

De voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA DEN HAAG

Den Haag
14 maart 2008

Ons kenmerk
MLB/M/2008/7996

Uw brief van
12 februari 2008

Uw kenmerk
2070811250

Onderwerp
vragen leden Atsma en Sterk (beiden CDA)

Hierbij zend ik u, mede namens de Minister voor Jeugd en Gezin, Staatssecretaris van Economische Zaken en de Minister van Justitie, de antwoorden op de vragen van de kamerleden Atsma en Sterk (beiden CDA) over reclame gericht op kinderen op internet (12 februari 2008).

De vragen werden mij toegezonden bij uw bovenaangehaalde brief met kenmerk 2070811250.

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

dr. Ronald H.A. Plasterk

Antwoorden op de schriftelijke vragen van de leden Sterk en Atsma (beiden CDA) aan de ministers van Onderwijs Cultuur en Wetenschap, Jeugd en Gezin en de Staatssecretaris van Economische Zaken over reclame gericht op kinderen op internet. (Ingezonden 12 februari 2008, kenmerk 2070811250)

1

Kent u het rapport 'Gratis! (maar niet heus)' van de Stichting Mijn Kind Online?

Ja.

2

Wat vindt u van één van de conclusies uit het rapport dat commerciële websites vol staan met reclame voor kinderen die in strijd zijn met de regelgeving?

Misleidende reclame vind ik onwenselijk, ongeacht het platform of doelgroep. Misleidende reclame is op grond van het Burgerlijk Wetboek (artikel 6:194 BW) en de Nederlandse Reclame Code (artikel 7) niet toegestaan. Het oordeel of de desbetreffende reclame-uitingen waarnaar in het onderhavig rapport verwezen wordt, misleidend zijn, is aan de Reclame Code Commissie (RCC). Wanneer naar het oordeel van de RCC een reclame misleidend is en de desbetreffende adverteerder deze niet aanpast, of recidive pleegt, kan de Consumentenautoriteit desgewenst optreden. Consumenten kunnen ook zelf een actie uit onrechtmatige daad starten bij de burgerlijke rechter.

Na inwerkingtreding van het wetsvoorstel oneerlijke handelspraktijken¹ zal misleidende reclame jegens consumenten op grond van deze wet beoordeeld worden.

3

Uit het rapport blijkt dat via tikfout-domeinen, zoals www.pokemom.nl en www.sesamstaat.nl kinderen vaak ongepaste reclame, zoals advertenties voor porno-websites, tegenkomen. Wat vindt u hiervan?

Het is onwenselijk dat kinderen door een tikfout onbewust en ongewild op een internetsite komen die niet voor hen is bedoeld. De partij die de oorspronkelijke domeinnaam bezit, kan hiertegen optreden. Er kan sprake zijn van inbreuk op het merkenrecht. Voor de .nl domeinnamen kan hiervoor een klacht worden ingediend via de Stichting Internet Domeinnaamregistratie Nederland (SIDN). Volgens de reglementen van SIDN kan eenieder die van mening is dat een domeinnaamhouder door de registratie en/of het gebruik van één of meer (persoons)domeinnamen inbreuk maakt op zijn Benelux merkrecht of een Nederlands handelsnaamrecht, een arbitrageprocedure instellen bij het Scheidsgerecht Domeinnamen. Er is ook jurisprudentie waarbij een partij die een tikfout-domein beheerde, deze moest afstaan aan de merkrechthouder.

1.1.1

¹ Kamerstukken I 2007/08, 30 928, A (aanpassing van de Boeken 3 en 6 van het Burgerlijk Wetboek en andere wetten aan de richtlijn betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt)

4

Wat vindt u van het oordeel van de Reclame Code Commissie en de Stichting Mijn Kind Online dat ringtone-reclames op populaire sites misleidend zijn? Bent u van plan om maatregelen te treffen? Zo ja, welke?

