



Voorstel van wet tot wijziging van de Mediawet 2008 in verband met de implementatie van Richtlijn 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 tot wijziging van Richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie

Allen, die deze zullen zien of horen lezen, saluut! doen te weten:

Alzo Wij in overweging genomen hebben, dat het noodzakelijk is bij wet regels te stellen ter uitvoering van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 oktober 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) (PbEU L95), zoals deze laatstelijk is gewijzigd bij Richtlijn 2018/1808/EU van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018 (PbEU L303);

Zo is het, dat Wij, de Afdeling advisering van de Raad van State gehoord, en met gemeen overleg der Staten-Generaal, hebben goedgevonden en verstaan, gelijk Wij goedvinden en verstaan bij deze:

Artikel I Wijziging van de Mediawet 2008

De Mediawet 2008 wordt als volgt gewijzigd:

A

In artikel 1.1, eerste lid, worden de volgende begripsbepalingen in de alfabetische volgorde ingevoegd:

audiovisueel media-aanbod: media-aanbod van een mediadienst dat betrekking heeft op producten met bewegende beeldinhoud al dan niet mede met geluidsinhoud;

overlay: toevoeging aan het audiovisueel media-aanbod die niet afkomstig is van de media-instelling die de mediadienst verzorgt;

B

Artikel 2.58 wordt als volgt gewijzigd:

1. Voor de tekst wordt de aanduiding '1.' geplaatst;
2. Aan het slot van het eerste lid, onderdeel d, (nieuw) vervalt "en";
3. Onder vervanging van de punt aan het slot van het eerste lid, onderdeel e, (nieuw) door "; en" wordt een onderdeel toegevoegd, luidende:
 - f. de maatregelen die de NPO treft om de toegankelijkheid van het audiovisueel media-aanbod voor personen met een handicap verder te ontwikkelen.
4. Er wordt een lid toegevoegd, luidende:
 2. Het Commissariaat brengt uiterlijk 19 december 2022 en vervolgens om de drie jaar verslag uit aan de Europese Commissie over de uitvoering van het eerste lid, onderdeel f.

C

Aan artikel 2.88 wordt een lid toegevoegd, luidende:

5. Een publieke media-instelling neemt passende maatregelen om te voorkomen dat het aanbod van haar mediadiensten aanzet tot geweld of haat jegens een groep personen of een lid van een groep, op een van de gronden genoemd in artikel 21 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie, of uitlokt tot het plegen van een terroristisch misdrijf.

D

Artikel 2.95, eerste lid, wordt als volgt gewijzigd:

1. In de aanhef vervalt: , inclusief omlijsting, .
2. Onderdeel c komt te luiden:
 - c. niet meer dan twintig procent van de tijdvakken tussen 06:00 uur en 18:00 uur en tussen 18:00 uur en 24:00 uur.

E

Artikel 2.115 wordt als volgt gewijzigd:

1. Voor de tekst wordt de aanduiding '1.' geplaatst.
2. Er worden drie leden toegevoegd, luidende:
 2. Het audiovisueel media-aanbod op aanvraag bestaat per aanbodkanaal voor ten minste dertig procent uit Europese producties als bedoeld in artikel 1 van de Europese richtlijn.
 3. De Europese producties van een aanbodkanaal als bedoeld in het tweede lid worden door de aanbieder van het aanbodkanaal onder de aandacht van het publiek gebracht.
 4. Het tweede en derde lid zijn niet van toepassing op een mediadienst op aanvraag van een publieke media-instelling met een lage omzet of een klein publiek.
 5. Het Commissariaat kan aan een publieke media-instelling of aan de NPO ontheffing verlenen van het tweede en het derde lid indien de toepassing van deze leden gelet op de aard of het onderwerp van deze mediadienst op aanvraag praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zou zijn.

F

Aan artikel 3.5 wordt een lid toegevoegd, luidende:

3. Een commerciële media-instelling neemt passende maatregelen om te voorkomen dat het aanbod van haar mediadiensten aanzet tot geweld of haat jegens een groep personen of een lid van een groep, op een van de gronden genoemd in artikel 21 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie, of uitlokt tot het plegen van een terroristisch misdrijf.

G

Artikel 3.5a wordt als volgt gewijzigd:

1. Voor de tekst wordt de aanduiding '1.' geplaatst;
2. Er wordt een lid toegevoegd, luidende:
 2. Een commerciële media-instelling informeert het Commissariaat onverwijld over wijzigingen die van invloed kunnen zijn op de bevoegdheid van Nederland over deze commerciële media-instelling.

H

Artikel 3.8, eerste lid, komt te luiden:

1. Het programma-aanbod op een programmakanaal bestaat voor niet meer dan twintig procent van de tijdvakken tussen 06:00 uur en 18:00 uur en tussen 18:00 uur en 24:00 uur uit reclame- of telewinkeloordschappen.

I

Artikel 3.10 wordt als volgt gewijzigd:

1. Er wordt een lid toegevoegd, luidende:
 3. In programma's die in het bijzonder bestemd zijn voor kinderen jonger dan twaalf jaar worden geen telewinkeloordschappen opgenomen.

Artikel 3.11 wordt als volgt gewijzigd:

1. Voor de tekst wordt de aanduiding '1.' geplaatst;
2. In het eerste lid (nieuw), onderdeel b, vervalt "en";
3. In het eerste lid (nieuw), onderdeel b, wordt aan het slot de puntkomma vervangen door een punt;
4. Onderdeel c van het eerste lid (nieuw) vervalt;
5. Er wordt een lid toegevoegd, luidende:
 2. In programma's die in het bijzonder bestemd zijn voor kinderen jonger dan twaalf jaar worden ten hoogste eenmaal per geprogrammeerd tijdvak van dertig minuten reclameoordschappen opgenomen, mits de geprogrammeerde duur van het programma meer dan dertig minuten bedraagt.

J

Artikel 3.19a komt te luiden:

Artikel 3.19a

1. Productplaatsing in het programma-aanbod is toegestaan met uitzondering van nieuws- en actualiteitenprogramma's, programma's over consumentenzaken, programma's van kerkelijke of geestelijke aard en programma's die in het bijzonder bestemd zijn voor kinderen jonger dan twaalf jaar.
2. Deze afdeling is niet van toepassing op aanbod dat is geproduceerd voor 19 december 2009.

K

Artikel 3.19c komt te luiden:

Artikel 3.19c

Artikel 3.19b, vierde lid, is niet van toepassing op programma-aanbod met productplaatsing dat niet geproduceerd of besteld is door of in opdracht van de commerciële media-instelling dan wel door of in opdracht van een aan haar verbonden onderneming.

L

Artikel 3.27 komt te luiden:

Artikel 3.27

1. Een commerciële media-instelling brengt jaarlijks verslag uit aan het Commissariaat over de maatregelen die zij treft om de toegankelijkheid van het audiovisuele media-aanbod voor personen met een handicap verder te ontwikkelen.
2. Het Commissariaat brengt uiterlijk 19 december 2022 en vervolgens om de drie jaar verslag uit aan de Europese Commissie over de uitvoering van het eerste lid.

M

Aan artikel 3.29b wordt een lid toegevoegd, luidende:

3. Een media-instelling die een commerciële mediadienst op aanvraag verzorgt informeert het Commissariaat onverwijld over wijzigingen die van invloed kunnen zijn op de bevoegdheid van Nederland over deze media-instelling.

