant* 9 maart 2005, afl. 105.

237. Zo is er vooreerst het Europese beginsel van vrijheid van dienstverlening krachtens hetwelk beperkingen op het vrij verrichten van diensten door in andere lidstaten gevestigde onderdanen verboden zijn.⁵⁸² Art. 380ter Sw. lijkt een dergelijke beperking te kunnen zijn. Uit de rechtspraak van het Europees Hof van Justitie blijkt immers dat dit beginsel tevens toepassing vindt op belemmeringen die zonder onderscheid worden toegepast. Naar analogie met de *Cassis de Dijon*-rechtspraak⁵⁸³ inzake het vrij verkeer van goederen kan worden gesteld dat dergelijke belemmeringen slechts geoorloofd zijn indien zij worden gerechtvaardigd door dwingende redenen van algemeen belang en niet vervangen kunnen worden door minder restrictieve maatregelen.⁵⁸⁴ Gelet op bovenstaande proargumenten zou men kunnen betogen dat er een reden is van algemeen belang om seksreclame zonder meer te verbieden. Toch werd reeds opgemerkt dat de zogenaamde ‘seksualisering’ niet moet worden overdreven en al zeer veel kan worden verholpen door beperkingen in inhoud, plaats en tijd. De vraag rijst dan ook of de redenen echt zo dwingend zijn. Daarnaast blijken bovendien minder restrictieve maatregelen mogelijk en zelfs reeds te bestaan. In die gevallen waar art. 380ter Sw. betrekking heeft op perfect legale situaties, lijkt het dus ook de proportionaliteitstoets niet te doorstaan. In tegenstelling tot het ECRM, kent het Hof van Justitie overigens dezelfde bescherming toe aan (legale) prostitutie.⁵⁸⁵

238. Hierbij valt nog op te merken dat het vrij verrichten van diensten tevens ten gunste van de dienstgenieters speelt. Bijgevolg hebben Belgische consumenten het recht om vrij de diensten te genieten die worden verleend in andere lidstaten. Omgekeerd hebben inwoners van andere lidstaten het recht om vrij de diensten te genieten van Belgische ondernemingen. In dit kader besliste het Hof van Justitie met betrekking tot goederen dat consumenten in dit recht worden geschonden indien hen de toegang tot reclame in de lidstaat van aankoop wordt ontzegd.⁵⁸⁶ Voor informatie die niet uitgaat van een economische entiteit ligt dit evenwel anders. In dit verband werd geoordeeld dat een lidstaat informatieverstrekking over in dat land illegale praktijken mag verbieden. Zo werd het Ierse verbod voor een studentenorganisatie om informatie te verstrekken over abortus rechtvaardig geacht.⁵⁸⁷ Op grond van deze rechtspraak kan men dus stellen dat de beperking van reclame voor bepaalde diensten slechts geoorloofd is indien het diensten betreft die op zich eveneens onwettig zijn. Hieruit volgt dat art. 380ter Sw. opnieuw slechts legitiem kan worden geacht waar het betrekking heeft op seksuele dienstverlening met minderjarigen, gedwongen prostitutie en seksuele exploitatie. Dit kan daarentegen niet worden gezegd voor de strafbaarstelling van advertenties voor teleseks, eigen prostitutie en waarbij men tracht in betrekking te komen met meerderjarige personen voor het hebben van consensuele seks. Dit laatste uiteraard opnieuw onder voorbehoud dat het legale handelingen betreft.

239. Niet enkel de vrijheid van dienstverlening, maar ook de vrijheid van handel⁵⁸⁸ lijkt daarnaast in het gedrang te komen. Volgens dit oeroude beginsel staat het eenieder vrij, naar eigen goeddunken, elke handel of elk beroep, bedrijf of ambacht uit te oefenen.

240. In de publiekrechtelijke strekking betekent het dat de burger beschermd wordt tegen beperkingen vanwege de overheid. Het moet niet het gezegd dat het verbod om reclame te voeren voor een perfect legaal beroep dit tot gevolg kan hebben.⁵⁸⁹

⁵⁸² Art. 56 Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, *Pb.C.* 30 maart 2010, afl. 83, 47.

⁵⁸³ HvJ C-120/78, *Rewe-Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, *Jur.* 1979, 00649.

⁵⁸⁴ HvJ C-76/90, *Säger*, *Jur.* 1991, I, 4221; HvJ C-43/93, *Vander Elst*, *Jur.* 1994, I, 3803.

⁵⁸⁵ HvJ C-268/99, *Aldona Malgorzata Jany e.a.*, *Jur.* 2001, I, 08615.

⁵⁸⁶ HvJ C-362/88, *GB-Inno-BM*, *Jur.* 1990, I, 00667, punt 7 en 8.

⁵⁸⁷ HvJ C-159/90, *Society for the Protection of Unborn Children t. Ierland*, *Jur.* 1991, I, 4685.

⁵⁸⁸ Art. 7 Decreet d’Allarde 2-17 maart 1791, *BS* 4-29 maart 1791.

Hoe zal men immers zijn waren aan de man moeten brengen zonder publiciteit? Ook het op de openbare weg ronselen van klanten door prostituees is immers principieel verboden.⁵⁹⁰ De vrijheid van handel kan bovendien niet enkel worden geschonden door handelingen van het uitvoerend bestuur, maar ook door alle andere handelingen van de openbare macht, zoals wetgevend optreden.⁵⁹¹

Dit beginsel is echter niet absoluut en kan ook door de wetgever worden beperkt.⁵⁹² Dergelijke beperkingen zijn krachtens vaststaande rechtspraak evenwel slechts mogelijk indien zij noodzakelijk zijn en de gebruikte middelen niet in wanverhouding staan tot het beoogde doel.⁵⁹³ Zoals reeds veelvuldig herhaald, lijkt dit in hoofde van art. 380ter Sw allerminst het geval. Daarenboven maakt de wetgever ook een inbreuk op de artikelen 10 en 11 van de Grondwet indien hij de vrijheid van handel op discriminerende wijze schendt.⁵⁹⁴ Volgens het Grondwettelijk Hof is dit ipso facto het geval wanneer een wetsbepaling in strijd is met het vrij verkeer van diensten.⁵⁹⁵ Zo werden uitzonderingen op het verbod van tabakreclame voor buitenlandse kranten en tijdschriften en voor buitenlandse evenementen op grond van dit beginsel rechtvaardig geacht.⁵⁹⁶ Het Belgische seksreclameverbod lijkt dus tevens in strijd te zijn met het gelijkheids- en non-discriminatiebeginsel net omdat het geen uitzondering voorziet voor buitenlandse pers en dienstverlening.

241. Dit hangt enigszins samen met de privaatrechtelijke betekenis van de vrijheid van handel, waarin het neerkomt op de vrijheid van mededinging. Ook deze vrijheid wordt door art. 380ter Sw. op de helling gezet. Reeds tijdens de parlementaire voorbereiding werd gewezen op het feit dat te veel wettelijke beperkingen in de mediasector de concurrentiepositie van dergelijke ondernemingen ernstig in het gedrang kan brengen. De vraag werd ook gesteld of buitenlandse pers die advertenties bevat voor zowel Belgische als buitenlandse dienstverlening aan de grens zal worden tegengehouden.⁵⁹⁷

Naast deze grensoverschrijdende problematiek, stellen zich echter ook in eigen land problemen met de vrijheid van mededinging. Achter seksreclame gaan immers enorme inkomsten schuil, terwijl sommige marktspelers zoals gezegd onbeperkt doorgaan met adverteren. De zorgvuldige uitgevers die het verbod wel naleven lijden op die manier een aanzienlijk concurrentienadeel ten aanzien van degene die dit niet doen. Hetzelfde kan zich voordoen op het niveau van de seksuele dienstverleners. Dit lijkt evenwel voornamelijk op het vlak van de geschreven pers een probleem. Zo gelden in de audiovisuele media en op het World Wide Web bepaalde beperkingen en dit voor alle dienstverleners op gelijke wijze. Voor kranten en tijdschriften lijkt evenwel een lacune te bestaan. Hoewel reeds veroordelingen werden uitgesproken, heeft het lakse vervolgingsbeleid tot gevolg dat een aantal ondernemingen art. 380ter Sw. nog steeds aan hun laars lappen. Het is dan ook wenselijk dat net zoals in de andere media op het niveau van de pers zelf een oplossing wordt gezocht.

⁵⁸⁹ Zie ook M. DE BACKER, A. DE WITTE en G. UYTENHOVE, "Legale uitbating van prostitutie" in G. VERMEULEN (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 2007, 32.

⁵⁹⁰ Art. 380bis Sw. Cf. *infra* 95, nr. 250.

⁵⁹¹ S. GEVAERT, *Vrijheid van handel*, onuitg. masterproef UGent 2009-10, 47, nr. 122 en 123.

⁵⁹² Zie bv. GwH 20 januari 1994, nr. 5/94; GwH 2 februari 1995, nr. 4/95; GwH 3 mei 2000, nr. 52/2000; GwH 19 juli 2005, nr. 132/2005; GwH 22 december 2010, nr. 149/2010; Cass. 16 juni 1998, AR P951094N, *Arr. Cass.* 1998, 314 en *Pas.* 1998, I, 314; S. GEVAERT, *Vrijheid van handel*, 48, nr. 125.

⁵⁹³ GwH 9 juli 1992, nr. 55/92; GwH 15 mei 1996, nr. 29/96; GwH 3 december 1998, nr. 123/98; GwH 15 januari 2009, nr. 2/2009; GwH 18 maart 2010, nr. 29/2010; GwH 28 april 2011, nr. 56/2011.

⁵⁹⁴ GwH 7 december 1993, nr. 84/93; GwH 20 januari 1994, nr. 5/94; GwH 9 april 2003, nr. 40/2003; GwH 19 mei 2004, nr. 88/2004; GwH 3 juli 2008, nr. 99/2008.

⁵⁹⁵ GwH 22 december 2010, nr. 149/2010, B.11.

⁵⁹⁶ GwH 30 september 1999, nr. 102/99, B.16.

⁵⁹⁷ *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 10.

Hierop zal verder worden ingegaan in het laatste hoofdstuk. In tussentijd kunnen de bonafide markspelers evenwel beroep doen op de door de WMPC aangereikte stakingsvordering.⁵⁹⁸ Het betreft immers praktijken waardoor de beroepsbelangen van de bonafide ondernemingen worden geschaad.⁵⁹⁹ De voorzitter van de rechtbank van koophandel kan bovendien ook de staking bevelen van onder de strafwet vallende inbreuken.⁶⁰⁰

3. Afweging van de betrokken belangen

242. Nadat alle betrokken rechten en vrijheden werden geïdentificeerd en onderzocht, moet tot een afweging worden overgegaan teneinde een conclusie te kunnen formuleren inzake de legitimiteit van art. 380ter Sw. Dit betekent dat moet worden nagegaan of de bescherming van het algemeen belang, van minderjarigen en van de menselijke waardigheid opweegt tegen de economische rechten, de expressie- en seksuele vrijheid.

Uiteraard dienen minderjarigen te worden beschermd en discriminatie te worden bestreden. Desalniettemin dient steeds een evenwicht te worden gevonden met andere rechtmatige belangen. Dit geldt des te meer in gevoelige materies zoals de vrijheid van meningsuiting en mediawetgeving. Daar het algemeen belang, de behoorlijke ontwikkeling van minderjarigen, de menselijke waardigheid en het non-discriminatiebeginsel eveneens kunnen worden gevrijwaard door een loutere beperking, helt de balans over naar de contrazijde. In de gevallen waarin de seksuele dienstverlening op zich legaal is, wordt immers op disproportionele wijze afbreuk gedaan aan diverse rechten en vrijheden. Dit terwijl de doelstelling van art. 380ter Sw. ook door minder restrictieve maatregelen kan worden bereikt en voor de meeste sectoren bovendien reeds op dergelijke wijze wordt bewerkstelligd. Art. 380ter Sw. blijkt in zijn huidige vorm de legitimiteitstoets dan ook niet te doorstaan. Het feit dat deze bepaling amper wordt vervolgd doet hieraan geen afbreuk. De filosofie van de rechten van de mens is immers dat eenieder hier op gelijke wijze van kan genieten. Het is m.i. dan ook slechts een kwestie van tijd, met name tot het moment dat een effectief veroordeelde persoon naar het EHRM stapt.

⁵⁹⁸ Zie hierover D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, 73-74, nr. 1.4.

⁵⁹⁹ Cf. art. 95 WMPC. Cf. *supra* 25, nr. 61.

⁶⁰⁰ Art. 2 wet 6 april 2010 met betrekking tot de regeling van bepaalde procedures in het kader van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, *BS* 12 april 2010.

HOOFDSTUK IV. DE OPPORTUNITEIT EN NOODZAKELIJKHEID VAN HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD

243. Niet enkel de legitimiteit, maar ook de opportuniteit en a fortiori de noodzakelijkheid van art. 380^{ter} Sw. kan zoals reeds meermaals gezegd ernstig worden betwijfeld. In dit hoofdstuk zullen de verschillende argumenten worden besproken die de meerwaarde van dit artikel in vraag doen stellen.

