

**Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap**

> Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

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

Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

**Onze referentie**  
339893

**Uw referentie**  
2011Z19242

Datum 2 november 2011  
Betreft Antwoord op Kamervragen leden Huizing en Van Miltenburg over  
advertorials in televisieprogramma's

Hierbij zend ik u het antwoord op de vragen van de leden Huizing en Van Miltenburg (beiden VVD) van uw Kamer over het vermeende ontbreken van regelgeving voor en toezicht op advertorials in televisieprogramma's ten aanzien van financiële producten (ingezonden 4 oktober jl.).

De vragen werden mij toegezonden met kenmerk 2011Z19242.

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

Marja van Bijsterveldt-Vliegenthart

**2011Z19242**

**Onze referentie**  
339893

Antwoord op 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)

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*

Ja.

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 reclameuiting en daarom zou moeten vallen onder de regels van de Nederlandse Reclame Code? Zo nee, waarom niet?

*Antwoord*

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.

3

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

*Antwoord*

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.

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*

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.

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*

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.

**Onze referentie**

339893