N

Artikel 3:29c komt te luiden:

Artikel 3:29c

- 1 Het audiovisueel media-aanbod van een commerciële mediadienst op aanvraag bestaat voor ten minste dertig procent uit Europese producties als bedoeld in artikel 1 van de Europese richtlijn.
2. De Europese producties op een commerciële mediadienst op aanvraag worden door de media-instelling die de commerciële mediadienst op aanvraag verzorgt onder de aandacht van het publiek gebracht.
3. Het eerste en tweede lid zijn niet van toepassing op een media-instelling die een commerciële mediadienst op aanvraag met een lage omzet of een klein publiek verzorgt.
4. Het Commissariaat kan voor een media-instelling die een commerciële mediadienst op aanvraag verzorgt ontheffing verlenen van het eerste en tweede lid indien de toepassing van het derde lid gelet op de aard of het onderwerp van deze mediadienst op aanvraag praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zou zijn.

O

In artikel 3.29d wordt "3.19c en 3.26" vervangen door "3.19c, 3.26 en 3.27".

P

Na hoofdstuk 3 wordt een hoofdstuk ingevoegd, luidende:

Hoofdstuk 3a VIDEOPLATFORMDIENSTEN

Artikel 3a.1

In dit hoofdstuk en de daarop berustende bepalingen wordt verstaan onder:

aanbieder van een videoplatfrom: de natuurlijke persoon of rechtspersoon die een videoplatfromdienst aanbiedt;

audiovisuele commerciële communicatie: beelden, al dan niet met geluid, die dienen om direct of indirect de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten en deel uitmaken van audiovisueel media-aanbod of van een door gebruikers gegenereerde video, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van zelfpromotie;

door gebruiker gegenereerde video:

een reeks bewegende beelden, al dan niet met geluid, die ongeacht de duur ervan een afzonderlijk element vormt, die door een gebruiker is gecreëerd en door die gebruiker of een andere gebruiker naar een videoplatform is geüpload;

gedragscode: gedragscode voor een of meer videoplatformen, gericht op de gebruikers van een videoplatformdienst, waarin in ieder geval regels als bedoeld in artikel 3a.3 zijn opgenomen.

productplaatsing: het tegen betaling of soortgelijke vergoeding opnemen van of het verwijzen naar een product, dienst of (beeld)merk binnen het kader van een programma, met een programma overeenkomend onderdeel van het media-aanbod, of door een gebruiker gegenereerde video;

sponsoring: het verstrekken van financiële of andere bijdragen door een onderneming of een natuurlijke persoon die zich gewoonlijk niet bezighoudt met de verzorging van mediadiensten of videoplatformdiensten, of met de vervaardiging van audiovisuele werken, ten behoeve van de totstandkoming of aankoop van media-aanbod of door gebruikers gegenereerde video's, teneinde de verspreiding daarvan naar het algemene publiek of een deel daarvan te bevorderen of mogelijk te maken;

videoplatformdienst: dienst of een losstaand gedeelte daarvan,

- a. waarvan het hoofddoel of een essentiële functie bestaat uit het aan het algemene publiek aanbieden van audiovisueel media-aanbod of door gebruikers gegenereerde video's ter informatie, vermaak of educatie;
- b. waarvoor de aanbieder van het videoplatform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt;
- c. waarvan de organisatie met automatische middelen of algoritmen wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform; en
- d. die wordt aangeboden door middel van openbare elektronische communicatienetwerken als bedoeld in artikel 1.1 van de Telecommunicatiewet.

Artikel 3a.2

1. Onder de bevoegdheid van Nederland valt een aanbieder van een videoplatformdienst die krachtens artikel 28bis, eerste tot en met vierde lid, van de Europese richtlijn in Nederland is gevestigd of geacht wordt in Nederland te zijn gevestigd.
2. Een aanbieder van een videoplatform stelt, gemakkelijk, rechtstreeks en permanent ten minste de volgende gegevens beschikbaar voor het publiek:
 - a. naam;
 - b. plaats van vestiging;
 - c. contactgegevens waaronder e-mailadres of internetadres; en
 - d. de naam van het Commissariaat als het orgaan dat is belast met het toezicht op de naleving van het bepaalde bij of krachtens dit hoofdstuk.

Artikel 3a.3

1. Een aanbieder van een videoplatform heeft een gedragscode die maatregelen voorschrijft als bedoeld in artikel 28ter, eerste lid, en tweede lid, tweede en vierde alinea, van de Europese richtlijn, en past deze gedragscode en maatregelen op dit videoplatform toe.
2. De gedragscode, bedoeld in het eerste lid, omvat daartoe naargelang het geval de maatregelen als genoemd in artikel 28ter, derde lid, van de Europese richtlijn.
3. De gedragscode, bedoeld in eerste lid, bevat duidelijke en ondubbelzinnige doelstellingen en voorziet in:
 - a. regelmatige, transparante en onafhankelijke toezicht- en evaluatiemaatregelen ten aanzien van de mate waarin de doelstellingen worden bereikt; en
 - b. doeltreffende handhaving, met inbegrip van doeltreffende en evenredige sancties.

4. De aanbieder van een videoplatform zorgt ervoor dat de gedragscode voldoende draagvlak heeft onder de belangrijkste betrokkenen.

Artikel 3a.4

1. Een aanbieder van een videoplatform die audiovisuele commerciële communicatie in de handel brengt, verkoopt of organiseert, is aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code of een vergelijkbare door de Stichting Reclame Code tot stand gebrachte regeling en ter zake onderworpen aan het toezicht van de Stichting Reclame Code.
2. Aansluiting wordt aangetoond door een schriftelijke verklaring van de Stichting Reclame Code aan het Commissariaat over te leggen.

Artikel 3a.5

1. Audiovisuele commerciële communicatie op een videoplatformdienst is als zodanig herkenbaar.
2. In audiovisuele commerciële communicatie wordt geen subliminale technieken gebruikt.
3. Audiovisuele commerciële communicatie wordt niet aangeboden in de vorm van sluikreclame.
4. Indien audiovisueel media-aanbod of door gebruikers gegenereerde video's audiovisuele commerciële communicatie bevatten en de aanbieder van een videoplatform daarvan op de hoogte is, informeert de aanbieder van een videoplatform de gebruiker van de videoplatformdienst hierover op een manier die voor de gebruiker duidelijk is.

Q

Artikel 4.1 komt te luiden:

Artikel 4.1

1. Het audiovisueel media-aanbod mag alleen dan aanbod bevatten dat schade kan toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar, als de instelling die verantwoordelijk is voor de inhoud van het aanbod is aangesloten bij de door Onze Minister erkende organisatie, bedoeld in artikel 4.2, eerste lid, en ter zake gebonden is aan de regels en het toezicht daarop van die organisatie met betrekking tot het verspreiden van het hiervoor bedoelde aanbod.
2. De instelling die is aangesloten bij de door Onze Minister erkende organisatie, bedoeld in artikel 4.2, eerste lid, toont dit aan door een schriftelijke verklaring van de erkende organisatie aan het Commissariaat over te leggen.
3. Het eerste en tweede lid zijn niet van toepassing voor zover het audiovisueel media-aanbod wordt aangeboden in een andere lidstaat van de Europese Unie en de aanbieder daarvan aan het Commissariaat heeft aangetoond dat de bescherming van personen jonger dan zestien jaar tegen het betreffende audiovisuele media-aanbod ten minste overeenkomstig is aan het beschermingsniveau als bedoeld in artikel 4.2.

R

Na artikel 4.1 (nieuw) wordt een artikel ingevoegd, luidende:

Artikel 4.1a

1. Audiovisueel media-aanbod dat schade kan toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar wordt door de instelling die verantwoordelijk is voor de inhoud van het aanbod zodanig beschikbaar gesteld dat personen jonger dan zestien jaar deze normaliter niet te horen of te zien krijgen.
2. De meest schadelijke inhoud als nodeloos geweld en pornografie wordt door de instelling die verantwoordelijk is voor de inhoud van het aanbod ontoegankelijk gemaakt voor personen jonger dan zestien jaar.