1. Het gebrek aan handhaving

244. Vooreerst kan het gebrek aan handhaving worden aangehaald. Zoals hoger reeds is gebleken, werden zowel de oudere bepalingen als de nieuwere strafbaarstellingen nauwelijks vervolgd. Uit bevraging van het parket blijkt dit ook nu nog steeds het geval te zijn.⁶⁰¹ De oorzaak hiervan lijkt het feit dat het verbod voor seksadvertenties pietluttig is ten aanzien van de veelheid aan andere zaken die het openbaar ministerie dient te handhaven. Zoals ook reeds uit het rechtsvergelijkend onderzoek is gebleken, is dit immers vaak slechts een bijkomende factor bij andere misdrijven. Dit wordt tevens bevestigd door het parket van Gent. Hoewel seksreclame een apart misdrijf is, dient dit voor de vervolging te worden gezien als een aspect van een groter geheel.⁶⁰² Dit komt er dus op neer dat enkel zal worden vervolgd in combinatie met seksuele uitbuiting, kinderprostitutie, mensenhandel of sekstoerisme. Het parket bevestigt dat, zoals geantwoord door de minister van Justitie op de vraag van de heer ANNEMANS, in deze gevallen inderdaad een vervolgingsverplichting bestaat. Maar ook hier zal de afweging worden gemaakt of het voldoende opportuun is de adverteerder te vervolgen.⁶⁰³ En dit opportuniteitsoordeel zal logischerwijze mede bepaald worden door de achterliggende praktijken. Een algeheel verbod op seksreclame als zodanig lijkt dan ook niet noodzakelijk. Door het parket van Gent wordt gewezen op een succesvol geïntegreerd project inzake seksuele dienstverlening via de webcam. Door het opvolgen van advertenties voor deze diensten konden tientallen slachtoffers van seksuele uitbuiting worden geïdentificeerd en twee personen worden veroordeeld. Hieruit blijkt echter dat dit project betrekking had op seksuele exploitatie, wat op zich reeds strafbaar is. Bijgevolg blijkt art. 380^{ter}, §2 en a fortiori ook art. 380^{ter} an sich niet strikt noodzakelijk te zijn. Immers, indien het seksuele uitbuiting betreft kan hoe dan ook art. 380^{ter}, §3, tweede lid worden toegepast. En zelfs indien dit artikel helemaal niet zou bestaan, betreft het nog steeds illegale praktijken. Uit het webcamproject blijkt bovendien dat de reclame juist een middel is om illegale activiteiten op te sporen. Dit is dan ook net een argument pro afschaffing van art. 380^{ter} Sw. Uit de advertenties kan immers nuttige informatie worden gehaald inzake de vervolging van andere misdrijven. Het webcamproject van het Gentse parket werd overigens overgenomen in het Nationaal Veiligheidsplan als één van de concrete maatregelen inzake seksuele uitbuiting en mensenhandel.⁶⁰⁴ Het valt toe te juichen dat een geïntegreerde aanpak wordt beoogd. De gebruikers, media en sectoriële instanties kunnen hier immers een grote meerwaarde bieden. Door een wisselwerking met het parket kunnen de excessen efficiënt worden opgespoord en vervolgd, terwijl de kleinere inbreuken door de sectoren zelf kunnen worden aangepakt. Dergelijke wisselwerking ziet men vandaag reeds in de internetsector. De ISP's werden geresponsabiliseerd en een samenwerking met de gerechtelijke autoriteiten op touw gezet om cybercriminaliteit het hoofd te bieden.

⁶⁰¹ Vraag 1 Vragenlijst parket Gent, zie Bijlage.

⁶⁰² *Ibid.*

⁶⁰³ Vraag 3, 4, 5, 6 en 7 Vragenlijst parket Gent, zie Bijlage.

⁶⁰⁴ *Ibid.*

2. De contraproductieve effecten

245. Zoals net gezegd, kunnen seksadvertenties de strijd tegen mensenhandel en seksuele uitbuiting faciliteren. Op die manier zou het volledig bannen van seksreclame uit de maatschappij, zoals uiteindelijk door art. 380ter wordt beoogd, de opsporing en vervolging van andere misdrijven kunnen bemoeilijken. Bovendien is ook reeds gebleken dat het criminaliseren van de prostitutiesector in het algemeen geen zin heeft en illegaliteit in de hand werkt.⁶⁰⁵ Nog afgezien van het feit dat het vervolgingsbeleid slechts gericht is op gevallen waarin andere illegale activiteiten achter de reclame schuilgaan, kan hier dus een argument in worden gevonden voor het afschaffen van art. 380ter Sw. op zich.

246. Een ander contraproductief effect heeft dan weer betrekking op de specifieke strafbaarstelling inzake eigen prostitutie. Het risico bestaat immers dat het prostituees in de illegaliteit dwingt. Indien zij hun diensten niet langer op deze manier kunnen aanbieden, zijn zij immers genoodzaakt om hun klanten bijvoorbeeld op straat te ronselen of zich aan te sluiten bij dubieuze clubs. Eigen prostitutie is echter niet verboden en is zodoende, aldus ook het Hof van Justitie, een dienst zoals een andere. De wetgever moet nu eindelijk eens de effectieve stap durven zetten naar regulering. Uit het vorige hoofdstuk bleek immers dat het niet gerechtvaardigd is de rechten van de seksuele dienstverleners op dergelijke wijze te beperken. Legale dienstverstrekkers moeten hun beroep kunnen uitoefenen als elk ander.

3. De contradictoire gevolgen

247. In samenhang met dit laatste contraproductieve effect, kunnen ook nog de contradictoire gevolgen worden vermeld. Het lijkt niet opportuun reclame te bestraffen voor diensten die op zich perfect legaal zijn. Wat eigen prostitutie en seksuele dienstverlening via telecommunicatie betreft, kan art. 380ter Sw. dan ook niet noodzakelijk worden geacht. Daar deze diensten immers niet illegaal zijn, moet rekening worden gehouden met de in het vorige hoofdstuk uiteengezette rechten. Er moet dan ook een keuze worden gemaakt om ofwel een uitzondering op het verbod te maken wat eigen prostitutie betreft, ofwel eigen prostitutie eveneens te bestraffen. Zoals reeds opgemerkt, is dit laatste allerm minst opportuun. Het lijkt beter de bestaande niet-strafbaarheid te behouden en verder te verfijnen. Bijgevolg dient art. 380ter Sw. minstens te worden beperkt tot illegale activiteiten. Dit ligt volledig in lijn met het effectieve vervolgingsbeleid en met wat professor VOORHOOF reeds vóór de invoering van deze bepaling had voorgesteld.⁶⁰⁶

4. Het bestaan van andere strafbaarstellingen die deze lading reeds kunnen dekken

248. Verder kan het nut van een aparte strafbaarstelling ook nog in vraag worden gesteld omwille van het feit dat ook in België een aantal misdrijven bestaan die deze lading reeds zouden kunnen dekken. Het betreft het opwekken van de ontucht of prostitutie van een minderjarige, het openbaar werven van klanten, de openbare zedenschennis en kinderpornografie.

⁶⁰⁵ G. VERMEULEN en B. KETELS, "Schiet niet op de hoerenloper", *Juristenkrant* 25 mei 2011, 15.

⁶⁰⁶ *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/8; zie ook *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 12 en 23.

4.1. Art. 379 Sw.

249. Vooreerst bestraft art. 379 Sw. degene die een aanslag tegen de goede zeden pleegt doordat hij de ontucht of prostitutie van minderjarigen opwekt, begunstigt of vergemakkelijkt. Er kan worden betoogd dat reclame voor dergelijke dienstverlening dit tot gevolg kan hebben, zodat art. 379 Sw. ook van toepassing is op advertenties inzake prostitutie of ontucht van minderjarigen. Deze bepaling kan evenwel slechts worden aangewend wanneer wordt beoogd de driften van een ander dan de dader te voldoen, inclusief die van de minderjarige.⁶⁰⁷ Dit betekent dat het niet van toepassing zal zijn wanneer een meerderjarige persoon een advertentie plaatst met het verzoek tot prostitutie of ontucht van een minderjarige. Ook dit artikel viseert alle personen onder de leeftijd van 18 jaar.⁶⁰⁸ Het is echter irrelevant of de dader al dan niet daadwerkelijk kennis had van de minderjarigheid.⁶⁰⁹

4.2. Art. 380bis Sw.

250. Daarnaast bestraft art. 380bis Sw. degene die in een openbare plaats door woorden, gebaren of tekens iemand tot ontucht aanzet. Dit artikel viseert het tippelen en ronselen van klanten op de openbare weg.⁶¹⁰ Nochtans is het – in tegenstelling tot de vorige bepaling – niet slechts van toepassing op prostitutie, maar op het ruimere en reeds uitgelegde begrip ‘ontucht’.⁶¹¹

De vraag stelt zich of dit artikel ook reclame kan viseren. Uiteraard zullen advertenties meestal (ook) uit woorden bestaan. Wanneer men hiermee openbaar verkondigt dat men zelf dan wel een derde tot ontuchtelijke handelingen bereid is, lijkt dit ook op basis van deze strafbaarstelling te kunnen worden aangepakt. Frankrijk en Engeland bezitten gelijkaardige bepalingen. In Frankrijk werd dit echter reeds beperkt tot prostitutie en verwerd dit tot symboolwetgeving. In Engeland is het twijfelachtig of deze bepaling überhaupt van toepassing kan zijn op seksreclame. Wat België betreft is dit m.i. wel degelijk het geval. Het aanzetten hoeft immers geen daadwerkelijk effect te hebben gehad en aanzetten blijft aanzetten, op welke wijze dit ook gebeurt. Zodoende valt er wel iets voor te zeggen dat de rechter deze bepaling zou gebruiken met betrekking tot bepaalde seksreclame. Nochtans zijn er nog een aantal andere en iets evidentere strafbaarstellingen die evenzeer toepassing zouden kunnen vinden.

4.3. Art. 383 en 383bis Sw.

251. In het eerste hoofdstuk werd reeds opgemerkt dat ook de misdrijven inzake (kinder)pornografie zelf reclame hiervoor reeds incrimineren.

252. Art. 383, derde en vierde lid Sw. bestraft immers onder andere degene die met de goede zeden strijdige zinnebeelden, geschriften of afbeeldingen tentoonstelt, verspreidt of door enig publiciteitsmiddel bekendmaakt. Hieronder kunnen ook advertenties worden begrepen.⁶¹²

⁶⁰⁷ Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, 138-139; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 185.

⁶⁰⁸ E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 185.

⁶⁰⁹ Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, 138; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 186.

⁶¹⁰ Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, 157; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 194.

⁶¹¹ F. HUTSEBAUT, “Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht”, 191; Y. NUYTINCK en E. VAN ACKER, 157; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 193.

⁶¹² E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 205.

Bovendien heeft de term ‘afbeelding’ een ruime betekenis en kan eveneens videobeelden omvatten.⁶¹³ ‘Verspreiden’ omvat hier het – al dan niet gratis – in omloop brengen⁶¹⁴ en kan derhalve ook slaan op pornografische reclame. Hierbij kan gedacht worden aan het uitdelen van flyers, het versturen van ongesloten drukwerk per post, het uitzenden via radio en televisie en beschikbaar stellen via het internet.⁶¹⁵ Onder dit laatste kan ook het aanbrenge van hyperlinks op websites worden begrepen. De tussenpersoon kan dan echter slechts aansprakelijk worden gesteld indien diens activiteit geen louter technisch, automatisch of passief karakter heeft. Ook in België genieten ISP’s in dat geval immers immunitet wanneer zij niet op de hoogte waren van de onwettigheid van bepaalde inhoud of onmiddellijk hebben gehandeld om de inhoud te verwijderen of ontoegankelijk te maken.⁶¹⁶ Wat de woorden ‘door enig publiciteitsmiddel’ betreft, kan worden verwezen naar de uiteenzetting betreffende de specifieke strafbaarstellingen inzake seksreclame. Onder het bekendmaken via dergelijk middel wordt de aankondiging begrepen dat de voorwerpen die strijdig zijn met de goede zeden bestaan of binnenkort zullen bestaan.⁶¹⁷ Reclame die louter verwijst naar het bestaan van pornografie zal dus volstaan. Dit doet denken aan art. 380ter, §3, tweede lid Sw.

Er is enige discussie met betrekking tot de vraag of een zekere openbaarheid aan de geschriften of afbeeldingen moeten worden gegeven. Hoewel het tentoonstellen, verspreiden en bekendmaken dit lijken te veronderstellen⁶¹⁸, blijkt dit toch niet helemaal het geval. In dit kader wijst HUTSEBAUT op de cassatierechtspraak met betrekking tot de verkoop en het in voorraad hebben van pornografisch materiaal. Hij stelt dat het de bedoeling van de wetgever was om de goede zeden te beschermen door hiermee strijdige teksten en afbeeldingen te beperken. In dit verband signaleert hij een arrest waarin eveneens tot toepassing van art. 383 Sw. werd beslist niettegenstaande het feit dat het materiaal in een gespecialiseerde inrichting en niet aan minderjarigen werd verkocht.⁶¹⁹ Toegepast op seksreclame betekent dit dat zelfs het opnemen ervan in een speciale rubriek of tijdschrift en de verkoop in gespecialiseerde inrichtingen niet zal volstaan ter rechtvaardiging.

Men dient echter wel steeds in het bijzonder de handel op het oog te hebben.⁶²⁰ Reclame die betrekking heeft op met de goede zeden strijdige handelingen voor louter private doeleinden lijkt hier dus niet onder te kunnen vallen.

Het begrip ‘goede zeden’ valt te vergelijken met het begrip ontucht. Het is eveneens een term onderhevig aan evolutie die door de rechter moet worden ingevuld.

⁶¹³ Cass. 15 maart 1994, AR 6557, *Arr.Cass.* 1994, 262, *Pas.* 1994, 261 en *Rec.Cass.* 1994, 245, noot G. VERMEULEN.

⁶¹⁴ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 170, nr. 207.

⁶¹⁵ I. DELBROUCK, “Openbare schennis van de goede zeden” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2002, 218, O 120/12 (hierna verkort I. DELBROUCK, “Openbare schennis van de goede zeden”); A. DE NAUW, “De misdrijven van de Wet van 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen” in F. MOEYKENS, (ed.), *De praktijkjurist*, Gent, Academia Press, 2003, 48, nr. 8 (hierna verkort A. DE NAUW, “De misdrijven van de Wet van 28 november 2000”).

