

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

520

Vragen van de leden **Huizing** en **Van Miltenburg** (beiden VVD) aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *het vermeende ontbreken van regelgeving voor en toezicht op advertorials in televisieprogramma's ten aanzien van financiële producten* (ingezonden 4 oktober 2011).

Antwoord van minister **Van Bijsterveldt-Vliegenthart** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) (ontvangen 2 november 2011).

Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van de ophef rondom het via advertorials, advertenties in de vorm van een redactioneel artikel dan wel interview of documentaire, promoten van risicovolle financiële producten in televisieprogramma's?

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Kunt u bevestigen dat aanbieders van financiële producten consumenten bij reclame-uitingen verplicht moeten wijzen op de risico's die verbonden zijn aan een beleggingsproduct? Vindt u dat een «advertorial» op tv gezien moet worden als een reclame-uiting en daarom zou moeten vallen onder de regels van de Nederlandse Reclame Code? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2

De Wet op het financieel toezicht (art. 52, lid 2 Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen, Wft) bepaalt dat wanneer een aanbieder van financiële producten in een reclame-uiting via de televisie informatie over een complex product verschaft, deze dient te voorzien van informatie over de belangrijkste risico's die met deze producten samenhangen. Een advertorial is een specifieke vorm van een advertentie en daarmee een reclame-uiting die valt onder de regels van de Nederlandse Reclame Code (NRC) en de Wft.

Vraag 3

Wat is de definitie, in termen van de Nederlandse Reclame Code, van een advertorial?

Antwoord 3

De NRC hanteert de volgende definitie: Een advertentievorm waarbij het gaat om redactionele inhoud in de media, die mogelijk door de opmaak zich onvoldoende onderscheidt van de overige redactionele artikelen. Ter verduidelijking dient daarboven het woord advertorial geplaatst te worden om te voldoen aan art. 11 van de NRC (inzake herkenbaarheid van reclame). Voor reclame in audiovisuele media dient deze herkenbaarheid gestalte te krijgen door optische en/of akoestische middelen waarmee deze duidelijk gescheiden wordt van de rest van het programma-aanbod.

Vraag 4

Kunt u bevestigen dat in gedrukte media via de duidelijke toevoeging «advertorial» aan de consument duidelijk gemaakt moet worden dat een als journalistiek gepresenteerd artikel in feite een advertentie is? Gelden voor televisie, radio en internet dezelfde regels? Zo nee, waarom niet? Zo ja, wie controleert en handhaaft de naleving van deze regels?

Antwoord 4

Ja. Uit art. 11 van de NRC volgt dat reclame (en dus ook een advertorial) duidelijk als zodanig herkenbaar dient te zijn, door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins, mede gelet op het publiek waarvoor zij is bestemd. De NRC maakt daarbij geen onderscheid in platform; dit geldt dus zowel voor gedrukte media, televisie, radio alsook internet. Op grond van de Mediawet 2008 (art. 2.92 en art. 3.6) zijn zowel publieke als commerciële mediadiensten die reclame uitzenden verplicht aangesloten bij de NRC. Uit deze aansluitingsplicht vloeit voort dat zij daarmee gebonden zijn aan de regels van de NRC. Daarnaast is de eis van herkenbaarheid van reclame ook in de Mediawet 2008 opgenomen (art. 2.94, lid 1, en art. 3.7, lid 1) en is voor de publieke mediadiensten expliciet opgenomen dat de regels rond reclame ook van toepassing zijn op overige publieke mediadiensten, bijvoorbeeld op internet (artikel 2.98). Toezicht op de naleving van de NRC gebeurt op basis van ingediende klachten door de Reclame Code Commissie. Het Commissariaat voor de Media ziet erop toe dat omroepen – voor zover ze onder de Nederlandse jurisdictie vallen – de Mediawet naleven.

Vraag 5

Klopt het dat sommige televisieprogramma's bedrijven en anderen de mogelijkheid bieden om tegen betaling geïnterviewd te worden. Valt een op dergelijke wijze tot stand gekomen interview, naar uw oordeel onder de definitie van een advertorial? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 5

Wanneer dit gebeurt en er wordt wervend gesproken over (specifieke) producten en diensten van deze bedrijven, dan betreft dit een reclame-uiting. Deze zal dan moeten voldoen aan alle regels die daarvoor gelden, voortvloeiend uit de Wft (in geval van financiële producten en/of diensten), de NRC en de Mediawet.