3. Voor zover het televisieprogramma-aanbod betreft dat niet als meest schadelijke inhoud kan worden gekwalificeerd, worden de maatregelen die volgen uit de regelingen als bedoeld in artikel 4.2, tweede lid, beschouwd als maatregelen als bedoeld in het eerste lid.

4. De op grond van dit artikel door media-instellingen verzamelde of anderszins gegenereerde persoonsgegevens van minderjarigen worden niet verwerkt voor commerciële doeleinden.

S

In artikel 4.2, tweede lid, onder b, wordt "aanbod" vervangen door "aanbod op een programmakanaal".

T

Artikel 4.6 vervalt.

U

In artikel 6.13, tweede lid, vervalt de tweede volzin.

V

Na titel 6.3 wordt een titel ingevoegd, luidende:

Titel 6.3a Ongewijzigd verspreiden van media-aanbod van een publieke of commerciële media-instelling

Artikel 6.25a

1. Het media-aanbod van een publieke of commerciële media-instelling wordt ongewijzigd verspreid, tenzij de betreffende publieke of commerciële media-instelling toestemming heeft gegeven voor een gewijzigde vorm van verspreiding.
2. Gewijzigde verspreiding van audiovisueel media-aanbod door de toevoeging van een overlay is mogelijk indien:
 - a. de ontvanger van de dienst daartoe voor privégebruik het initiatief heeft genomen of toestemming heeft gegeven;
 - b. het besturingselementen van gebruikersinterfaces of waarschuwingen, informatie van algemeen belang of ondertiteling betreft;
 - c. in geval van commerciële doeleinden: door de publieke of commerciële media-instelling uitdrukkelijk toestemming is gegeven; of
 - d. het commerciële communicatie betreft die door de publieke of commerciële media-instelling van de mediadienst wordt aangeboden.

W

In artikel 7.12, derde lid, wordt na "3.20 tot en met 3.26, 3.29, 3.29d," ingevoegd "3a.5,".

X

Na artikel 7.21 wordt een artikel ingevoegd, luidende:

Artikel 7:22

1. Het Commissariaat houdt een lijst bij met publieke en commerciële media-instellingen die op grond van artikel 1.2, eerste lid, onder de bevoegdheid van Nederland vallen, met de vermelding op welk criterium als bedoeld in artikel 2, tweede tot en met vijfde lid, van de Europese richtlijn de rechtsmacht van de betreffende aanbieder is gebaseerd.

2. Het Commissariaat houdt een lijst bij met de aanbieders van videoplatformen die op grond van artikel 3a.2, eerste lid, onder de bevoegdheid van Nederland vallen, met de vermelding op welk criterium als bedoeld in artikel 28bis, eerste tot en met vierde lid, van de Europese richtlijn de rechtsmacht van de betreffende aanbieder is gebaseerd.

Artikel II. Inwerkingtreding

Deze wet treedt in werking met ingang van de eerste dag van de kalendermaand na de datum van uitgifte van het Staatsblad waarin zij geplaatst wordt.

Lasten en bevelen dat deze in het Staatsblad zal worden geplaatst en dat alle ministeries, autoriteiten, colleges en ambtenaren die zulks aangaat, aan de nauwkeurige uitvoering de hand zullen houden.

Gegeven

De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media,

Memorie van toelichting

Algemeen deel

1. Inleiding

Dit wetsvoorstel strekt tot de implementatie in Nederlandse wetgeving van richtlijn 2018/1808 van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Gemeenschappen van 14 november 2018 tot wijziging van de richtlijn 2010/13/EU betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) in het licht van een veranderende marktsituatie. Richtlijn (EU) 2018/1808 zal hierna worden aangeduid als de herzieningsrichtlijn.

Audiovisuele mediadiensten dragen in hoge mate bij aan een democratische en cultureel diverse samenleving die de vrijheid en pluriformiteit van informatie en meningsuiting hoog in het vaandel heeft. Elke lidstaat van de Europese Unie heeft een eigen nationaal audiovisueel beleid. Op EU-niveau zijn echter wel voorschriften en richtsnoeren opgesteld waar het gaat om gemeenschappelijke belangen, zoals open grenzen in de EU en eerlijke mededinging. De eerste richtlijn waarmee regulering van audiovisuele mediadiensten werd geharmoniseerd, was de richtlijn 89/552/EEG, ook wel de richtlijn Televisie zonder Grenzen genoemd. Deze richtlijn coördineerde bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten en zag dan ook alleen op lineaire televisie. In 2007 hebben de Raad en het Europees Parlement ingestemd met een voorstel van de Commissie tot wijziging van de richtlijn Televisie zonder Grenzen. Een wijziging was noodzakelijk door de steeds ruimer wordende keuze aan audiovisuele mediadiensten. Met deze wijziging kwamen naast lineaire omroepdiensten ook mediadiensten op aanvraag onder de reikwijdte van de richtlijn te vallen. Voor deze diensten kende de richtlijn minder vergaande regulering dan voor de lineaire omroepdiensten.

Door technische ontwikkelingen zijn nieuwe vormen van diensten en gebruikerservaringen mogelijk geworden. Kijkgewoonten, met name van de jongere generaties, zijn aanzienlijk veranderd. Het televisietoestel blijft een belangrijk middel voor het delen van audiovisuele ervaringen, maar kijkers maken daarnaast gebruik van andere draagbare toestellen waarop zij audiovisuele inhoud bekijken. Het kijken via een mediadienst op aanvraag versus lineair kijken ligt qua kijkervaring steeds dichterbij elkaar in de buurt. Aanbieders van mediadiensten op aanvraag zijn niet meer weg te denken uit het medialandschap, en nieuwe soorten aanbod, zoals videoclips en door gebruikers gegenereerde video's, worden steeds belangrijker.

Door de convergentie van verschillende type media is een gemoderniseerd rechtskader nodig om recht te doen aan de huidige marktsituatie en tot een evenwicht te komen tussen toegankelijkheid van online aanbieders van media- en videoplatformdiensten, consumentenbescherming en concurrentievermogen.

Een belangrijke wijziging in de herzieningsrichtlijn is de uitbreiding van de reikwijdte naar zogenoemde videoplatformdiensten. Aanbieders van een videoplatform zijn anders dan aanbieders van audiovisuele mediadiensten niet redactioneel verantwoordelijk voor het audiovisueel media-aanbod en de door gebruikers gegenereerde video's die via hun dienst worden aangeboden. Zij bieden enkel een platform waarop dit aanbod kan worden geplaatst. De aanbieder van een videoplatform speelt wel een rol in de organisatie van media-aanbod op zijn platform, onder andere door automatische middelen en algoritmen.

Naast de uitbreiding van de reikwijdte, wordt in de herzieningsrichtlijn de regelgeving voor mediadiensten op aanvraag zoveel mogelijk gelijkgetrokken met regelgeving voor

lineaire mediadiensten. Tot slot bevat de herzieningsrichtlijn overige wijzigingen, onder andere op het gebied van Europese werken, signaalintegriteit en de onafhankelijkheid van toezichthouders.

Op de specifieke wijzigingen in de herzieningsrichtlijn wordt in de volgende paragrafen verder ingegaan. Voor gedetailleerde informatie over de wijzigingen wordt verder verwezen naar de artikelsgewijze toelichting en de transponeringstabel die bij deze toelichting zijn opgenomen. Onderdelen van de herzieningsrichtlijn waarvan evident is dat ze geen implementatie behoeven in de Nederlandse wetgeving, bijvoorbeeld wijzigingen van opschriften van de richtlijn audiovisuele mediadiensten, worden in deze toelichting niet besproken.