⁶¹⁶ Cf. art. 20 wet 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische van de diensten van de informatiemaatschappij, BS 17 maart 2003 (ed. 2); Cass. 3 februari 2004, AR P031427N; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 174-175, nr. 212. Cf. *supra* 49, nr. 140.

⁶¹⁷ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 170, nr. 207.

⁶¹⁸ Zie I. DELBROUCK, “Openbare schennis van de goede zeden”, 218, O 120/12.

⁶¹⁹ Antwerpen 24 november 1994, *RW* 1995-96, 673; F. HUTSEBAUT, “Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht”, 192; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 205; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 170, nr. 207.

⁶²⁰ I. DELBROUCK, “Openbare schennis van de goede zeden”, 216 en 219, O 120/10 en O 120/13; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 206. DELBROUCK wijst op dat het evenwel onbelangrijk is of de handel of de verspreiding in België of in het buitenland plaatsvindt.

Wel is duidelijk dat het enkel betrekking heeft op seksualiteit⁶²¹ en niet volstaat dat de reclame slechts door enkele personen als onzedelijk of vernederend wordt ervaren.⁶²² Volgens het Hof van Cassatie dient het begrip immers te worden bepaald aan de hand van de door de wet op het stuk van openbare zedelijkheid beschermde waarden, zoals zij door het collectief bewustzijn van het ogenblik worden aangevoeld. Dit staat echter niet voor de opvatting van velen, maar voor die van de normale en evenwichtige burger.⁶²³ Zoals gezegd kunnen groepsseks, partnerruil, sadomasochisme, bestialiteiten en pedofilie als strijdig met de goede zeden worden beschouwd. De rechtspraak ter zake is echter tamelijk gedateerd, zodat de vraag kan worden gesteld in hoe verre bepaalde zaken heden ten dage nog als dusdanig kunnen worden aangemerkt. Ook hier kunnen tevens twijfels rijzen aangaande de verenigbaarheid met bepaalde rechten en vrijheden. In dit verband wijst DELBROUCK er op dat het Hof van Cassatie reeds meermaals heeft beslist dat het verbieden van de publicatie van met de goede zeden strijdige afbeeldingen geen schending uitmaakt van de vrijheid van meningsuiting.⁶²⁴

253. Tot slot dient nog te worden opgemerkt dat art. 386 Sw. in een facultatieve strafverzwaring voorziet indien de openbare zedenschennis gepleegd wordt tegenover minderjarigen. Dit laatste betekent dat de dader kennis moet gehad hebben van de aanwezigheid van personen onder de 18 jaar, zonder dat hij noodzakelijk van de leeftijd van de minderjarige op de hoogte was.⁶²⁵

254. Specifiek met betrekking tot kinderpornografie is in art. 383bis Sw. grotendeels dezelfde regeling opgenomen. Ook hier worden sinds 2000 alle personen jonger dan 18 jaar bedoeld⁶²⁶ en heeft de strafbaarstelling eveneens betrekking op vermeende minderjarigen.⁶²⁷ Het grote verschil met art. 383 Sw. is echter dat de bekendmaking door enig publiciteitsmiddel achterwege werd gelaten. De reden hiervoor is dat de wetgever wou aansluiten bij de specifieke strafbaarstelling inzake seksreclame.⁶²⁸ Hieruit blijkt dus onverkort dat seksreclame ook reeds zou kunnen worden gevat door de bepalingen inzake de openbare schennis van de goede zeden en (kinder)pornografie. Nu het bekendmaken via publiciteit is geschrapt, zal via art. 383bis Sw. echter enkel nog reclame kunnen worden aangepakt die op zich reeds kinderpornografische afbeeldingen bevat. Advertenties die louter naar dergelijk materiaal verwijzen, zullen dus op basis van art. 380ter Sw. moeten worden vervolgd. Indien deze laatste bepaling echter zou worden geschrapt, kan worden geopteerd voor het herinvoeren van deze zinsnede in art. 383bis Sw.

⁶²¹ I. DELBROUCK, "Openbare schennis van de goede zeden", 213, O 120/7; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 169, nr. 206.

⁶²² I. DELBROUCK, "Openbare schennis van de goede zeden", 214, O 120/8; A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 171, nr. 208.

⁶²³ Cass. 24 november 1981, AR 6805, *Arr.Cass.* 1981-82, 414, *Pas.* 1982, 411 en *RW* 1981-82, 1815, noot J. DE ZEGHER; Cass. 15 juni 1982, AR 7204, *Arr.Cass.* 1982-83, 1279, *Pas.* 1982, 1192 en *RW* 1982-83, 1985; Cass. 15 maart 1994, AR 6557, *Arr.Cass.* 1994, 262, *Pas.* 1994, 261 en *Rec.Cass.* 1994, 245, noot G. VERMEULEN.

⁶²⁴ I. DELBROUCK, "Openbare schennis van de goede zeden", 216-217, O 120/10 en O 120/11.

⁶²⁵ E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 211.

⁶²⁶ Cf. art. 3 wet 28 november 2000, dat een art. 100ter invoegt in het Strafwetboek op grond waarvan de term 'minderjarige' eenieder jonger dan 18 jaar omvat indien het door de wet niet nader wordt omschreven; I. WATTIER, "Etat de droit pénal des mœurs", 138; I. DELBROUCK, "Openbare schennis van de goede zeden", 220, O 120/14; A. DE NAUW, "De misdrijven van de Wet van 28 november 2000", 48, nr. 8.

⁶²⁷ De wet spreekt immers ook van het 'voorstellen' van minderjarigen. Zie ook F. HUTSEBAUT, "Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht", 197-198; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 208.

⁶²⁸ Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsontwerp houdende bepalingen tot bestrijding van de mensenhandel en de kinderpornografie, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1142/3, 49; F. HUTSEBAUT, "Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht", 193.

4.4. Art. 387 Sw.

255. Ten slotte bestraft art. 387 Sw. hij die aan minderjarigen oneerbare prenten, zinnebeelden, afbeeldingen of voorwerpen die hun verbeelding kunnen prikkelen verkoopt of uitdeelt. Hetzelfde geldt voor degene die dergelijke prenten, zinnebeelden of afbeeldingen op of aan de openbare weg tentoonstelt. Terwijl het verkopen of uitdelen op om het even welke plaats kan gebeuren, vereist het tentoonstellen daarentegen enige openbaarheid.⁶²⁹ ‘Oneerbaar’ heeft hier echter niet dezelfde betekenis als strijdig met de goede zeden en is ruimer.⁶³⁰ Het omvat hetgeen door personen onder de 18 jaar volgens de op dat ogenblik geldende standaardnormen als voor hun leeftijdsklasse prikkelend en schadelijk voor hun gezonde seksuele opvoeding moet worden beschouwd.⁶³¹ Effectieve schade is echter niet vereist.⁶³² Bijgevolg kan niet enkel het toesturen aan minderjarigen van al dan niet effectief schadelijke seksreclame, maar ook reeds het loutere bestaan en openbaar maken van dergelijke publiciteit op basis van dit artikel worden aangepakt.

5. De mogelijkheid tot en het reeds bestaan van minder restrictieve maatregelen

256. Uit hoofdstuk I blijkt verder dat er reeds verschillende instrumenten en instanties bestaan die seksreclame op één of andere wijze reguleren. Daar de voornaamste doelstelling van art. 380ter Sw. de bescherming van minderjarigen is, lijkt de loutere beperking van seksreclame reeds voldoende om hieraan tegemoet te komen. In de meeste sectoren blijkt dit reeds te gebeuren. Denken we maar aan de call barring voor sekslijnen, de beperking van uitzendingen, het vergrendelen achter de decoder of filters en toegangsbeperkingen op internet. Bij kranten en tijdschriften lijkt echter een lacune te bestaan. Ook hier heeft de JEP evenwel de mogelijkheid om op te treden. Naar Engels voorbeeld kan in de schoot van deze instantie eventueel een samenwerking tot stand worden gebracht met de Vereniging van Dagbladuitgevers en andere betrokken organisaties. Daarbij dienen advertenties voor legale activiteiten niet volledig te worden verdreven, maar zoals gezegd slechts te worden beperkt in hoeveelheid, taalgebruik en plaats. Daarnaast kan dan voor de illegale zaken een samenwerking met de politie en het parket op poten worden gezet. Hierop zal verder worden ingegaan in het laatste hoofdstuk waar, bij wijze van besluit, zal worden onderzocht hoe deze problematiek in de toekomst moet worden geregeld.

6. Het ontbreken van dergelijke (ruime) regelingen in andere EU-landen

257. Een andere vaststelling die de opportuniteit van art. 380ter Sw. in twijfel doet trekken, is dat een aantal Europese landen geen gelijkaardig en dermate ruim verbod kennen. Enkel in Engeland bestaat een specifieke strafbaarstelling, doch slechts met betrekking tot reclame voor prostitutie op en in publieke telefoons. Hier is momenteel wel een discussie gaande om dit te verruimen naar alle soorten van reclame voor seksuele dienstverlening. Resultaten van de petitie dienen echter te worden afgewacht. In alle onderzochte landen wordt seksreclame wel op grond van andere strafbaarstellingen aangepakt, zoals deze inzake het vertonen van ongepast materiaal aan jongeren, het schenden van de goede zeden, pooierschap en mensenhandel.

⁶²⁹ A. DE NAUW, *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, 179, nr. 216.

⁶³⁰ *Ibid.*

⁶³¹ I. DELBROUCK, “Openbare schennis van de goede zeden”, 221, O 120/15; E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 211.

⁶³² E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 211.

Waar relevante bepalingen bestaan, betreft dit echter meestal op zich reeds illegale activiteiten. Indien dit niet geval is, zoals bij art. 240 Sr., art. R624-2 CP, art. 225-10-1 CP, de strafbaarstelling van tart cards of het common law misdrijf ‘conspiracy to corrupt public morals’, zijn de bepalingen daarenboven veel minder ruim en de bestrafing veel minder zwaar.

7. Het gebrek aan voldoende maatschappelijk draagvlak

258. Een laatste argument contra opportuniteit is het feit dat het opdringen van een zeker moraliteitsbesef niet enkel illegitiem is, maar daarenboven ook geen enkele zin heeft. Dit geldt des te meer wanneer dit zonder enige betrokkenheid van de media gebeurt.⁶³³ Wanneer de sector niet wil volgen, heeft men immers weinig aan dergelijke regeltjes. Alle sectoriële bepalingen bevatten slechts minder vergaande restricties. Ook de instanties die deze regels handhaven zijn zich nochtans goed bewust van art. 380ter Sw. Zo verwees de VRM zoals gezegd uitdrukkelijk naar deze bepaling in één van diens beslissingen.⁶³⁴ Ook werd reeds gewezen op het feit dat zij voor sommigen een lachertje is en gewoonweg wordt genegeerd. In dit opzicht kan de vraag worden gesteld wat dan nog het nut is van een aparte strafbaarstelling inzake seksreclame. Het is immers duidelijk dat dit het medialandschap en de reclamewereld niet op drastische wijze heeft veranderd. Als er al effectieve beperkingen gekomen zijn, was dit immers de verdienste van deze sectoren zelf. Men denke bijvoorbeeld aan seksadvertenties op teletekst, die de laatste jaren drastisch zijn teruggedrongen. Ook daarom lijkt het wenselijker om dit aan de sectoren zelf en andere specifieke regulering over te laten.

8. Besluit inzake de opportuniteit en noodzakelijkheid van art. 380ter Sw.

259. Uit bovenstaande argumenten en meteen ook uit de hoeveelheid ervan, blijkt duidelijk dat ook wat valt te zeggen over de opportuniteit en noodzakelijkheid van art. 380ter Sw., met name in negatieve zin. Sommige van deze argumenten, zoals deze inzake de contraproductieve effecten en het bestaan van andere toepasselijke strafbepalingen, vormen een motivering voor de volledige afschaffing. Andere, zoals deze inzake de contradictoire gevolgen, dan weer slechts voor een gedeeltelijke. Hieruit volgt dat het artikel minstens moet worden beperkt tot illegale activiteiten. Dit zou reeds de grootste spanning met bepaalde rechten en vrijheden, en de meeste contraproductieve en contradictoire effecten kunnen wegnemen. Bovendien wordt ook enkel in deze situaties daadwerkelijk vervolgd, zodat de strafbaarstelling in de overige gevallen geen enkel nut blijkt te hebben. Waar het nu precies naartoe moet met art. 380ter Sw. wordt hierna in het laatste hoofdstuk onderzocht.

⁶³³ Ook tijdens de parlementaire voorbereiding werd dit probleem specifiek gesignaleerd met betrekking tot de geschreven pers, die door het verbod immers aanzienlijke inkomsten kan derven. Cf. *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3, 8.

⁶³⁴ Cf. VRM 28 september 2010, nr. 2010/041, VRM/NV VMMA, 14.

HOOFDSTUK V. DE LEGE FERENDA: HOE MOET HET NU VERDER MET HET BELGISCH SEKSRECLAMEVERBOD?

260. Na het overzicht van de verschillende moeilijkheden en spanningen die de strafbaarstellingen in art. 380^{ter} Sw. teweegbrengen, is het duidelijk dat deze bepaling zeker in zijn huidige vorm niet kan worden behouden. Daarom zal in dit laatste hoofdstuk, bij wijze van besluit, getracht worden een aantal voorstellen te formuleren met betrekking tot de toekomstige regeling van seksreclame. Persoonlijk ben ik voorstander van een minstens partiële schrapping van het verbod in combinatie met sectoriële (zelf)regulering en samenwerking met het parket, ook in de sector van de geschreven pers.