Het vormen van een oordeel over inhoud van reclame-uitingen en of deze al dan niet misleidend zijn is aan de Reclame Code Commissie (RCC), de Consumentenautoriteit dan wel aan de burgerlijke rechter. Naar aanleiding van enkele door de Consumentenautoriteit ingediende klachten, heeft de RCC deze in behandeling genomen en hierover recentelijk haar oordeel uitgesproken. De Consumentenautoriteit is in grote lijnen in het gelijk gesteld. Dit heeft ertoe geleid dat de reclame-uitingen waar de klachten over gingen, inmiddels zijn aangepast.

Daarnaast voert de Consumentenautoriteit op basis van artikelen 8.2 en 8.5 van de Wet handhaving consumentenbescherming onderzoeken uit naar de naleving van informatieverplichtingen bij reclames van aanbieders van SMS diensten. Op dit moment wordt door internetproviders en ringtone-aanbieders de laatste hand gelegd aan een nieuwe gedragscode met betrekking tot SMS-diensten. De Stichting Mijn Kind Online is betrokken bij de totstandkoming van deze gedragscode. In deze nieuwe code worden ook afspraken gemaakt over reclame-uitingen. Zo moet direct duidelijk zijn of het om een abonnementsdienst gaat, wat de kosten zijn van de dienst en hoe de consument zich kan afmelden. De afspraken over reclame-uitingen zijn tevens vastgelegd in de reclamecode voor SMS-diensten. De Stichting Reclame Code zal toezicht houden op de handhaving ervan. Naar verwachting zullen de SMS-gedragscode en de reclamecode voor SMS-diensten in maart 2008 worden vastgesteld. Hierin zie ik een bevestiging van het vertrouwen in de werking van het zelfregulerende kader door marktpartijen. Er is daarom geen reden om vanuit de overheid aanvullende maatregelen te treffen. Te meer omdat de ervaring leert dat, wanneer een branche maatregelen neemt in de vorm van een bijzondere reclame code, de misleiding sterk, zo niet geheel afneemt. Ik wijs in dat kader bijvoorbeeld op de gedragscode "reisaanbiedingen" die door de reissector in overleg met de Consumentenbond en het Ministerie van Economische Zaken tot stand is gebracht.

Tenslotte wijs ik erop dat het wetsvoorstel oneerlijke handelspraktijken expliciet verbiedt kinderen in een reclame rechtstreeks aan te zetten geadverteerde producten te kopen of hun ouders (of andere volwassenen) tot de aanschaf van die producten te bewegen (artikel 193i, onder e). De Consumentenautoriteit zal samen met de Autoriteit Financiële Markten (financiële diensten) als toezichhoudende en handhavende instantie van deze wetgeving optreden. De Consumentenautoriteit heeft in haar Agenda voor 2008 de handhaving van de aanstaande wet oneerlijke handelspraktijken als prioriteit benoemd. Als onderdeel daarvan zal de Consumentenautoriteit expliciet kijken naar praktijken die gericht zijn op kwetsbare consumenten, waaronder kinderen. Indien nodig zal de Consumentenautoriteit klachten indienen bij de RCC, dan wel bij herhaling van overtreding of het niet nvolgen van een uitspraak van de RCC zelf handhavend optreden.

5

Eén van de bevindingen uit het rapport is dat kinderen wordt gevraagd om namen en emailadressen van vriendjes en vriendinnetjes door te geven. Dit is in strijd met de privacywetgeving. Wat vindt u van deze acties?

Indien sprake is van strijdigheid met de privacywetgeving, acht ik dit ongewenst. Overigens is conform de Telecommunicatiewet (art. 11.7) het versturen van ongevraagde elektronische berichten van commerciële, ideële of charitatieve aard naar natuurlijke personen toegestaan, mits de verzender kan aantonen dat de desbetreffende abonnee daar zelf vooraf toestemming voor heeft verleend. Het oordeel of daadwerkelijk sprake is van overtreding van de privacywetgeving, is aan het College Bescherming Persoonsgegevens (CBP). Het CBP houdt toezicht op de naleving en toepassing van de Wet bescherming persoonsgegevens. Ik heb het CBP gewezen op het rapport van Mijn Kind Online en verzocht om –indien hiertoe voldoende aanleiding en grond voor blijkt- de zaak te onderzoeken.