2. Onderwerpen

De herzieningsrichtlijn ziet op een verscheidenheid aan onderwerpen. Naast bepalingen die lidstaten verplicht moeten implementeren bevat de herzieningsrichtlijn ook een aantal bepalingen die lidstaten kunnen omzetten, maar waartoe geen verplichting bestaat. De regering heeft ervoor gekozen op dit moment alleen de verplichte bepalingen om te zetten. Veel van de zogenoemde kan-bepalingen zijn bewerkelijk en vereisen meer onderzoek naar de wenselijkheid ervan. Vanwege het krappe tijdsplan van 21 maanden voor de implementatie is besloten deze bepalingen niet mee te nemen in dit wetsvoorstel. Eventueel kan op een later moment worden besloten de overige bepalingen toch te implementeren. Hieronder zal worden ingegaan op de verschillende onderwerpen uit de herzieningsrichtlijn.

2.1 Reikwijdte herzieningsrichtlijn

De herzieningsrichtlijn ziet op twee verschillende diensten: audiovisuele mediadiensten en videoplatformdiensten. Met de implementatie van de herzieningsrichtlijn ontstaan drie regimes waarmee genoemde mediadiensten gereguleerd worden. Voor lineaire audiovisuele mediadiensten geldt het meest uitgebreide regime. Zij moeten aan alle regels voldoen. Voor mediadiensten op aanvraag geldt in beginsel hetzelfde regime, met uitzondering van bepalingen die enkel toepasbaar zijn in het lineaire domein. Dit geldt bijvoorbeeld voor een maximum hoeveelheid reclame binnen een bepaald tijdvak. Voor videoplatformdiensten geldt tot slot een verplichting tot co- en zelfregulering op de belangrijkste thema's uit de herzieningsrichtlijn, waaronder de bescherming van minderjarigen tegen schadelijke inhoud, de bescherming van burgers tegen media-aanbod dat aanzet tot haat en terroristische inhoud en de transparantie over audiovisuele commerciële communicatie op het platform. In deze paragraaf worden de verschillende diensten nader toegelicht, waarmee tevens de reikwijdte van de herzieningsrichtlijn inzichtelijk wordt.

De richtlijn audiovisuele mediadiensten blijft overigens uitsluitend van toepassing op diensten met als hoofddoel het aanbieden van media-aanbod ter informatie, vermaak en educatie. Ook een afgezonderd gedeelte van een dienst waarop audiovisueel media-aanbod te zien is kan worden aangemerkt als audiovisuele mediadienst, bijvoorbeeld een op zichzelf staand deel van een onlinekrant waar audiovisueel media-aanbod te bekijken is.

Audiovisuele mediadiensten

Audiovisuele mediadiensten zijn onder te verdelen in lineaire mediadiensten, waaronder zowel publieke als commerciële omroepen vallen, en mediadiensten op aanvraag. Lineaire mediadiensten - of omroepdiensten - zijn diensten die betrekking hebben op het verzorgen van media-aanbod dat op basis van een chronologisch schema is vastgesteld en dat wordt verspreid voor gelijktijdige ontvangst door het algemene publiek of een deel daarvan.

In tegenstelling tot lineaire diensten verzorgen mediadiensten op aanvraag hun media-aanbod niet door middel van een chronologisch schema, maar op individueel verzoek van de kijker. Mediadiensten op aanvraag kunnen diensten zijn die gebruik maken van een abonnementsmodel, maar er zijn ook voorbeelden van mediadiensten op aanvraag die werken met een advertentiemodel of pay-per-view-model. Er zijn grote verschillen tussen mediadiensten op aanvraag. Zo zijn er grote internationale mediadiensten met een eigen platform, maar ook mediadiensten die hun media-aanbod plaatsen op een videoplatformdienst van derden.

Mediadiensten op aanvraag verzorgen net als lineaire mediadiensten media-aanbod waarvoor zij zelf de redactionele verantwoordelijkheid dragen. Dit houdt in dat zij verantwoordelijk kunnen worden gehouden voor de inhoud van het media-aanbod. Videoplatformdiensten zijn daarentegen niet redactioneel verantwoordelijk voor het media-aanbod dat binnen hun dienst wordt aangeboden.

Videoplatformdiensten

Videoplatformdiensten zijn diensten die programma's en door gebruikers gegenereerde video's aanbieden aan het algemeen publiek zonder dat zij hiervoor redactionele verantwoordelijkheid dragen. Wel bepaalt de aanbieder van de videoplatformdienst de organisatie van het platform, bijvoorbeeld door middel van automatische middelen of algoritmen, met name door weergeven, taggen en rangschikken. Deze diensten zijn de laatste jaren steeds belangrijker geworden in het kijkgedrag van voornamelijk jongeren. Het feit dat een platform wordt aangeduid als videoplatformdienst, geeft nog geen oordeel over de diensten die actief zijn op dat platform. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat op een videoplatformdienst bepaalde kanalen actief zijn die kunnen worden gekwalificeerd als een mediadienst op aanvraag. Deze mediadiensten op aanvraag dienen zich aan de op hun van toepassing zijnde regels uit de Mediawet 2008 (Mediawet) te houden. Zij blijven redactioneel verantwoordelijk voor hun media-aanbod, ook als dat via een videoplatformdienst wordt verspreid.

Op dit moment vallen videoplatformdiensten nog buiten de reikwijdte van de richtlijn audiovisuele mediadiensten. Wel gelden op grond van Europese regelgeving over consumentenbescherming en privacy al een aantal regels voor de aanbieders van een videoplatform. In de herzieningsrichtlijn worden videoplatformdiensten voor het eerst binnen de reikwijdte van de richtlijn audiovisuele mediadiensten gebracht.

In de herzieningsrichtlijn worden aanbieders van videoplatformdiensten verplicht passende maatregelen te treffen om minderjarigen te beschermen tegen inhoud die hun lichamelijke, geestelijke en morele ontwikkeling kan aantasten. Zij worden daarnaast verplicht passende maatregelen te treffen ter bescherming van het algemeen publiek tegen inhoud die aanzet tot geweld of waarvan de verspreiding een strafbaar feit is. Dit moet worden vastgelegd in een gedragscode. Hier wordt later in de toelichting nader op ingegaan. De passende maatregelen die nen betrekking te hebben op de wijze waarop de inhoud wordt georganiseerd, en niet op de inhoud zelf. Ook is de aanbieder van een videoplatformdienst verplicht om door middel van een gedragscode vast te leggen hoe het platform omgaat met audiovisuele commerciële communicatie. Dit omvat reclameboodschappen, maar ook sponsoring en productplaatsing. Uitgangspunt is dat het voor de gemiddelde consument altijd duidelijk moet zijn of het media-aanbod audiovisuele commerciële communicatie bevat. Het is de taak van de aanbieder van het videoplatform hier passende maatregelen voor te nemen. Daarnaast dient de videoplatformdienst die zelf audiovisuele commerciële communicatie verzorgt, aangesloten te zijn bij de Nederlandse Reclame Code.

2.2 Videoplatformdiensten

Voor de bevoegdheid van Nederland over videoplatformdiensten geldt, net als voor de andere diensten in de richtlijn audiovisuele mediadiensten, het land van oorsprong-beginsel. Iedere lidstaat is bevoegd om de videoplatformdiensten gevestigd in zijn lidstaat te reguleren. De nieuwe bepalingen in de Mediawet zien dus alleen op videoplatformdiensten die in Nederland gevestigd zijn.