1. Minstens gedeeltelijke schrapping van art. 380^{ter} Sw.

261. Veelal wordt gesteld dat het schrappen van art. 380^{ter} Sw. de indruk zou doen ontstaan dat dergelijke praktijken door de maatschappij worden getolereerd en dat van het artikel derhalve een symbolische functie uitgaat.⁶³⁵ De vraag stelt zich echter of het nauwelijks vervolgen van bestaande strafbaarstellingen niet eenzelfde negatief signaal tot gevolg heeft. Het gevoel van straffeloosheid is bij sommige marktspelers immers duidelijk aanwezig, wat op zijn beurt allerm minst een eerlijke concurrentie bestendigd. Samengenomen met het feit dat reeds andere bepalingen bestaan die seksreclame kunnen omvatten, valt m.i. wel degelijk iets te zeggen voor een algehele schrapping van het verbod. Hoewel het parket van Gent aangeeft dat seksadvertenties hun nut bewijzen in de strijd tegen mensenhandel en andere illegale praktijken, lijkt deze facilitatiefunctie juist een argument contra de opportuniteit van art. 380^{ter} Sw.

Reeds in 1993 betwijfelde ook de Commissie Mensenhandel de wenselijkheid van een systematische vervolging van het – toen nog veel beperktere – verbod. Toch wees zij er op dat waakzaamheid geboden is, gelet op de criminaliteit die vaak achter de advertenties schuilgaat.⁶³⁶ Indien men toch enigszins aan deze bepaling wenst vast te houden, dient ze m.i. dan ook minstens te worden beperkt tot illegale vormen van seksuele dienstverlening.⁶³⁷ Zoals gezegd, kwam ook professor VOORHOOF destijds tot dezelfde conclusie.⁶³⁸ Indien voor deze optie wordt gekozen, kan worden geprefereerd om dit – naar analogie met art. 383 Sw. – in de betreffende bepalingen zelf op te nemen. In 2000 werd in het kader van een nieuwe regeling van prostitutie voorgesteld reclame ervoor principieel toe te laten, zij het onder strikte voorwaarden door de Koning bepaald. Enkel reclame die minderjarigen aanzet tot prostitutie en reclame die niet aan deze voorwaarden voldoet, zou dan nog strafbaar zijn.⁶³⁹ Tot nu toe bleef dit voorstel echter zonder succes.

262. Er dient te worden opgemerkt dat hoewel ontucht ook strafbaar kan zijn, de incriminatie van advertenties die ontucht verzoeken minstens dient te worden beperkt tot andere illegale praktijken. ‘Ontucht’ is immers een zeer vaag begrip, zodat hier niet alleen de seksuele vrijheid en de vrijheid van meningsuiting, maar tevens de rechtszekerheid en legaliteit in het gedrang komen. Bovendien dienen ook advertenties die (legale) prostitutie verzoeken m.i. mogelijk te zijn.

⁶³⁵ Cf. *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2, 19; Vraag 8 Vragenlijst parket Gent, zie Bijlage.

⁶³⁶ Verslag namens de Parlementaire Onderzoekscommissie naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en de uitroeiing van mensenhandel, *Parl.St.* Kamer 1993-94, nr. 673/7, 96.

⁶³⁷ Zie ook E. HAPPE, K. SPRUYT en I. SUY, 225.

⁶³⁸ *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/8, 311 en 324.

⁶³⁹ Art. 8 Wetsvoorstel (M. KAÇAR et al.) tot regeling van de prostitutie, *Parl.St.* Senaat 1999-2000, nr. 2-541/1; M. DE BACKER, A. DE WITTE en G. UYTENHOVE, “Legale uitbating van prostitutie”, 32-33.

Tot nu toe is er immers geen Belgische, noch Europese consensus om prostitutie in alle gevallen in hoofde van de gebruiker te bestraffen en zou dit, zoals gezegd, ook niet wenselijk zijn.

263. In afwachting van een effectieve regeling van prostitutie en ook voor andere legale activiteiten, lijkt het dan ook beter afstand te nemen van het rigoureuze, moraliserende, illegitieme en inopportuun strafrechtelijk verbod en dit over te laten aan een bepaalde vorm van co- of zelfregulering.⁶⁴⁰ Zoals gezegd, is dit ook de regeling die op Europees vlak wordt voorgestaan, zowel in de mediasector⁶⁴¹ als op het vlak van seksuele dienstverlening.⁶⁴² Op die manier kan beter worden aangesloten bij de sector en kan geval per geval worden beoordeeld of de grenzen van het toelaatbare werden overschreden. Betrokkenheid van de sectoren creëert tevens een groter draagvlak en een hogere mate van sensibilisering. Bovendien is het ook een veel efficiëntere vorm van regulering, daar het gemakkelijker aan nieuwe evoluties kan worden aangepast alsook sneller en goedkoper is.⁶⁴³ Wat seksreclame betreft, blijkt dit kader grotendeels reeds voorhanden te zijn. Hierbij wordt in de meeste gevallen volstaan met een zekere beperking, zodat een balans kan worden gevonden tussen de rechten en vrijheden van alle betrokkenen. Geen van deze regelingen gaat echter zo ver dat alle vormen van seksreclame zonder meer worden gebannen en zijn dus eigenlijk *contra legem*. Art. 380ter Sw. dient dan ook minstens te worden ingekrompen tot reclame voor diensten verleend door (vermeende) minderjarigen, souterieurschap, sekstoerisme, (kinder)pornografie en seksuele uitbuiting. Voor niet-illegale activiteiten kan en moet echter worden volstaan met de bestaande mechanismen.

2. Verdere verfijning en afstemming van bestaande (zelf)regulering

264. Toch blijkt ook bij deze andere vormen van regulering niet alles rozengeur en maneschijn te zijn. Seksreclame wordt immers geregeld door diverse instrumenten en gehandhaafd door verschillende instanties. Zo zijn er immers de in het algemeen op reclame toepasselijke regels en zelfreguleringsautoriteiten, terwijl dit ook op het vlak van seksuele dienstverlening via telecommunicatie en een aantal media het geval is. Seksreclame wordt in zijn diverse vormen dus door een kluwen aan instrumenten en instanties aangepakt. Teneinde tot een geïntegreerd beleid te komen, is dan ook een nauwe samenwerking en afstemming van werkzaamheden noodzakelijk. Hier valt iets te zeggen voor de idee van VOORHOOF en CANNIE om in de audiovisuele mediasector het systeem van geconditioneerde zelfregulering van Nederland over te nemen.⁶⁴⁴ Hierbij zouden de omroeporganisaties zich dan vrijwillig aan het gezag van de JEP kunnen onderwerpen. Doen zij dit niet, dan behoudt de VRM diens bevoegdheid.

⁶⁴⁰ Zie ook het voorstel van professor VERMEULEN om de gehele bonafide prostitutiesector aan zelfregulering over te laten: G. VERMEULEN, "Zelfregulering via kwaliteitsnormen in de seksuele dienstensector?" in G. VERMEULEN (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 2007, 15-25.

⁶⁴¹ Aanbeveling 2006/952/EG 20 december 2006 van het Europees Parlement en Europese Raad; overweging 44 Richtlijn Audiovisuele Media.

⁶⁴² Maatregel C.5. van Aanbeveling R (91) 11 van de Raad van Europa; zie ook art. 3 en 5 Besluit van de Europese Raad van 29 mei 2000 ter bestrijding van kinderpornografie op het internet, waarin het belang van de betrokkenheid van het bedrijfsleven wordt benadrukt; T. DECANG, K. PITEUS en I. VAN WASSENHOVE, "Kinderpornografie" in G. VERMEULEN (ed.), *Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen*, Antwerpen, Maklu, 2001, 314.

⁶⁴³ Over de voordelen van zelfdisciplineren: P. JASPAERT, *Ethiek en zelfdisciplineren*, 2006, www.conseildelapublicite.be; D. VOORHOOF en P. VALCKE, *Handboek Mediarecht*, 662, nr. 2.3.

⁶⁴⁴ H. CANNIE en D. VOORHOOF, "Audiovisuele media, reclame en minderjarigen", 174-175.

Dit werd ook nog recent door de Sectorraad Media voorgesteld.⁶⁴⁵ De overheveling zou echter slechts betrekking hebben op de kwalitatieve voorschriften van het Mediadecreet. Wat de kwantitatieve vereisten betreft, zou hoe dan ook de VRM bevoegd blijven. Deze laatste instantie lijkt hiertoe inderdaad het meest aangewezen. Inzake inhoudelijke voorschriften blijkt zij daarentegen geen noemenswaardige ervaring te hebben, zodat hiervoor de JEP beter bevoegd kan worden gemaakt.⁶⁴⁶ Om de beslissingen van deze instantie toch enige kracht bij te zetten, suggereren VOORHOOF en CANNIE om de JEP de mogelijkheid te bieden de niet-uitvoering van diens beslissingen te melden aan de VRM. Deze laatste instantie zou dan eventueel de nodige sancties kunnen opleggen.

265. Er dient evenwel te worden opgemerkt dat de Richtlijn Audiovisuele Media vereist dat wanneer voor coregulering wordt gekozen hiervoor een voldoende draagvlak bestaat bij alle belanghebbenden.⁶⁴⁷ Terwijl consumenten reeds vertegenwoordigd zijn in de JEP, is dit echter niet het geval voor de Gezinsbond of enige andere vereniging inzake kinderrechten en jongerenbeleid. Om een breed maatschappelijk draagvlak te garanderen en derhalve ook een geïntegreerd beleid dient hierin verandering te komen.⁶⁴⁸

266. Hoewel enige voorzichtigheid is geboden bij preventieve censuur, kan m.i. ook inspiratie worden gevonden in het Engelse systeem van de voorafgaande controle en classificatie door het RACC. In België kan de JEP eveneens een preventieve controle uitoefenen, doch slechts op verzoek van adverteerders, reclamebureaus of media.⁶⁴⁹ In de toekomst zou echter een verplichte preventieve controle kunnen worden opgelegd in de gedragscode. Op die manier wordt immers het probleem reeds aangepakt alvorens het een effectieve kwestie wordt. Dit brengt volgens mij geen al te grote inperking van de expressievrijheid met zich mee. De toetreding tot het systeem verloopt immers nog steeds op vrijwillige basis. Naar analogie met de regeling in Nederland en Engeland en het recente wetsvoorstel tot instelling van een filmclassificatiesysteem⁶⁵⁰, kan eveneens worden geopteerd om ook hier dergelijk systeem in te bouwen. Dit heeft immers tevens tot voordeel dat voldoende kan worden gedifferentieerd naargelang de specifieke inhoud.

267. Er valt eveneens iets te zeggen voor de Engelse werkwijze om bijna de gehele communicatiesector in één instantie te verenigen, zodat enige transparantie wordt bevorderd. Zolang dit in België niet gebeurt, kan voor de overige regulering een voorbeeld worden genomen aan de regeling inzake de audiovisuele media.

Vooreerst kan in de telecommunicatiesector eveneens een samenwerking worden tot stand gebracht met de JEP. Hierbij kan de ECT dan bevoegd blijven voor de meer technische vereisten, zoals het gebruiken van een bepaald nummer, het verstrekken van bepaalde informatie en het verbod van reclame voor erotische betaalnummers in publicaties, programma's of websites die tot minderjarigen gericht zijn. Voor klachten met betrekking tot de inhoud van reclameboodschappen, bijvoorbeeld inzake goede smaak, en fatsoen, kan dan opnieuw worden voorzien in een systeem van geconditioneerde zelfregulering.

⁶⁴⁵ Advies inzake de evaluatie van 3 jaar Mediadecreet, Sectorraad Media 22 februari 2012, www.cjsm.vlaanderen.be, 3-5.

⁶⁴⁶ Advies inzake de evaluatie van 3 jaar Mediadecreet, Sectorraad Media 22 februari 2012, 4.

⁶⁴⁷ Art. 4.7. Richtlijn Audiovisuele Media.

⁶⁴⁸ Zie ook advies inzake de evaluatie van 3 jaar Mediadecreet, Sectorraad Media 22 februari 2012, 4; H. CANNIE en D. VOORHOOF, "Audiovisuele media, reclame en minderjarigen", 174.

⁶⁴⁹ Art. 13 Reglement JEP, www.jep.be.

⁶⁵⁰ Wetsvoorstel (R. MILLER et al.) tot instelling van een filmclassificatiesysteem, *Parl.St.* Senaat 2010-11, nr. 5-1034/1.

Ook hier zou kunnen worden geregeld dat de JEP in geval van niet-uitvoering van diens beslissingen het dossier verzendt naar het ECT, die dan de nodige sancties kan treffen. Bovendien kan ook in een samenwerking worden voorzien met de VRM en de ISP's voor de gevallen waarin de reclame wordt gevoerd via televisie respectievelijk het internet. Dan lijken deze laatste instanties immers beter geplaatst of kunnen zij minstens een toegevoegde waarde betekenen. Zo kan de VRM ook optreden tegen reclame voor erotische gesprekken of SMS die wordt uitgezonden buiten de toegelaten uren. De ISPA kan de provider vragen illegale inhoud te verwijderen. Meestal zal de gebruiker de klacht echter richten aan het adres van de ISP zelf. Wil deze zich niet blootstellen aan strafrechtelijke vervolging, zal moeten worden overgegaan tot blokkering of verwijdering. Ook de FCCU zal op de hoogte worden gebracht.