6

Bent u van plan om maatregelen te treffen tegen deze reclame-uitingen? Zo ja, welke?

Voor misstanden in reclame-uitingen zijn al de nodige instanties die erop toezien dat deze niet voorkomen en waar klachten kunnen worden ingediend. Zie hiervoor het antwoord op vraag 4. In het onderhavige rapport wordt hiernaar ook verwezen.

7

Deelt u de mening dat de kinder- en jeugdreclamecode aangepast moet worden?

De Kinder- en jeugdreclamecode biedt aanknopingspunten om gesignaleerde misstanden in reclame gericht op kinderen aan te pakken. Iedereen die van mening is dat een reclame daarmee in strijd is, kan een klacht indienen om de mogelijke overtreding te laten vaststellen. Op het moment dat een overtreding is geconstateerd door de Reclame Code Commissie (RCC), gaat de Afdeling Monitoring en Compliance van de Stichting Reclame Code (SRC) aan het werk. Dit houdt o.a. in dat contact wordt opgenomen met de adverteerder en wordt besproken dat de adverteerder de veroordeelde uiting niet meer gebruikt. Indien nodig wordt ook aangegeven op welke wijze de adverteerder voortaan overtreding van de code kan voorkomen. In het uiterste geval, zoals bij herhaling van overtreding of het niet naleven van een uitspraak van de RCC, kan op basis van een samenwerkingsovereenkomst tussen de SRC en de Consumentenautoriteit, de SRC de zaak doorverwijzen naar de Consumentenautoriteit.

Overigens wordt zowel door de ministeries voor Jeugd en Gezin en van VWS als in Europees verband op een aantal fronten gewerkt aan extra waarborgen op het gebied van reclame gericht op kinderen, via televisie, radio en internet. Het gaat hierbij specifiek om voedingsmiddelenreclames gericht op kinderen onder 12 jaar. Dit zal leiden tot aanpassing van de Kinder- en jeugdreclamecode. Daarnaast verwijs ik ook naar het in antwoord op vraag 4 genoemde wetsvoorstel inzake oneerlijke handelspraktijken.

8

Wat vindt u van de aanbeveling uit het rapport om een controlesysteem in te voeren; een orgaan dat controleert of de Nederlandse Reclame Code wel goed werkt op het gebied van kinderreclame op internet?

De Nederlandse Reclame Code is een klachtgestuurd zelfreguleringsstelsel. Daarbij wordt enerzijds uitgegaan van de mogelijkheid voor adverteerders om zelf hun maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen. Anderzijds worden burgers en maatschappelijke organisaties gestimuleerd om zich actief op te stellen door hun stem te laten horen en een klacht in te dienen indien zich praktijken voordoen waarbij regels worden geschonden.

Ik zal de Stichting Reclame Code ter overweging meegeven na te gaan of zij voor zichzelf een rol ziet ook in situaties waarbij (nog) geen klachten maar wel signalen van overtreding zijn ontvangen, proactief zaken op te pakken.

9

Wat is de stand van zaken betreffende de implementatie van de EU-richtlijn op het gebied van internetreclame?

Ik ga ervan uit dat u doelt op de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken, aangezien deze richtlijn diverse malen in het rapport van de Stichting Mijn Kind Online wordt genoemd. Het wetsvoorstel ter implementatie van deze richtlijn ligt thans voor in de Eerste Kamer. Indien u doelt op de gewijzigde Richtlijn "Televisie Zonder Grenzen" (Richtlijn 2007/65EC, PB L 332 van 18 december 2007), merk ik op dat daarvan het toepassingsgebied is uitgebreid naar non-lineaire diensten (audiovisuele diensten op aanvraag), waarop ook een aantal reclamebepalingen van toepassing is. Een wetsvoorstel ter implementatie van de gewijzigde Richtlijn verwacht ik uw Kamer uiterlijk begin 2009 voor te leggen.

Toelichting:

Deze vragen dienen ter aanvulling op eerdere vragen ter zake van de leden Langkamp en Gerkens (beiden SP), ingezonden 30 januari 2008 (vraagnummer 2070810110)