Aanbieders van een videoplatformdienst dragen geen redactionele verantwoordelijkheid voor het media-aanbod en de door gebruikers gegenereerde video's die via hun platform worden verspreid. Toch worden aanbieders van videoplatformdiensten onder de herzieningsrichtlijn verplicht om middels een gedragscode maatregelen te nemen die betrekking hebben op het media-aanbod en de door gebruikers gegenereerde video's die via hun platform worden verspreid. Hierbij dient rekening te worden gehouden met het door artikel 7 van de Grondwet gewaarborgde recht op vrijheid van meningsuiting.

Voor lineaire mediadiensten en mediadiensten op aanvraag geldt dat deze vallen onder het begrip 'televisie' zoals opgenomen in de Grondwet. Ook mediadiensten op aanvraag die hun media-aanbod aanbieden via een videoplatformdienst, vallen naar hun aard onder het begrip 'televisie'. Voor videoplatformdiensten als zodanig geldt echter dat zij niet onder dit begrip kunnen worden geschaard. Bij het verplicht stellen van het nemen van maatregelen door aanbieders van videoplatforms moet daarom rekening worden gehouden met het grondwettelijk verbod op voorafgaand verlot wegens de inhoud van, in dit geval, het media-aanbod of de door een gebruiker gegenereerde video.

De vrijheid van meningsuiting wordt begrensd door eenieders verantwoordelijkheid volgens de wet. Omdat de aanbieders van videoplatformdiensten verspreiding mogelijk maken en gewoonlijk wel de wijze van organisatie van de inhoud bepalen, dragen zij een zekere verantwoordelijkheid betreffende bescherming van het algemeen publiek en minderjarigen tegen ongewenste inhoud. De mogelijke maatregelen die de herzieningsrichtlijn omvat gaan bovendien niet zo ver dat op basis daarvan een situatie kan ontstaan van voorafgaand verlot. Passende maatregelen in een gedragscode kunnen, naargelang het geval, bestaan uit: het opnemen van voorschriften in de voorwaarden van de videoplatformdienst, het tot stand brengen van gebruiksvriendelijke mechanismen waarmee gebruikers aanbod kunnen rapporteren of markeren inclusief een systeem waarin aanbieders van het videoplatform kunnen uitleggen welk gevolg hieraan is gegeven, het tot stand brengen van een systeem voor leeftijdscontrole van gebruikers, het ter beschikking stellen van systemen voor ouderlijk toezicht, het tot stand brengen van transparante en doeltreffende procedures voor de behandeling en afhandeling van klachten en het voorzien in maatregelen en instrumenten op het gebied van mediageletterdheid. Verder is het aan de aanbieder van de videoplatformdienst om te voorzien in een mechanisme voor de onpartijdige beslechting van geschillen tussen gebruikers en aanbieders van videoplatformdiensten. In onderdeel P van de artikelsgewijze toelichting wordt dit nader toegelicht.

De herzieningsrichtlijn moedigt het gebruik van co-regulering op dit gebied aan. Maatregelen zijn immers doeltreffender als zij worden genomen met actieve steun van de belanghebbenden. Om die reden heeft de regering gekozen voor een combinatie van een door de aanbieder van een videoplatformdienst opgestelde gedragscode en toezicht op de totstandkoming, inhoud en toepassing daarvan door het Commissariaat. De door de aanbieder van de videoplatformdienst opgestelde gedragscode wordt ingediend bij het Commissariaat. Het Commissariaat houdt toezicht op het daadwerkelijk opstellen van de gedragscode, en neemt hierin een actieve houding aan ter ondersteuning van aanbieders van videoplatformdiensten. Het Commissariaat houdt tevens toezicht op de inhoud van gedragscode(s). Hierdoor resteert de mogelijkheid voor overheidsoptreden (door het Commissariaat), in het geval de met de gedragscode beoogde doelen uit de herzieningsrichtlijn niet worden behaald.

Overigens betreft de in deze paragraaf beschreven gedragscode niet reclame-uitingen die via een videoplatformdienst worden verspreid. Deze zijn apart gereguleerd, zoals nader wordt toegelicht in paragraaf 2.9 van deze toelichting en onderdeel O van de artikelsgewijze toelichting.

2.3 Bescherming minderjarigen

Op dit moment kennen de aanbieders van lineaire mediadiensten van de drie omschreven diensten de meest strenge regeling ten aanzien van de bescherming van minderjarigen tegen schadelijke inhoud. Zoals in de inleiding genoemd, is het kijkgedrag van de jongere generatie echter flink veranderd en zijn mediadiensten op aanvraag steeds belangrijker en makkelijker toegankelijk geworden. De herziene richtlijn voorziet daarom in bepalingen om de bescherming van minderjarigen ook voor aanbieders van mediadiensten op aanvraag strenger te regelen.

Artikel 6bis van de herziene richtlijn bepaalt dat media-aanbod dat de lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van minderjarigen zou kunnen aantasten, uitsluitend zo beschikbaar wordt gesteld dat minderjarigen dit gewoonlijk niet te horen of te zien krijgen. De daarvoor te treffen maatregelen dienen evenredig te zijn aan de mogelijke schade die het programma kan berokkenen. Voor de meest schadelijke inhoud moeten de strengste maatregelen worden getroffen. Gedacht kan worden aan versleuteling. De persoonsgegevens van minderjarigen die op deze manier door aanbieders van media-aanbod verzameld worden, mogen niet gebruikt worden voor commerciële doeleinden.

Daarnaast moeten de aanbieders van het media-aanbod ervoor zorgen dat de mediadiensten voldoende informatie aan de kijkers verstrekken over de inhoud die de lichamelijke, geestelijke en morele ontwikkeling van minderjarigen kan aantasten. Daartoe wordt gebruik van het classificatiesysteem van het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) voorgeschreven. Het NICAM heeft hiervoor het systeem Kijkwijzer ontwikkeld. Getrainde codeurs classificeren het media-aanbod door middel van een vragenlijst. Deze vragenlijst komt tot stand in samenwerking met gerenommeerde wetenschappers en ouders. Uit de beantwoording van de vragenlijst blijkt voor welke leeftijd het media-aanbod geschikt is, en welke mogelijk schadelijke onderwerpen er in het media-aanbod aan bod komen. Dit wordt vervolgens aangegeven bij aanvang van het media-aanbod met behulp van pictogrammen.

De regering heeft besloten een uitzondering op te nemen voor aanbieders van mediadiensten die gevestigd zijn in Nederland, maar zich (deels) richten op het buitenland. Voor deze diensten geldt dat zij hun media-aanbod gericht op Nederland dienen te classificeren via het classificatiesysteem van het NICAM. Voor het media-aanbod dat is gericht op het buitenland geldt dat de aanbieders een keuze hebben tussen het gebruik van het Nederlandse classificatiesysteem of een ander classificatiesysteem, mits dat qua beschermingsniveau ten minste voldoet aan de Nederlandse standaarden zoals geregeld in artikel 4.2 van de Mediawet. De markt voor dergelijke classificaties wordt zo niet verder verstoord dan noodzakelijk is voor het Nederlands belang. Daarmee is er bijvoorbeeld aan te sluiten bij de systemen en symbolen die in het land waarop het media-aanbod is gericht, en tevens bekend zijn bij de consument van dat land.

2.4 Aanzetten tot geweld of haat; uitlokken van terroristisch misdrijf

Artikel 6 van de herzieningsrichtlijn bepaalt dat lidstaten er met passende middelen voor zorgen dat (eerste lid, onder a) het media-aanbod niet aanzet tot geweld of haat jegens een groep personen of een lid van de groep op één van de in artikel 21 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie (EU-Handvest) genoemde gronden

en (eerste lid, onder b) dat er niet publiekelijk wordt uitgelokt tot het plegen van een terroristisch misdrijf.