268. Hiermee zijn we aanbeland bij een ander belangrijk medium waar, naast vele andere illegale praktijken, ook de seksreclame weelderig tiert. Hoewel voor deze sector reeds een gedragscode bestaat en tevens een samenwerking met de overheid, is ook hier nog ruimte voor verbetering. Ondanks het feit dat de leden van de Raad voor Reclame reeds meer dan 80% van de handelsreclame in België vertegenwoordigen, is de ISPA echter niet aangesloten en de internetsector dus niet specifiek vertegenwoordigd.⁶⁵¹ Hoewel de twee grootste ISP's, Belgacom en Telenet, alsook Google Belgium aangesloten zijn via het IAB, zijn de leden van ISPA niet automatisch onderworpen aan het gezag van deze instantie. Dit moet m.i. worden veranderd. Ook op het internet dient immers niet enkel illegale, maar tevens voor minderjarigen schadelijke en menonwaardige inhoud te worden aangepakt. Gelet op het feit dat de JEP ter zake reeds een zekere expertise heeft opgebouwd, is een samenwerking met deze instantie zeker het overwegen waard. Uiteraard zullen de ISP's hiertoe niet officieel gedwongen kunnen worden, doch de overheid kan dit wel informeel verzoeken. Hoewel ook dan nog geen verplichting bestaat, gaat hier een grote morele waarde van uit. Op die manier kunnen de ISP's toch enigszins in deze richting worden gestuurd. Daarnaast kan ook worden overwogen om naar Frans voorbeeld via een akkoord tussen de JEP, de overheid en de ISP's verplicht gratis filtersoftware ter beschikking te stellen of ook hier het Engelse en Nederlandse systeem van classificatie over te nemen.

269. Alle bovenstaande instrumenten en organen dienen zich daarenboven ook inhoudelijk op elkaar af te stemmen. Zo moeten zij allen hetzelfde reclamebegrip hanteren. M.i. dient dit eveneens advertenties te omvatten die zonder winstoogmerk worden geplaatst. Hetzelfde geldt voor advertenties die de seksuele diensten niet aanbieden, maar verzoeken. Deze omstandigheden doen immers geen afbreuk aan het feit dat bepaalde seksreclame de morele en zedelijke gezondheid van minderjarigen zou kunnen schaden. Hoewel de effectieve schade zoals gezegd kan worden genuanceerd, dient dit m.i. toch enigszins onder controle te worden gehouden. Jongeren moeten immers niet worden aangemoedigd tot grensoverschrijdend seksueel of denigrerend gedrag. Ook mogen de menselijke waardigheid en het beginsel van non-discriminatie niet worden aangetast.

270. Tot slot zouden bovenstaande regelingen slechts toepassing vinden op reclame die geen betrekking heeft op onwettige activiteiten. Indien de betrokken instanties tot de vaststelling komen dat dit wel het geval is, moet dit worden gemeld aan de bevoegde autoriteiten. Niet enkel met de andere sectoren, maar ook met de gerechtelijk instanties dient derhalve een samenwerking op poten te worden gezet. In de strijd tegen mensenhandel en gedwongen prostitutie kunnen deze partners immers vaak een grote meerwaarde betekenen. Primair zijn het zij die met klachten van het publiek worden geconfronteerd en hieruit kan waardevolle informatie worden gehaald. In de internetsector lijkt dit reeds goed uitgewerkt.

⁶⁵¹ www.raadvoordereclame.be.

Hetzelfde zou nu kunnen worden gedaan in de audiovisuele, reclame- en telecommunicatiesector. Indien de klacht seksreclame op het internet betreft, kan ook door de andere instanties reeds een beroep worden gedaan op de FCCU.

3. Ontwikkeling van initiatieven in de sector van de geschreven pers

271. Grote afwezigheid in het hele verhaal tot nu toe is de sector van de geschreven pers. Op dit moment is vooral in deze media seksreclame nog steeds problematisch. Bepaalde kranten en tijdschriften die dergelijke advertenties steevast aanvaarden, staan er immers vol van. Men kan niet naast de goed gevulde publiciteitspagina's, die overigens ook nog eens bijna uitsluitend seksreclame bevatten. Zoals reeds meermaals gezegd, heeft dit een grote weerslag op de vrije mededinging. Deze advertenties vertegenwoordigen immers zeer grote inkomsten, zodat kranten en tijdschriften die wel braafjes de regels volgen een aanzienlijk concurrentienadeel ondervinden. Daarom dient m.i. nu ook aan deze situatie iets te worden veranderd. Er moet duidelijkheid worden geschept, zodat iedereen weet waar zich aan te houden.

272. In de eerste plaats dienen advertenties voor illegale praktijken steeds te worden geweigerd. Uitgevers moeten immers in het achterhoofd houden dat zij mede aansprakelijk zouden kunnen worden gesteld. Voor deze gevallen zou, naar analogie met de Engelse situatie, een akkoord tot stand kunnen worden gebracht tussen de Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers en Federatie van de Belgische Magazines, de JEP en de vervolgingsautoriteiten. Wanneer kranten en tijdschriften dan geconfronteerd worden met illegale activiteiten, dienen zij dit te melden aan de bevoegde instanties.

273. Voor de overige vormen van seksreclame, moeten ook in de geschreven pers een aantal initiatieven worden genomen. Minstens moeten de advertenties in hoeveelheid en explicieteit worden beperkt. Dit kan worden gefaciliteerd via de Raad voor de Reclame en de JEP. Bovengenoemde verenigingen zijn hier immers lid van. Op die manier zouden kranten en tijdschriften kunnen worden gesensibiliseerd. Ter aanvulling kan dan van de ouders worden verwacht dat zij hun opvoedings- en controlefunctie uitoefenen. Zo kunnen zij in de eerste plaats hun kinderen informeren over het bestaan van prostitutie en andere seksuele dienstverlening. Daarnaast kunnen zij ook beroep doen op allerlei hulpmiddelen om hun kinderen af te schermen van enig contact met dergelijke dienstverlening. Zo kan gevraagd worden telefonisch verkeer naar sekslijnen of seksueel getinte SMS-diensten te blokkeren en kan gebruik worden gemaakt van al dan niet gratis filterprogramma's op het internet. Op die manier kunnen minderjarigen worden beschermd zonder al te veel afbreuk te doen aan de andere bij seksreclame betrokken belangen. En dat is uiteindelijk de doelstelling die moet worden bereikt.

BIBLIOGRAFIE

1. Regelgeving

1.1. Internationaal

BUPO.

Verdrag inzake de uitbanning van alle vormen van discriminatie tegen vrouwen van 18 december 1979, *BS* 5 november 1985.

Verdrag inzake de rechten van het kind van 20 november 1989, *BS* 17 januari 1992.

Facultatief Protocol inzake de verkoop van kinderen, kinderprostitutie en kinderpornografie bij het Verdrag inzake de rechten van het kind, *BS* 27 maart 2006.

Consolidated Code on advertising and marketing communication practice, Doc. nr. 240-46/660, ICC 15 September 2011, www.iccwbo.org.

1.2. Europees

EVRM.

Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, *Pb.C.* 30 maart 2010, afl. 83, 47.

Verdrag inzake de bestrijding van strafbare feiten verbonden met elektronische netwerken, ECTS 185, www.coe.int.

Richtlijn 89/552/EEG 3 oktober 1989 van de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de Lid-Staten inzake de uitoefening van televisie-omroepactiviteiten, *Pb.L.* 17 oktober 1989, afl. 298, 23-30.

Richtlijn 002/58/EG 12 juli 2002 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie, *Pb.L.* 31 juli 2002, afl. 201, 37-47.

Richtlijn 2010/13/EU 10 maart 2010 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten, *Pb.L.* 15 april 2010, afl. 95, 1-24.

Besluit van de Europese Raad van 29 mei 2000 ter bestrijding van kinderpornografie op het internet, *Pb.L.* 9 juni 2000, nr. 138, 1-4.

Resolutie 2008/2038 van het Europees Parlement over het effect van marketing en reclame op de gelijkheid tussen vrouwen en mannen (3 september 2008), *Pb.C.* 4 december 2009, afl. 295, 43.

Resolutie 1751 (2010) van de Parlementaire Vergadering van de Raad van Europa ter bestrijding van seksistische stereotypen in de media (25 juni 2010), www.coe.int.

Aanbeveling R (91) 11 van de Raad van Europa van 9 september 1991 inzake seksuele exploitatie, pornografie, prostitutie, alsmede de handel in kinderen en adolescenten, www.coe.int.

Aanbeveling 98/560/EG 24 september 1998 van het Europees Parlement en de Raad betreffende de ontwikkeling van de concurrentiepositie van de Europese industrie van audiovisuele en informatiediensten door de bevordering van nationale kaders teneinde een vergelijkbaar en doeltreffend niveau van bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid te bereiken *Pb.L.* 7 oktober 1998, afl. 270, 48-55.

Aanbeveling 2006/952/EG 20 december 2006 Europees Parlement en Europese Raad betreffende de bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid en het recht op weerwoord in verband met de concurrentiepositie van de Europese industrie van audiovisuele en online-informatiediensten, *Pb.L.* 27 december 2006, afl. 378, 72-77.

1.3. België

Belgische Grondwet.

Belgisch Strafwetboek.

Wet 21 augustus 1948 tot afschaffing van de officiële reglementering van de prostitutie, *BS* 13-14 september 1948.

Bijzondere wet 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen, *BS* 15 augustus 1980.

Wet 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven, *BS* 27 maart 1991.

Wet 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *BS* 29 augustus 1991.

Wet 9 maart 1993 ertoe strekkende de exploitatie van de huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *BS* 24 april 1993.

Wet 17 maart 1995 tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 380*quinquies* en tot opheffing van het artikel 380*quater* tweede lid van hetzelfde wetboek, *BS* 25 april 1995.

Wet 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen, *BS* 17 maart 2001.

Wet 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *BS* 17 maart 2003 (ed. 2).

Wet 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, *BS* 20 juni 2005.

Wet 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, *BS* 12 april 2010.

Wet 6 april 2010 met betrekking tot de regeling van bepaalde procedures in het kader van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, *BS* 12 april 2010.

Wetsvoorstel (E. TOMAS) ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/1.

Wetsontwerp ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/1.

Wetsvoorstel (Y. YLIEFF) tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 383*bis* met het oog op de bestraffing van reclame voor in België of in het buitenland gelegen plaatsen van prostitutie en ontucht, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 549/1.

Amendement nr. 10 bij het wetsvoorstel ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/2.

Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsvoorstel ertoe strekkende de opening en exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 81/6.

Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsontwerp ertoe strekkende de opening en exploitatie van de huwelijksbureaus te regelen en te controleren, *Parl.St.* Senaat 1991-92, nr. 466/2.

Verslag namens de onderzoekscommissie naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en uitroeiing van de mensenhandel, *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/7.

Bijlage VI bij het verlag namens de onderzoekscommissie naar een structureel beleid met het oog op de bestraffing en uitroeiing van de mensenhandel (VOORHOOF, D., *Seksadvertenties in kranten en tijdschriften*, Universiteit Gent, 1993), *Parl.St.* Kamer 1991-92, nr. 673/8.

Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsontwerp houdende bepalingen tot bestrijding van de mensenhandel en de kinderpornografie, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1142/3.

Wetsontwerp tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 380*quinqüies* en tot opheffing van het artikel 380*quater*, tweede lid, van hetzelfde Wetboek, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/1.

Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsontwerp tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 380*quinqüies* en tot opheffing van het artikel 380*quater*, tweede lid, van hetzelfde Wetboek, *Parl.St.* Senaat 1994-95, nr. 1246/2.

Verslag namens de Commissie voor de Justitie bij het wetsontwerp tot invoeging in het Strafwetboek van een artikel 380*quinqüies* en tot opheffing van het artikel 380*quater*, tweede lid, van hetzelfde Wetboek en het wetsvoorstel tot invoeging van een art. 383*bis* met het oog op bestraffing van reclame voor in België en in het buitenland gelegen plaatsen van prostitutie en ontucht, *Parl.St.* Kamer 1994-95, nr. 1710/3.

Wetsontwerp (Y. AVONDROODT et al.) betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen, *Parl.St.* Kamer 1998-99, nr. 1907/1.

Wetsvoorstel (M. KAÇAR et al.) tot regeling van de prostitutie, *Parl.St.* Senaat 1999-2000, nr. 2-541/1.

Wetsvoorstel (A.M. LIZIN et al.) tot invoeging van een artikel 380ter in het Strafwetboek over het betalen voor seksuele dienstverlening, *Parl.St.* Senaat 2000-01, nr. 2-856/1.

Wetsvoorstel (R. MILLER et al.) tot instelling van een filmclassificatiesysteem, *Parl.St.* Senaat 2010-11, nr. 5-1034/1.

Vraag nr. 8788 van de heer Gerolf Annemans aan de minister van Justitie over "de blijvende publicatie van seksadvertenties in de media", *Hand.* Kamercommissie voor de Justitie 2011-2012, nr. 375.

KB 4 april 2003 tot reglementering van het verzenden van reclame per elektronische post, *BS* 28 mei 2003.

KB 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie, *BS* 21 juni 2011.

MB 12 december 2005 tot vaststelling van de categorieën uitgaande gesprekken en categorieën opgeroepen nummers waarvan de blokkering kosteloos aan de eindgebruikers aangeboden moeten worden, *BS* 16 december 2005.

Gecoördineerde Vlaamse decreten 4 maart 2005 betreffende de radio-omroep en de televisie, *BS* 8 april 2005 (ed. 1).

Duits decreet 27 juni 2005 over de radio-omroep en de filmvoorstellingen, *BS* 6 september 2005.

Vlaams decreet 27 maart 2009 betreffende de radio-omroep en televisie, *BS* 30 april 2009.

Gecoördineerd Franstalig decreet 26 maart 2009 betreffende audiovisuele mediadiensten, *BS* 24 juli 2009.

Vlaams Ministerie voor onderwijs en vorming, *VOET@2010. Nieuwe vakoverschrijdende eindtermen voor het secundair onderwijs*, Brussel, 2009, 28 p.