Ter implementatie van deze bepaling heeft de regering ervoor gekozen in de Mediawet op te nemen dat publieke en commerciële media-instellingen er met passende maatregelen voor zorgen dat in hun media-aanbod niet wordt aangezet tot geweld of haat jegens een groep personen of een lid van de groep op één van de in artikel 21 van het EU-Handvest genoemde gronden, of wordt uitgelokt tot het plegen van een terroristisch misdrijf. Bij passende maatregelen kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een gedragscode, al dan niet in combinatie met het instellen van een klachtenpunt. Deze opdracht aan publieke en commerciële media-instellingen wordt opgenomen in de artikelen die zien op de redactionele onafhankelijkheid. De gekozen wijze van implementatie benadrukt dat de context steeds is de vrijheid van meningsuiting.

2.5 Signaalintegriteit

Een belangrijk uitgangspunt in de herzieningsrichtlijn is redactionele verantwoordelijkheid. Kenmerk van een mediadienst is dat de aanbieder ervan redactionele verantwoordelijkheid draagt voor het media-aanbod. Deze is daarmee een geschikt adresant voor normen van de richtlijn. Om de redactionele verantwoordelijkheid van aanbieders van mediadiensten te beschermen, is het van essentieel belang de integriteit van het media-aanbod te kunnen waarborgen. Programmakanalen of mediadiensten op aanvraag mogen niet ingekort, gewijzigd, onderbroken of met overlay voor commerciële doeleinden worden uitgezonden, tenzij de aanbieders van mediadiensten daarvoor uitdrukkelijk toestemming hebben gegeven. De verplichting tot ongewijzigd verspreiden geldt zowel voor lineaire mediadiensten als voor mediadiensten op aanvraag. Onder overlay voor commerciële doeleinden moet ook worden verstaan het verkleinen van het beeld om hieromheen reclame te kunnen uitzenden.

Besturingselementen van gebruikersinterfaces die nodig zijn om het apparaat te bedienen of tussen de programma's te navigeren, zoals volumebalkjes, zoekfuncties, navigatiemenu's of lijsten van kanalen zijn wel toegestaan. Ook overlays die door de aanbieder van de mediadienst worden aangeboden zoals waarschuwingen, informatie van algemeen belang, ondertiteling of commerciële communicatie zijn toegestaan.

2.6 Europese werken

De richtlijn regelde al dat mediadiensten op aanvraag, voor zover haalbaar en met passende middelen de vervaardiging van en de toegang tot Europese producties bevorderen. Dit was ook al opgenomen in de Mediawet. In de herzieningsrichtlijn worden deze regels aangescherpt. Artikel 13 van de herziene richtlijn bepaalt dat lidstaten er zorg voor dragen dat de onder hun bevoegdheid vallende aanbieders van mediadiensten op aanvraag ten minste 30 procent aan Europese producties opnemen in hun catalogi en dat deze producties passende aandacht krijgen. Dit wordt vastgelegd in de Mediawet. Het Commissariaat houdt hier toezicht op.

Het Commissariaat krijgt de mogelijkheid ontheffing te leveren aan een mediadienst op aanvraag met een lage omzet of klein publiek. Daarnaast biedt de herzieningsrichtlijn een ontheffingsmogelijkheid voor gevallen waarin de verplichting om 30 procent Europese producties op te nemen in de catalogi gezien de aard of het onderwerp van de audiovisuele mediadiensten, onuitvoerbaar of ongerechtvaardigd zouden zijn.

De bepalingen in de richtlijn audiovisuele mediadiensten over Europese producties bij lineaire diensten zijn niet gewijzigd en behoeven dan ook geen implementatie.

2.7 Toegankelijkheid

Het waarborgen van de toegankelijkheid van media-aanbod voor auditief en visueel beperkten vloeit voort uit het Verdrag van de Verenigde Naties inzake de rechten van personen met een handicap. In Nederland zijn circa 1,7 miljoen doven en slechthorenden. Zij zijn voor het kunnen volgen van programma's op televisie of via mediadiensten op aanvraag afhankelijk van ondertiteling of een gebarentolk. Daarnaast telt Nederland ongeveer 345.000 blinden en slechtzienden. Artikel 7 van de herziene richtlijn bepaalt dat lidstaten waarborgen dat de onder hun bevoegdheid vallende aanbieders van mediadiensten er voortdurend en in toenemende mate voor zorgen dat de toegankelijkheid van hun media-aanbod wordt gerealiseerd.

Hiertoe wordt in de Mediawet opgenomen dat de publieke en commerciële media-instellingen verslag uitbrengen over hoe zij het voortdurend en in toenemende mate toegankelijker maken van hun diensten voor auditief of visueel beperkten vormgeven. De media-instellingen of de NPO rapporteren jaarlijks aan het Commissariaat over de maatregelen die zij genomen hebben. Hiernaast is al in de Mediawet vastgelegd dat het televisieprogramma-aanbod van de landelijke publieke omroep voor ten minste 95 procent moet zijn ondertiteld. Voor de landelijke commerciële omroep ligt dit percentage op 50 procent. 'In toenemende mate' is daarom geïnterpreteerd als het op progressieve wijze toegankelijk maken van het aanbod. Dat betekent dat het percentage van het aanbod dat ondertiteld wordt, progressief kan stijgen, maar dat daarnaast ook gewerkt kan worden aan de ontwikkeling van de kwaliteit van de diensten of dat er gezocht wordt naar nieuwe technieken.

De regering heeft ervoor gekozen niet in regelgeving vast te leggen op welke wijze de media-instellingen moeten voldoen aan het toegankelijk maken van hun diensten. Er zijn in Nederland al veel initiatieven naast het verplichte percentage ondertiteling die beogen het media-aanbod toegankelijk te maken. Een voorbeeld hiervan is de gebarentolk bij nieuwsuitzendingen en het Gesproken Ondertitelings signaal dat beschikbaar is bij de landelijke publieke omroep en een aantal commerciële omroepen. Daarnaast is een deel van het fictie-aanbod van de publieke omroep beschikbaar met audio-descriptie. In totaal is ongeveer de helft van het fictie-aanbod van de publieke omroep toegankelijk voor mensen met een visuele beperking. Dit in combinatie met de snelle ontwikkeling van techniek is een reden niet in regelgeving vast te leggen op welke wijze de mediadiensten moeten voldoen aan de verplichting hun media-aanbod toegankelijk te maken.

Tot slot stelt de herzieningsrichtlijn dat er een online contactpunt dient te zijn waar burgers terecht kunnen met hun klachten. Dit contactpunt wordt bij het Commissariaat belegd.

2.8 Onafhankelijkheid toezichthouder

De positie van het Commissariaat als externe toezichthouder op grond van de Mediawet, mede in het licht van de grondwettelijke bescherming van de media, is een bijzondere. De waarborging van de onafhankelijkheid van de media tegenover beïnvloeding van de inhoud van programma's, of die nu vanuit een commercieel of politiek belang zou plaatsvinden, vereist een bij uitstek onafhankelijke toezichthouder. In de herziene richtlijn is opgenomen dat mediatoezichthouders onafhankelijk moeten kunnen opereren en dat zij hiertoe voldoende middelen beschikbaar moeten hebben. Mediatoezichthouders dienen functioneel en daadwerkelijk onafhankelijk van de overheid te kunnen opereren. Dit wordt als cruciaal beschouwd om te waarborgen dat de besluiten van de toezichthouder onpartijdig zijn.

Het Commissariaat is een zelfstandig bestuursorgaan met eigen rechtspersoonlijkheid op grond van de Mediawet. In de wet zijn verder de taken en bevoegdheden en de bekostiging van het Commissariaat geregeld. Verder is de Kaderwet zelfstandige

bestuursorganen van toepassing. Op deze wijze is het Commissariaat, met inachtneming van de stelselverantwoordelijkheid van de Minister, onafhankelijk en toegerust voor zijn taak gepositioneerd. De regering is dan ook van mening dat de herzieningsrichtlijn op dit punt geen nadere implementatie vergt.

2.9 Reclame

Wat betreft reclame-uitingen is de regulering betreffende aanbieders van videoplatforms in grotere mate dan voor het overige aanbod gelijk aan de regulering betreffende lineaire mediadiensten en mediadiensten op aanvraag. Dit komt doordat reclame-uitingen naar hun aard vergelijkbaar zijn, of deze nu via een lineaire mediadienst, een mediadienst op aanvraag of een videoplatformdienst worden verspreid. Ook staat het grondwettelijke recht op vrijheid van meningsuiting niet in de weg aan regels omtrent reclame-uitingen.

Kinderprogramma's

Voor kinderprogramma's bestond onder de oude richtlijn al een beperking op de hoeveelheid onderbrekingen voor reclame- en telewinkeloedboodschappen; maximaal één onderbreking per half uur, en alleen als het programma zelf langer dan een half uur duurde. De herziene richtlijn legt een algeheel verbod op aan telewinkeloedboodschappen in kinderprogramma's. Voor reclameboodschappen blijft het oude regime van de van richtlijn audiovisuele mediadiensten gelden. Door het verbod op telewinkeloedboodschappen in kinderprogramma's en het toezicht daarop door het Commissariaat worden kinderen beter dan onder de oude richtlijn beschermd tegen reclame-uitingen die potentieel schadelijk zijn voor hun ontwikkeling.

Productplaatsing

Productplaatsing is het opnemen van of verwijzen naar een product binnen het kader van het media-aanbod met het doel dit product te promoten. Hiervoor ontvangt de aanbieder van de mediadienst geld of een soortgelijke vergoeding. Artikel 11 van de herziene richtlijn bepaalt dat productplaatsing in principe is toegestaan. Deze wijziging betreft een omkering van het bestaande uitgangspunt dat productplaatsing in beginsel niet is toegestaan. Waar nu nog geldt dat productplaatsing niet is toegestaan, met uitzondering van een aantal type programma's, bepaalt de herziene richtlijn dat productplaatsing wel is toegestaan, met uitzondering van nieuws- en actualiteitenprogramma's, programma's over consumentenzaken, religieuze programma's en programma's gericht op kinderen onder de twaalf jaar.

Voor de publieke omroep blijft een algeheel verbod gelden op productplaatsing. De publieke omroep heeft een non-commerciële taak en elke schijn van vermenging van inhoud en commercie dient voorkomen te worden.

De overige voorwaarden die gelden met betrekking tot productplaatsing blijven van kracht. Zo mag de redactionele onafhankelijkheid van de aanbieder van de mediadienst onder geen beding worden aangetast, mag er niet rechtstreeks aangespoord worden tot koop en mogen de producten geen overmatige aandacht krijgen. Ook is het van belang dat de kijker door een duidelijke vermelding kan zien of er sprake is van productplaatsing in een programma. Als niet aan de voorwaarden van productplaatsing wordt voldaan, is er sprake van verboden sluikreclame.

De regering heeft ervoor gekozen gebruik te maken van de uitzonderingsmogelijkheid die de herzieningsrichtlijn biedt ten aanzien van media-aanbod dat niet is geproduceerd of besteld door de aanbieder van mediadiensten zelf of door een met de aanbieder van mediadiensten verbonden onderneming. In die gevallen is de redactionele onafhankelijkheid van de Nederlandse media-instellingen niet in het geding. Handhaving

van het regime voor productplaatsing levert in dat geval ook praktische bezwaren op, omdat een aanbieder van mediadiensten er mogelijk niet op de hoogte is dat het media-aanbod productplaatsing bevat. Uit oogpunt van toezicht en handhaving is het te verkiezen een uitzondering te maken op de vermeldingsplicht. De overige regels rondom productplaatsing zijn wel van toepassing.

Hoeveelheid reclame

In de herzieningsrichtlijn worden de regels met betrekking tot de maximale hoeveelheid reclame versoepeld. Artikel 23 van de herzieningsrichtlijn bepaalt dat het aandeel van televisiereclame- en telewinkelspots tussen 6.00 uur en 18.00 uur en tussen 18.00 uur en 24.00 uur niet meer dan twintig procent bedraagt. Op dit moment is dat nog een maximum van twintig procent per klokuur. In de Mediawet wordt de uurlimiet vervangen door een limiet per tijdsperiode. Dit geeft aanbieders van mediadiensten meer vrijheid in het indelen van hun reclamezendtijd gedurende de dag. Door deze wijziging krijgen omroepdiensten meer flexibiliteit met betrekking tot het plaatsen van reclame. Door het reclamemaximum niet meer per uur maar per tijdvak te berekenen, krijgen omroepdiensten de vrijheid de reclame op een zodanige wijze te plaatsen dat zij kunnen voldoen aan de vraag van de adverteerders. Tegelijkertijd zorgt het handhaven van het maximale percentage reclame ervoor dat consumenten niet aan een buitensporige hoeveelheid reclame worden blootgesteld.

Kwalitatieve eisen reclame

In artikel 9 van de herzieningsrichtlijn wordt een aantal kwalitatieve eisen aan reclame gesteld. Een aantal daarvan, bijvoorbeeld het feit dat reclame als zodanig herkenbaar moet zijn en het verbod op het gebruik van subliminale technieken, is al in de Mediawet vastgelegd. Ook de bepalingen over reclame voor alcoholhoudende dranken, reclame voor medische behandelingen en reclame voor tabaksproducten zijn al vastgelegd in respectievelijk de Mediawet en de Tabaks- en rookwarenwet. Op de regels met betrekking tot de inhoud van reclameboodschappen, onder andere het verbod op aantasting van de menselijke waardigheid, discriminatie en het aansporen van gedrag dat schadelijk is voor de gezondheid, veiligheid of voor het milieu, wordt toegezien door de Stichting Reclame Code.

De Stichting Reclame Code bevordert verantwoord reclame maken met als doel de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van reclame te waarborgen. Dit doet de stichting op basis van zelfregulering. In de Nederlandse Reclame Code worden regels gesteld over de voorwaarden waaraan reclame moet voldoen. Zo mag een reclame niet misleidend zijn, niet nodeloos kwetsend of bedreigend en moet in overeenstemming zijn met de wet. Daarnaast zijn er specifieke Reclame Codes over onder andere reclames voor alcoholhoudende dranken, kansspelen, tabaksproducten, voedingsmiddelen, reclames gericht op kind en jeugd en geneesmiddelen.

Zowel consumenten als bedrijven en andere organisaties kunnen een klacht indienen bij de onafhankelijke Reclame Code Commissie. Deze commissie toetst of de betreffende reclame-uiting voldoet aan de regels in de Nederlandse Reclame Code. Als één van de betrokken partijen zich niet kan vinden in het oordeel van de commissie, kan de reclame-uiting worden voorgelegd aan het College van Beroep. Wanneer een overtreding is vastgesteld, controleert de afdeling Compliance of de adverteerder gevolg geeft aan de uitspraak. Gebeurt dat niet, wordt het betreffende dossier gepubliceerd via de 'non-compliant-lijst'.