Advies inzake de evaluatie van 3 jaar Mediadecreet, Sectorraad Media 22 februari 2012, www.cjsm.vlaanderen.be.

Code d'éthique de la publicité, CP 18 mei 1998, www.csa.be.

Recommandation relative à la diffusion de messages électroniques sous toutes forms, CAC 2 juli 2003, www.csa.be.

Recommandation relative à la protection des mineurs, CAC 21 juni 2006, www.csa.be.

Kaderbesluit Monitoring, VRM 31 mei 2010, www.vlaamseregulatormedia.be.

Mededeling nr. 2010/001 van 10 december 2010 betreffende de behandeling van klachten door het secretariaat van de Ethische Commissie, www.telethicom.be.

Samenwerkingprotocol ter bestrijding van ongeoorloofd gedrag op het internet 28 mei 1999, www.ispa.be.

ISPA Gedragscode, www.ispa.be.

Reglement van de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame, www.jep.be.

GOF-richtlijnen, www.jep.be.

1.4. Buitenland

Nederlands Wetboek van Strafrecht.

Franse Code Pénal.

Loi 29 Juillet 1881 sur la liberté de la presse, *JORF* 30 Juillet 1881.

Loi n° 82-652 29 Juillet 1882 sur la communication audiovisuelle, *JORF* 30 Juillet 1882.

Street Offences Act 1959, c. 57, www.legislation.gov.uk.

Obscene Publications Act 1959, c. 66, www.legislation.gov.uk.

Protection of Children Act 1978, c. 37, www.legislation.gov.uk.

Loi n° 86-1067 30 Septembre 1986 relative à la liberté de communication, *JORF* 1 Octobre 1986.

Loi n° 92-1336 16 Décembre 1992 relative à l'entrée en vigueur du nouveau code pénal et à la modification de certaines dispositions de droit pénal et de procédure pénale rendue nécessaire par cette entrée en vigueur, *JORF* 23 Décembre 1992.

Loi n° 98-468 17 Juin 1998 relative à la prevention et à la repression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs, *JORF* 18 Juin 1998, n° 139.

Wet 28 oktober 1999 tot wijziging van het Wetboek van Strafrecht, enige andere wetboeken en enige wetten (opheffing algemeen bordeelverbod), *Stb.* 9 november 1999, 464.

Criminal Justice and Police Act 2001, c. 16, www.legislation.gov.uk.

Proceeds of Crime Act 2002, c. 29, www.legislation.gov.uk.

Communications Act 2003, c. 21, www.legislation.gov.uk.

Sexual Offences Act 2003, c. 42, www.legislation.gov.uk.

Loi n° 2004-575 21 Juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, *JORF* 22 Juin 2004.

Serious Crime Act 2007, c. 27, www.legislation.gov.uk.

Wet 29 december 2008 tot vaststelling van een nieuwe Mediawet, *Stb.* 30 december 2008, 583.

Policing and Crime Act 2009, c. 26, www.legislation.gov.uk.

Résolution réaffirmant la position abolitionniste de la France en matière de prostitution, *Doc.Parl.* AN 2011-12, n° 782.

Wetsvoorstel betreffende de regulering van prostitutie en betreffende het bestrijden van misstanden in de seksbranche, Kamerstukken I 2011-12, 32 211, nr. A.

Proposition de loi visant à responsabiliser les clients de la prostitution et à renforcer la protection des victimes de la traite des êtres humains et du proxénétisme, *Doc.Parl.* AN 2011-12, n° 4057.

Compte Rendu Intégral 1 Octobre 1998, *Act.Parl.* AN 1997-98.

Brief van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Kamerstukken II 2008–09, 31 434, nr. 5.

Brief van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Kamerstukken II 2008–09, 31 700 VIII, nr. 43.

Vragen van het lid Van den Berg (SGP) over blokkade van gratis sekslijnen, Aanhangsel Handelingen II 1996-97, nr. 652.

Vragen van het lid Koekkoek (CDA) over reclameposters met seks, Aanhangsel Handelingen II 1996-97, nr. 654.

Vragen van het lid Rouvoet (RPF) over erotiekbeurzen, Aanhangsel Handelingen II 1996-97, nr. 666.

Explanatory Notes on the Criminal Justice and Police Act 2001, www.legislation.gov.uk.

Explanatory Notes on the Sexual Offences Act 2003, www.legislation.gov.uk.

Explanatory Notes on Policing and Crime Act 2009, www.legislation.gov.uk.

Law Reform Commission, Report inchoate offences, Novembre 2010, www.lawreform.ie.

Décret n° 92-280 27 Mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 Septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, *JORF* 28 Mars 1992.

KB 18 januari 2000 tot vaststelling van de datum van inwerkingtreding van de wet van 28 oktober 1999 tot wijziging van het Wetboek van Strafrecht, enige andere wetboeken en enige wetten (opheffing algemeen bordeelverbod), *Stb.* 1 februari 2000, 38.

Serious Crime Act 2007 (Commencement No. 3) Order 2008, *SI* 2008, No. 2504 (C. 108), www.legislation.gov.uk.

Accord Contrôle parentale sur l'Internet: les engagements des fournisseurs d'accès Internet, 16 Novembre 2005, www.afa-france.com.

Joint Statement on Sex Trafficking, 1 November 2007, www.newspapersoc.org.uk.

Crown Prosecution Service, Legal Guidance on prostitution and exploitation of prostitution, www.cps.gov.uk.

Memorandum of Understanding between Ofcom, ASA (Broadcasting), BCAP and BASBOF, May 2004, www.ofcom.org.uk.

Recommandation relative à la publicité télévisée en faveur du secteur de la presse, CSA 19 Décembre 2003, www.csa.fr.

Recommandation n° 2006-6 relative à la présentation faite à la télévision d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles, de jeux vidéos et de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet qui font l'objet de restrictions aux mineurs, CSA 4 Juillet 2006, www.csa.fr.

Ofcom Broadcasting Code, February 2011, www.ofcom.org.uk.

Ofcom guidance on the advertising of telecommunications-based entertainment services, July 2011, www.ofcom.org.uk.

De Nederlandse Code brievenbusreclame, huissampling en direct response advertising, april 1993, www.reclamecode.nl.

ISPA Code of Practice, January 1999, www.ispa.org.uk.

Code Image de la personne humaine, ARPP Octobre 2001, www.arpp-pub.org.

Pratiques et usages, AFA Septembre 2002, www.afa-france.com.

De Nederlandse Reclamecode voor telefonische informatiediensten, januari 2004, www.reclamecode.nl.

Charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques, AFA Juin 2004, www.afa-france.com.

Code Enfant, ARPP Juin 2004, www.arpp-pub.org.

De Nederlandse Kinder- en Jeugd reclamecode, januari 2006, www.reclamecode.nl.

Deelreglement Televisie, NICAM mei 2006, www.kijkwijzer.nl.

Recommandation Services électroniques et télématiques à caractère érotique, ARPP Mai 2007, www.arpp-pub.org.

Gedragcode Notice-and-Takedown (NTC), oktober 2008, www.samentegencybercrime.nl.

De Nederlandse Reclamecode SMS-dienstverlening, april 2009, www.reclamecode.nl.

De Nederlandse Reclame Code, augustus 2009, www.reclamecode.nl.

Recommandation communication publicitaire digitale, ARPP Décembre 2010, www.arpp-pub.org.

CAP Code, 1 September 2010, www.cap.org.uk.

BCAP Code, 1 September 2010, www.cap.org.uk.

De Nederlandse Code reclame via e-mail, augustus 2011, www.reclamecode.nl.

De Nederlandse Gedragcode SMS-dienstverlening, maart 2012, www.smsgedragcode.nl.

De Nederlandse Gedragcode voor Betaalde Mobiel Internetdiensten, maart 2012, www.smsgedragcode.nl.

2. Jurisprudentie

2.1. Europa

EHRM 7 december 1976, nr. 5493/72, Handyside/Verenigd Koninkrijk.

EHRM 22 oktober 1981, nr. 7525/76, Dudgeon/Verenigd Koninkrijk.

EHRM 26 maart 1985, nr. 8978/80, X en Y/Nederland.

ECRM 10 maart 1988, nr. 11680/85, F./Zwitserland.

EHRM 24 mei 1988, nr. 10737/84, Müller e.a./Zwitserland.

EHRM 29 oktober 1992, nr. 14234/88 en 14235/88, Open door and Dublin Well Woman/Ierland.

EHRM 25 maart 1993, nr. 13134/87, Costello-Roberts/Verenigd Koninkrijk.

EHRM 26 september 1995, nr. 17851/91, Vogt/Duitsland.

EHRM 8 juli 1999, nr. 23462/94, Arslan/Turkije.

EHRM 6 mei 2001, nr. 44599/98, Bensaid/Verenigd Koninkrijk.

EHRM 3 december 2003, nr. 44179/98, Murphy/Ierland.

EHRM 6 juli 2005, nr. 42758/98 en 45558/99, K.A. en A.D./België.

EHRM 15 juni 2006, nr. 63403/00, S.B. en D.B./België, *AM* 2006, afl. 4, 347 (weergave D. VOORHOOF).

EHRM 22 oktober 2007, nr. 21279/02 en 36448/02, Lindon, Otchakovsky-Laurens en July/Frankrijk.

EHRM 4 december 2008, nr. 30562/04 en 30566/04, S. en Marper/Verenigd Koninkrijk.

EHRM 22 april 2010, nr. 40984/07, Fatullayev/Azerbeidzjan.

EHRM 7 februari 2012, nr. 40660/08 en 60641/08, Von Hannover/Duitsland.

EHRM 15 maart 2012, nr. 4149/04 en 41029/04, Aksu/Turkije.

HvJ C-120/78, *Rewe-Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, *Jur.* 1979, 00649.

HvJ C-362/88, *GB-Inno-BM*, *Jur.* 1990, I, 00667.

HvJ C-76/90, *Säger*, *Jur.* 1991, I, 4221.

HvJ C-159/90, *Society for the Protection of Unborn Children t. Ierland*, *Jur.* 1991, I, 4685.

HvJ C-43/93, *Vander Elst*, *Jur.* 1994, I, 3803.

HvJ C-268/99, *Aldona Malgorzata Jany e.a.*, *Jur.* 2001, I, 08615.

2.2. België

GwH 9 juli 1992, nr. 55/92.

GwH 7 december 1993, nr. 84/93, *BS* 8 december 1993 en *JT* 1994, 208.

GwH 20 januari 1994, nr. 5/94.

GwH 2 februari 1995, nr. 4/95.

GwH 15 mei 1996, nr. 29/96.

GwH 3 december 1998, nr. 123/98.

GwH 30 september 1999, nr. 102/99, *BS* 12 oktober 1999.

GwH 3 mei 2000, nr. 52/2000.

GwH 9 april 2003, nr. 40/2003.

GwH 19 mei 2004, nr. 88/2004.

GwH 19 juli 2005, nr. 132/2005.

GwH 3 juli 2008, nr. 99/2008.

GwH 15 januari 2009, nr. 2/2009.

GwH 18 maart 2010, nr. 29/2010.

GwH 22 december 2010, nr. 149/2010.

GwH 28 april 2011, nr. 56/2011.

Cass. 2 oktober 1973, *Arr.Cass.* 1974, 123 en *Pas.* 1974, 112.

Cass. 24 november 1981, AR 6805, *Arr.Cass.* 1981-82, 414, *Pas.* 1982, 411 en *RW* 1981-82, 1815, noot J. DE ZEGHER.

Cass. 15 juni 1982, AR 7204, *Arr.Cass.* 1982-83, 1279, *Pas.* 1982, 1192 en *RW* 1982-83, 1985.

Cass. 8 september 1992, AR 5375, *Arr.Cass.* 1991, 1082 en *Pas.* 1992, 1005.

Cass. 15 maart 1994, AR 6557, *Arr.Cass.* 1994, 262, *Pas.* 1994, 261 en *Rec.Cass.* 1994, 245, noot G. VERMEULEN.

Cass. 16 juni 1998, AR P951094N, *Arr.Cass.* 1998, 314 en *Pas.* 1998, I, 314.

Cass. (2^e k.) 20 november 2001, AR P001769N, *Arr.Cass.* 2001, afl. 9, 1973, *AM* 2002, afl. 2, 162, noot, *Juristenkrant* 2002, afl. 42, 13, *Jaarboek Mensenrechten* 2001-02, 248, noot GEUDENS, G. en *Pas.* 2001, afl. 11, 1906.

Cass. 3 februari 2004, AR P031427N.

Cass. 17 januari 2012, AR P110871N.

Antwerpen 24 november 1994, *RW* 1995-96, 673.

Brussel, 15 december 1994, *Rev.dr.pén.* 1996, 342.

Gent (4^{de} k.) 23 september 1997, AR 82618, *AJT* 1997-98, 260-263, noot P. ARNOU.

Brussel (15^e k.) 20 november 2000, *AJT* 2000-01, 454, *AM* 2001, afl. 2, 276, noot en *Juristenkrant* 2001 (weergave D. VOORHOOF), afl. 22, 5.

Corr. Leuven 7 september 1999, *AM* 2000, 150, noot.

Corr. Dendermonde 8 april 2003, *T.Strafr.* 2004, afl. 26, 194.

CAC 4 juni 2003, RTL-TVi, www.csa.be.

CAC 23 maart 2005, RTL-TVi, www.csa.be.

CAC 26 september 2007, RTL-TVi, www.csa.be.

VRM 26 februari 2008 (kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen), nr. 2008/020, Gerda van Steenberge/NV SBS Belgium, www.vlaamseregulatormedia.be.

VRM 26 februari 2008 (kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen), nr. 2008/021, Gerda Van Steenberge/NV VMMA, www.vlaamseregulatormedia.be.

VRM 28 september 2010 (kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen), nr. 2010/040, VRM/NV SBS Belgium, *AM* 2011, afl. 1, 116-117 en www.vlaamseregulatormedia.be.

VRM 28 september 2010 (kamer voor onpartijdigheid en bescherming van minderjarigen), nr. 2010/041, VRM/NV VMMA, *AM* 2011, afl. 1, 116-117 en www.vlaamseregulatormedia.be.

VRM 28 september 2010, nr. 2010/042, VRM/BVBA MTV Networks Belgium, *AM* 2011, afl. 1, 117 en www.vlaamseregulatormedia.be.

ECT 21 december 2011, nr. D-2011-02, www.telethicom.be.

ECT 21 december 2011, nr. D-2011-03, www.telethicom.be.

ECT 27 februari 2012, nr. D-2011-05, www.telethicom.be.

JEP 12 november 2002, M-tel 2000, www.jep.be.

JEP 16 maart 2010, TLI, www.jep.be.

2.3. Buitenland

House of Lords 4 May 1961, *Shaw v. DPP*, [1961] 2 W.L.R. 897, [1961] 45 Cr.App.R. 113, [1961] WL 21142, [1962] A.C. 220.

House of Lords 14 June 1972, *Knüller Ltd v. DPP*, [1972] 56 Cr. App. R. 633.

Cass.fr. 17 Novembre 1992, n° 91-84.848, *JurisData* 1992, n° 002740.

Cass.fr. 17 Octobre 2001, n° 01-81.698, *JurisData* 2001, n° 011781.

Cass.fr. 3 Février 2004, n° 03-84.825, *JurisData* 2004, n° 022448, obs. M. VÉRON.

Cass.fr. 12 Octobre 2005, n° 05-80.713, *JurisData* 2005, n° 030703.

Conseil d'Etat 30 Décembre 1996, n° 151626, *JurisData* 1996, n° 051656.

Amiens (4^e ch.) 30 Juillet 1991, n° 733, *JurisData* 1991, n° 048023.

Court of Appeal (Cr.Div.) 27 September 1996, *R. v. Fellows*, [1997] 1 Cr. App. R. 244.

Paris (11^e ch.) 13 Mai 1998, n° 8668/97, *JurisData* 1998, n° 021413.

Paris (13^e ch.) 17 Janvier 2001, *JurisData* 2001, n° 141411.

Court of Appeal (Cr.Div.) 12 July 2001, *R. v. Goldman*, No. 00/2616/W1, [2001] EWCA Crim 1684.

Paris (13^e ch.) 2 Avril 2002, n° 01/03637, *JurisData* 2002, n° 172666.

Paris (25^e ch.) 17 Mai 2002, n° 2000/15794, *JurisData* 2002, n° 198857.

Rouen 19 Janvier 2005, n° 04/01080, *JurisData* 2005, n° 280156.

Rennes (13^e ch.) 7 Juillet 2006, n° 06/00516, *JurisData* 2006, n° 307883.

Paris (13^e ch.) 16 Octobre 2006, n° 06/01712, *JurisData* 2006, n° 319697.

Paris (13^e ch.) 27 Mars 2007, n° 06/01990, *JurisData* 2007, n° 335427.

Douai (4^e ch.) 19 Septembre 2007, n° 06/03866, *JurisData* 2007, n° 345773.

Paris (13^e ch.) 10 Décembre 2007, n° 06/09390, *JurisData* 2007, n° 352353.

Court of Appeal (Cr.Div.) 14 December 2007, No. 2007/04039/A7, *R. v. Moir*, [2007] EWCA Crim. 3317.

Pau 9 Avril 2009, n° 08/00678, *JurisData* 2009, n° 005894.

Aix-en-Provence (13^e ch.) 15 Avril 2009, n° 677/D/2009, *JurisData* 2009, n° 003738.

Paris (1^{er} ch.) 2 Juin 2009, n° 08/10712, *JurisData* 2009, n° 008691.

Gerechtshof 's-Hertogenbosch 23 juni 2009, nr. 20-002704-06, www.rechtspraak.nl.

Toulouse (3^e ch.) 17 Décembre 2009, n° 09/1345, *JurisData* 2009, n° 380907, obs. A. LEPAGE.

Toulouse (3^e ch.) 12 Janvier 2010, n° 2010/43, *JurisData* 2010, n° 380928, obs. A. LEPAGE.

Paris (8^e ch.) 12 Avril 2010, n° 09/11685, *JurisData* 2010, n° 008930, obs. A. LEPAGE.

Court of Appeal (Cr.Div.) 21 September 2011, No. 2011/01316/A5, *R. v. Hodson*, [2011] EWCA Crim. 2120.

Court of Appeal (Cr.Div.) 28 Octobre 2011, No. 2011/03607/A1, *R. v. Spink*, [2011] EWCA Crim. 2599.

Court of Appeal (Cr.Div.) 24 November 2011, No. 2010/05716/D3, *R. v. M.*, [2011] EWCA Crim 2752.

Divisional Court (Queen's Bench) 8 March 2000, *Atkins v. DPP*, [2000] 1 W.L.R. 1427 and [2000] 2 Cr. App. R. 248.

TGI Paris 12 Mai 2003, *Lorie c/ G.S. et SA Wanadoo Portails*, www.juriscom.net.

Rechtbank Arnhem 20 januari 2005, nr. 05/061684-03, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Zutphen 30 augustus 2006, nr. 06/460284-06, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Breda 5 maart 2009, nr. 02/628386-08, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Amsterdam 23 september 2009, nr. 13/447028-08, www.rechtspraak.nl.

Divisional Court 10 February 2010, *DPP v. Fearon*, [2010] EWHC 340 (Admin), [2010] 2 Cr. App. R. 22, (2010) 174 J.P. 145 and [2010] A.C.D. 39.

Rechtbank Zwolle 8 juni 2010, nr. 07.653032-10, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Arnhem 8 september 2010, nr. 05/900192-09, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Zwolle 3 maart 2011, nr. 07.662437-10, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Rotterdam 6 oktober 2011, nr. 10/700028-10, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Assen 20 december 2011, nr. 19.605348-11, www.rechtspraak.nl.

Rechtbank Zutphen 24 januari 2012, nr. 06/850686-11, www.rechtspraak.nl.

Voorzieningsrechter Amsterdam 24 augustus 2006, nr. 346061/KG 06-1177, www.rechtspraak.nl.

Ofcom Content Sanctions Committee 8 January 2007, Notice of Revocation of Television Concepts Ltd (TLCS746), www.ofcom.org.uk.

Ofcom 7/8 May 2007, House of Fun, www.ofcom.org.uk.

CSA 12 Janvier 2009, NT1, www.csa.fr.

CSA 3 Février 2010, El Hob, www.csa.fr.

CSA 4 Mai 2010, 4U India, www.csa.fr.

CSA 27 Mai 2010, NT 1, www.csa.fr.

CSA 4 Octobre 2011, Strip TV, www.csa.fr.

ASA Adjudication 5 April 2006, Acumen partners t/a Eckoh Technologies, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 19 April 2006, Acumen partners t/a Live Lines, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 24 May 2006, Look4Love TV t/a Babestar.tv Live XXX, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 11 July 2007, No. 25799, Blue Stream Mobile, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 11 July 2007, No. 28285, Rayshield, www.asa.org.uk.

RCC 12 juli 2007, nr. 2007/07.0269, www.reclamecode.nl.

RCC 5 november 2007, nr. 2007/07.0499, www.reclamecode.nl.

RCC 18 februari 2008, nr. 2008/07.0678, www.reclamecode.nl.

ASA Adjudication 10 September 2008, No. 59810, QuantuMobile, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 8 July 2009, No. 91902, Mytxt.co.uk t/a Flirtal.com, www.asa.org.uk.

RCC 3 september 2009, nr. 2009/00473, www.reclamecode.nl.

ASA Adjudication 30 September 2009, nr. 99948, Candywall, www.asa.org.uk.

RCC 21 mei 2010, nr. 2010/00282, www.reclamecode.nl.

ASA Adjudication 14 July 2010, No. 121345, Playboy TV UK, www.asa.org.uk.

ASA Adjudication 10 November 2010, No. 137274, Bang Channels t/a Tease Me 2, www.asa.org.uk.

JDP 23 Mars 2011, n° 102/11, Flirtfair, www.jdp-pub.org.

3. Doctrine

ACHILLEAS, P., "Internet et libertés", *JCL.Lib.* 2007, fasc. 820.

ASHFORD, C., "Sex work in cyberspace: who pays the price?", *I&CTL* 2008, vol. 17, No. 1, 37-49.

ASHFORD, C., "Male sexwork and the internet effect: time to re-evaluate the criminal law?", *JCL* 2009, 258-280.

AUTIN, J.L., "Nouvelles technologies de communication", *JCl.Adm.* 2010, fasc. 274-12.

AUVRET, P., "Application de la loi de 1881 à la communication en ligne. Responsables des délits de presse", *JCl.Comm.* 2006, fasc. 4865.

ANGEVIN, H., "De quelques autres circonstances aggravantes", *JCl.Pén.* 2007, fasc. 1.

BARRETT, D., "Young people and prostitution: perpetrators in our midst", *IRLCT* 1998, vol. 12, No. 3, 475-486.

BARSBY, C., “Incitement: company advertising pornographic video tapes - defendant ordering a tape in response to advertisement” (commentary on Court of Appeal (Cr.Div.) 12 July 2001), *Crim. L.R.* 2001, 822-823.

BOONE, R., “Seksueel strafrecht beschermt individuele vrijheid én slachtoffers seksueel misbruik”, *Juristenkrant* 5 november 2003, afl. 77.

BROOKS-GORDON, B., “Erotic Dancing”, 5 Octobre 2010, London, www.iusw.org.

CANNIE, H. en VOORHOOF, D., “Audiovisuele media, reclame en minderjarigen. Veel regels, maar weinig toezicht”, *TJK* 2010, afl. 3, 169-176.

CLAVERIE-ROUSSET, C., “La légalité criminelle”, *Dr.Pén.* 2011, n° 9, étude 16.

DEBOVE, F., “L’overdose législative”, *Dr.Pén.* 2004, n° 10, étude 12, n° 4.

DELBROUCK, I., “Openbare schennis van de goede zeden” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2002, 211-222.

DELBROUCK, I., “Bederf van de jeugd en prostitutie” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2004, 23-58.

DERIEUX, E., “Communication au public en ligne”, *JCl.Comm.* 2006, fasc. 1300.

DESMET, E., *De rol van pornografie in seksuele geweldpleging*, onuitg. masterproef UGent 2010-11, 76 p.

DE HERT, P. en BODARD K., “Internetmisdaad: een uitdaging? Situering van de problematiek aan de hand van (kinder)pornografie”, *AJT-Dossier* 1996-97, afl. 7, 97-124.

DE NAUW, A., “De misdrijven van de Wet van 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen” in MOEYKENS, F. (ed.), *De praktijkjurist*, Gent, Academia Press, 2003, 41-56.

DE NAUW, A., *Inleiding tot het bijzonder strafrecht*, Mechelen, Kluwer, 2010, XXIV+471 p.

DISPA, A., “Strafrechtelijke meerderjarigheid” in X., *Postal Memorialis. Lexicon strafrecht, strafvordering en bijzondere wetten*, Kluwer, 2004, 147-156.

DUVERT, C., “Racolage public”, *JCl.Pén.* 2007, fasc. 20.

DYSON, S., “The murky state of classified ads in Britain’s regional press”, *IRLCT* 2011, vol. 25, No. 1 and 2, 27-32.

ENRICH MAS, M., *The protection of minors under the Convention on human rights: analysis of case-law*, Straatsburg, Raad van Europa, Doc. H (90) 7.

GEVAERT, S., *Vrijheid van handel*, onuitg. masterproef UGent 2009-10, 79 p.

- GILLIES, P., *The Law of criminal conspiracy*, Sydney, the Federation Press, XVI+273p.
- HAECK, A., *Kinderrechten inzake seksualiteit*, onuitg. masterproef Rechten UGent, 2008-09, 127 p.
- HUTSEBAUT, F., “Kinderpornografie in het Belgisch strafrecht”, *T.Strafr.* 2000, 185-200.
- JANSSENS, A.L.J. en NIEUWENHUIS, A.L., *Uitingsdelicten*, Groningen-Amsterdam, Kluwer, 2005, XX+265p.
- JASPAERT, P., *Ethiek en zelfdisciplineren*, www.conseildelapublicite.be.
- KAMINA, P., “Cadre administratif. Communication audiovisuelle”, *JCl.Prop.litt.* 2011, fasc. 1080.
- LEFAIBLE, C., *Reclame en zelfregulering: een voldoende draagvlak?*, onuitg. masterproef Communicatiewetenschappen UGent, 2010-11, 85 p.
- LEPAGE, A., “Un an de droit pénal des nouvelles technologies”, *Dr.Pén.* 2007, n° 12, chron. 6.
- LEPAGE, A., “Un an de droit pénal des nouvelles technologies”, *Dr.Pén.* 2009, n° 12, chron. 11.
- LEPAGE, A., “Un an de droit pénal des nouvelles technologies”, *Dr.Pén.* 2010, n° 12, chron. 10.
- LEPAGE, A., “Prostitution” (observation sur Paris (1^{er} ch.) 2 Juin 2009), *Comm.com.électr.* 2009, n° 12, comm. 118.
- LEPAGE, A., “Application à l'Internet de l'article 227-24 du Code penal. Protection des mineurs” (note sur Toulouse (3^e ch.) 12 Janvier 2010), *Comm.com.électr.* 2010, n° 6, comm. 65.
- LEPAGE, A., “Proxénétisme” (observation sur Toulouse (3^e ch.) 17 Décembre 2009), *Comm.com.électr.* 2010, n° 6, comm. 68.
- LEPAGE, A., “Envoi à un mineur de messages pornographiques” (observation sur Paris (8^e ch.) 12 Avril 2010), *Comm.com.électr.* 2010, n° 10, comm. 102.
- ORMEROD, D., “DPP v Fearon: public nuisance - single incident of soliciting”, *Crim.L.R.* 2010, 646.
- PATHERSON, S., ”Plans by the Labour Party to criminalise adverts for sex services have been found to duplicate existing common law”, <http://stephenpaterson.wordpress.com>.
- PELLETIER, H., “Atteinte à la privée”, *JCl.Pén.* 2008, fasc. 20.
- RASSAT, M.L., “Mise en péril des mineurs”, *JCl.Pén.* 2008, fasc. 20.
- RASSAT, M.L., “Proxénétisme et infractions qui en résultent”, *JCl.Pén.* 2009, fasc. 20.
- RAYMOND, G., “Publicité: Règles Générales”, *JCl.Comm.* 2002, fasc. 930.
- ROMAN, D., “Droit au respect de la vie privée, du domicile et de la correspondance”, *Jcl.Lib.* 2007, fasc. 640.

ROUMIER, W., “Vers la création d'un délit sanctionnant le recours à la prostitution”, *Dr.Pén.* 2011, n° 5, alerte 20.

ROUMIER, W., “Proposition de résolution réaffirmant la position abolitionniste de la France en matière de prostitution”, *Dr.Pén.* 2012, n° 1, alerte 6.

SOTTIAUX, S., “Recente ontwikkelingen in de Europese rechtspraak inzake seksuele betrekkingen: een gemiste kans?”, *TBP* 2001, afl. 6, 375-383.

SOTTIAUX, S., “Straatsburg beschermt sadomasochisme”, *Juristenkrant* 9 maart 2005, afl. 105.

STEVENS, L., *Strafrecht en seksualiteit. De misdrijven inzake aanranding van de eerbaarheid, verkrachting, ontucht, prostitutie, seksreclame, zedenschennis en overspel*, Antwerpen, Intersentia, 2002, XXV+601 p.

STOL, W.PH., KASPERSEN, H.W.K., KERSTENS, J., LEUKFELDT, E.R. en LODDER, A.R., *Filteren van kinderporno op internet. Een verkenning van technieken en reguleringen in binnen- en buitenland*, www.surfwijzer.nl.

VANDROMME, S., “Strafrechter breekt lans voor wettelijke regeling exploitatie voor prostitutie”, *Juristenkrant* 25 juni 2003, afl. 72, 6-7.

VANDE LANOTTE, J. en HAECK, Y. (eds.), *Handboek EVRM*, Deel 2, vol. I, Antwerpen-Oxford, Intersentia, 2004, xii+1066 p.

VAN DE MEULEBROECKE, O., “Publicité et proxénétisme”, *JT* 1994, 139-140

VAN EIJK, N.A.N.M. et al., *Op weg naar evenwicht. Een onderzoek naar zorgplichten op het internet*, www.ivir.nl.

VERMEULEN, G., “Verbod op seksadvertenties en 077-lijnen”, *Pan.* 1995, 269-273.

VERMEULEN, G. (ed.), *Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen*, Antwerpen, Maklu, 2001, 699 p.

VERMEULEN, G. en DHONT F., “Bescherming van minderjarigen via het strafrecht. Verdiensten en beperkingen van de wet van 28 november 2000 betreffende de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen”, *T.Strafr.* 2002, afl. 3, 124-136.

VERMEULEN, G., “Strenger en ook beter? Over de fragmentarische aanscherping van de strafrechtelijke bescherming van minderjarigen in de Wet van 28 november 2000” in X., *Gandaius Actueel VII*, Mechelen, Story Scientia, 2002, 1-27.

VERMEULEN, G., “Strafrechtelijke bescherming van minderjarigen en verhoogde internationale bescherming van kinderen tegen seksuele exploitatie” in B. DE RUYVER (voorzitter), *Gandaius Permanente Vorming. Update in de criminologie: jongeren en criminaliteit*, Gent, 14 november 2002.

VERMEULEN, G. (ed.), *Betaalseksrecht: naar regulering of legalisering van niet-problematische prostitutie*, Antwerpen, Maklu, 2007, 616 p.

VERMEULEN, G. en KETELS, B., “Schiet niet op de hoerenloper”, *Juristenkrant* 25 mei 2011, 14-15.

VÉRON, M., “Diffusion d'un message pornographique susceptible d'être vu par un mineur. Mise en péril des mineurs” (observation sur Cass.fr. 3 Février 2004), *Dr.Pén.* 2004, n° 6, comm. 82.

VOORHOOF, D., “Hof van Cassatie wil geen reclame voor prostitutie”, *Juristenkrant* 30 januari 2002, afl. 42, 13.

VOORHOOF, D. en VALCKE, P., *Handboek Mediarecht*, Brussel, Larcier, 2011, 686 p.

WACHSMANN, P., “Liberté d'expression”, *JCl.Civ.* 2008, fasc. 30.

WATTIER, I., “Etat de droit pénal des mœurs après la loi relative à la protection pénale des mineurs et questions critiques. De la protection de la morale sexuelle à la protection de l'intégrité sexuelle des mineurs?”, *Ann.dr.Louvain* 2002, afl. 62, 81-145.

4. Andere bronnen

DSB, Statistieken inzake de evolutie van seksuele misdrijven, www.dsb-spc.be.

BONTINCK, D. en HUYGHE, W., “Rechter laat uitbaatster escortebureau vrij omdat uitgevers seksadvertenties publiceren”, *Het Nieuwsblad* 31 augustus 2005.

VAN EECKE, P., “Over spim en spam. De anti-spamwetgeving in België”, 12 oktober 2006, www.itprofessional.be/blogs/61615/over-spim-en-spam.

SLOB, A., “Na belspel ook seksdating van de buis”, 26 november 2007, <http://arieslob.christenunie.nl/k/news/view/187476>.

“UK should outlaw paying for sex”, 20 December 2007, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/7153358.stm>.

CvdM, Jaarverslag 2008, www.cvdM.nl.

DE GRAAF, H. et al., “Seksualisering: reden tot zorg? Een verkennend onderzoek onder jongeren”, Utrecht, 2008, www.nji.nl/publicaties/RapportSeksualisering.pdf.

DE GRAAF, H. et al., “Onderzoek naar seksualisering. Conclusies en aanbevelingen op basis van verschillende deelstudies uitgevoerd door Rutger Nisso Groep, MOVISIE, Nederlands Jeugdinstituut en E-Quality”, Utrecht, 2009, www.rijksoverheid.nl.

CvdM, Metatoezicht NICAM 2009, www.cvdM.nl.

“Google verdient goed aan seksadvertenties”, 17 juli 2009, <http://www.ad.nl/ad/nl/5601/TV-Radio/article/detail/2034168/2009/07/17/Google-verdient-goed-aan-seksadvertenties.dhtml>.

Koppen XL, VRT 6 juni 2010.

CALLEWAERT, C., “Persgroep van Van Thillo verdient al tien jaar miljoenen euro aan illegale seksadvertenties”, *De Morgen* 21 november 2010.

VAN DEN ANKER, M., “Strengere regels voor seksadvertenties”, 18 maart 2011, www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/opinie/columns/strengere-regels-voor-seksadvertenties.912641.lynkx.

BENSCHOP, A., “Chatroulette: videochatten met wildvreemden”, Universiteit Amsterdam, 12 april 2011, www.sociosite.org/chatroulette.php.

Kinderrechtencommissariaat, “Dossier Jongeren en Seksualiteit”, mei 2011, www.jeugdseksualiteit.be.

HOMANS, L., “Bordeelbezoek bestraffen is geen oplossing”, 11 mei 2011, www.liesbethhomans.be/citaten/bordeelbezoek-bestrafen-geen-oplossing.

AMPE, E., “Baas in eigen bordeel”, 12 mei 2011, www.elsampe.be/news.php?home_page_news_id=121.

DE CONINCK, K., “Meisjes van megabordeel Villa Tinto vrezen strafbaar bordeelbezoek”, *Het Nieuwsblad* 14 mei 2011.

Vragenlijst parket Gent, zie Bijlage.

VRAGENLIJST PARKET GENT

VRAGEN

1. Uit de statistieken van de DSB blijkt dat de strafbaarstellingen inzake seksreclame slechts sporadisch worden vervolgd, met name 8 zaken in de jaren 2002 en 2003. Gegevens over de jaren 2004 tot nu heb ik echter niet kunnen vinden. Hoe is dit cijfer in de laatste jaren geëvolueerd?
2. Uit verschillende teksten van professor VERMEULEN e.a., blijkt dat tot dan toe nog geen enkele reclame voor seksuele diensten verleend bij wege van één of ander telecommunicatiemiddel werd vervolgd. Is dit nu, ruim tien jaar later, nog steeds het geval? Of zijn er zaken bekend waarin de reclame voor sekslijnen en dergelijke wel degelijk werd vervolgd?
3. Wat is het precieze beleid inzake reclame voor seksuele dienstverlening? Op een recente parlementaire vraag werd immers door de minister van Justitie geantwoord dat de geringe toepassing – van voornamelijk de eerste paragrafen van art. 380*ter* Sw. – het gevolg is van een jarenlang gedoogbeleid die in november 2002 door het College van procureurs-generaal werd bevestigd. Er zou geen prioriteit bestaan in de vervolging van seksreclame, behalve in de gevallen dat het kinderprostitutie, uitbuiting van prostitutie, mensenhandel of sekstoerisme betreft. Klopt dit? Ik kan immers nergens deze ‘bevestiging’ van het College terugvinden.
4. Wat zijn de redenen van de sporadische vervolging inzake seksreclame?
5. In de gevallen waarin de reclame effectief werd vervolgd, werd dan steeds slechts de uitgever van de reclame verantwoordelijk geacht, zoals in de bekende zaak van Het Laatste Nieuws, of werden ook reeds prostituees zelf wegens reclame voor hun diensten veroordeeld?
6. Als argument tegen het reclameverbod worden vaak de contraproductieve effecten aangehaald. De seksadvertenties zouden immers bijdragen tot de opsporing en vervolging van mensenhandelcircuits die vaak achter prostitutie en ander seksuele dienstverlening schuilgaan. Klopt deze stelling? Worden vaak mensenhandelcircuits en/of andere criminele netwerken dankzij seksreclame opgespoord?
7. Is er enige samenwerking met andere actoren uit de reclame- en mediasector die op dit vlak actief zijn?
8. Vindt u dat het strafrechtelijk verbod zou moeten worden afgeschaft, zodat de problematiek zou worden overgelaten aan de sector zelf, of ziet u een meerwaarde in de strafbaarstelling van art. 380*ter* Sw.?

ANTWOORDEN

1. In 2006 heeft de DSB aanbevelingen geformuleerd inzake prostitutie; waarbij statistieken werden opgesteld met betrekking tot alle inbreuken die met prostitutie verbonden zijn, waaronder het artikel 380ter SW. Sindsdien werden geen nieuwe gegevens gepubliceerd. Wat de evolutie van het cijfer betreft specifiek voor artikel 380 ter kan gesteld worden dat er een status quo zal zijn gelet op de richtlijnen inzake vervolging.
De reclame voor seksuele dienstverlening is een op zich alleenstaande inbreuk maar dient gezien te worden als een aspect van een groter geheel voor wat betreft strafvervolging.

2. zie antwoord geformuleerd onder vraag 1

3. 4. 5. 6. 7.

Het is inderdaad zo dat advertenties die betrekking hebben op kinderprostitutie, seksuele uitbuiting van kinderen en volwassenen in het kader van mensenhandel en sekstoerisme dienen vervolgd te worden, maar hier zal de afweging worden gemaakt of het volstaat om de adverteerder te vervolgen. Vandaar dat in het antwoord op vraag 1 wordt gesteld dat de advertenties dienen geplaatst te worden in een groter geheel.

Samen met de lokale en de federale politie en de parketten werden instrumenten ontwikkeld, zoals aangegeven door de Minister, om de herkomst van de advertenties te onderzoeken, om publiciteit van verdoken vormen van seksuele diensten te ontdekken en om situaties van seksuele uitbuiting te herkennen. De opvolging van deze advertenties maakt het ook mogelijk om nieuwe trends in beeld te brengen.

Wat het parket Gent betreft werden ingevolge een geïntegreerd project rond webcam twee personen vervolgd en veroordeeld in de afgelopen jaren. Het uitgangspunt bestond in de opvolging van de advertenties rond webcam en het aanbieden van seksuele diensten voor de webcam. Het uitpluizen van de advertenties heeft het mogelijk gemaakt om tientallen slachtoffers te identificeren, allen meerderjarig, en om de uitbuiters te vervolgen en veroordelingen te bewerkstelligen.

Het webcamproject dat lokaal in het gerechtelijk arrondissement Gent werd ontwikkeld wordt nu overgenomen in het NVP van de FGP (2013-2015) onder de noemer van seksuele uitbuiting in het kader van mensenhandel als één van de vele concrete projecten.

8. Mijn ambt vindt het niet raadzaam om het strafrechterlijk verbod op reclame voor seksuele diensten op te heffen, de finaliteit van de vervolging moet in elk concreet dossier afgewogen worden. De wetgever had in 1995 een specifiek doel voor ogen en inmiddels zijn we 17 jaar later, met een veranderd maatschappij beeld, maar de strafbaarstelling van de betrokken reclame heeft naast het bestaan in de letter ook een symbolische waarde en is tevens een drukkingmiddel.

Ann Lukowiak

Substituut – Referentiemagistraat Mensenhandel