De Mediawet kent een verplichting voor in Nederland gevestigde media- en videoplatformdiensten om zich aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code. Het Commissariaat ziet hierop toe. Het Commissariaat ziet ook specifiek toe op de materiële regels voor reclame-uitingen betreffende alcohol. Op de overige materiële regels houdt

het Commissariaat niet direct toezicht. Wel heeft het Commissariaat algemene handhavingsbevoegdheden. De regering is van mening dat het huidige systeem van zelfregulering en handhaving via de Stichting Reclame Code en het Commissariaat voldoende effectief is, en doeltreffende en evenredige sancties biedt in overeenstemming met de herzieningsrichtlijn. Voor uitbreiding van de handhavingsbevoegdheden van het Commissariaat bestaat dan ook op dit moment geen aanleiding.

2.10 Mediageletterdheid

Media spelen een belangrijke rol in onze samenleving. Het leven van burgers speelt zich voor een steeds groter deel online af. Om maximaal gebruik te kunnen maken van de mogelijkheden die media bieden, is het van belang dat burgers beschikken over competenties die hun mediawijs maken. Volgens de herzieningsrichtlijn moeten lidstaten de mediageletterdheid bevorderen. De Minister geeft hier onder andere invulling aan door zijn betrokkenheid bij het initiatief Mediawijzer.net. Mediawijzer.net is een Nederlands netwerk voor mediawijsheid. Mediawijzer.net en de aangesloten netwerkpartners verzorgen publiekscampagnes, verrichten onderzoek, bieden educatieve diensten aan, geven publicaties uit, organiseren workshops en bijeenkomsten, delen en verspreiden kennis, agenderen belangrijke onderwerpen rondom mediawijsheid en stimuleren innovatie. Er wordt in verband met deze opdracht geen wijziging van de Mediawet voorgesteld.

3. Financiële gevolgen

De implementatie van de herzieningsrichtlijn resulteert in een aantal nieuwe taken voor het Commissariaat. Het Commissariaat wordt bekostigd vanuit de Rijksbegroting en door ondertoezichtgestelden. Bij de uitwerking van de nieuwe taken zal worden gekeken naar de financiële consequenties ervan. Daarbij zal ook worden gekeken naar de wijze van bekostiging ervan. Indien de nieuwe taken leiden tot een hogere bijdrage vanuit de Rijksbegroting, dan zal die worden bekostigd via de mediabegroting.

4. Regeldruk

De implementatie van de herzieningsrichtlijn leidt tot een toename van de regeldruk voor aanbieders van videoplatformdiensten. Zij dienen een gedragscode op te stellen en hun algemene voorwaarden aan te passen. Het gaat om een eenmalige investering van tijd en kosten. Aan de hand van het standaardkostenmodel zijn de eenmalige kosten te ramen op 4500 euro per marktpartij.

Ook dienen videoplatformdiensten passende maatregelen te nemen om het algemeen publiek, en minderjarigen in het bijzonder, te beschermen tegen ongewenste inhoud. Welke maatregelen passend worden geacht hangt onder andere af van de aard en de grootte van de videoplatformdienst. Het is daarom niet mogelijk deze kosten verder te kwantificeren.

Voor de commerciële omroepen en voor de NPO is er een lichte stijging in de regeldruk vanwege de uitbereiding van de verslagverplichting over de toegankelijkheid van het media-aanbod voor auditief en visueel beperkten. Aan de hand van het standaardkostenmodel zijn de kosten per omroep te ramen op 675 euro per instelling per jaar.

Voor aanbieders van mediadiensten op aanvraag geldt dat zij jaarlijks verslag moeten uitbrengen aan het Commissariaat met betrekking tot het percentage Europese werken in hun catalogi. Aan de hand van het standaardkostenmodel zijn de kosten per mediadienst te ramen op 1125 euro per instelling per jaar.

In verband met de bescherming van minderjarigen sluiten de mediadiensten op aanvraag zich aan bij het NICAM. De jaarlijkse contributie per jaar bedraagt 400 euro. De overige kosten houden verband met het aantal classificaties dat de mediadienst uitvoert. Gemiddeld gezien bedragen de kosten hiervoor nog eens tussen de 1000 en 5000 euro per jaar. Voor mediadiensten op aanvraag die actief zijn op een videoplatformdienst zijn de kosten te ramen tussen de 500 en 2500 euro per marktpartij per jaar.

Tot slot zullen door het vervallen van het tv-like criterium naar verwachting meer diensten kwalificeren als een mediadienst op aanvraag. Onbekend is hoeveel aanbieders er nu zijn, hoeveel zich zullen melden en hoeveel er na toepassing van de criteria daadwerkelijk kwalificeren als mediadienst op aanvraag. Meer dan een grove schatting die uiteenloopt van nog geen honderd tot enkele honderden is niet te geven. Hierna wordt uitgegaan van 100 tot 300 aanbieders. Deze aanbieders zullen zich naast de hierboven genoemde verslagverplichting met betrekking tot Europese werken en de aansluiting bij het NICAM in verband met de bescherming van minderjarigen ook moeten registreren bij het Commissariaat als mediadienst op aanvraag. Het gaat hier om zeer beperkte eenmalige kosten van in totaal tussen de 375 euro en 1.125 euro.

5. Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid

Een concept van het wetsvoorstel is voor een uitvoerbaarheids- en handhaafbaarheidstoets voorgelegd aan het Commissariaat. Het oordeel van het Commissariaat is dat het wetsvoorstel uitvoerbaar en handhaafbaar is. Wel heeft het Commissariaat een aantal punten van aandacht gesignaleerd. Daarop wordt hierna ingegaan.

Het Commissariaat signaleert dat in de artikelen 2.115, derde lid en 3.29c, tweede lid, van de Mediawet staat dat mediadiensten op aanvraag Europese producties in hun catalogi onder de aandacht moeten brengen. In de herzieningsrichtlijn wordt enkel voorgeschreven dat mediadiensten de producties onder de aandacht brengen. De artikelen zijn in lijn gebracht met de herzieningsrichtlijn.

Met betrekking tot de toegankelijkheid merkt het Commissariaat het volgende op. Op grond van artikel 2.58, onder d, van de geldende Mediawet is de NPO al gehouden om jaarlijks voor 1 mei aan het Commissariaat en de Minister te rapporteren over naleving van de ondertitelingsverplichting. Voor de overzichtelijkheid is het aan te bevelen om de nieuwe rapportageverplichting niet in een aparte bepaling maar in artikel 2.58 van de Mediawet op te nemen. Dit is in het wetsvoorstel aangepast.

Voorts merkt het Commissariaat op dat het wenselijk zou zijn als er een termijn zou worden gesteld met betrekking tot de verplichting tot het verstrekken van informatie over wijzigingen die van invloed zouden kunnen zijn voor het bepalen van de bevoegdheid. Hiertoe is in de artikelen 3.5a en 3.29b opgenomen dat de mediadiensten dit onverwijld moeten melden.

Het Commissariaat heeft twee opmerkingen bij de gewijzigde bepalingen over productplaatsing. Met het oog op consistentie verzoekt het Commissariaat in artikel 3.19a te spreken over 'programma's die in het bijzonder bestemd zijn voor kinderen jonger dan twaalf jaar'. Dit is in het artikel aangepast. Met betrekking tot artikel 3.19c verzoekt het Commissariaat aan te sluiten bij de tekst uit de herzieningsrichtlijn. Dit is in het wetsvoorstel aangepast.

Het Commissariaat heeft vier opmerkingen bij de nieuwe regelgeving ten aanzien van videoplatformdiensten. Ten eerste verzoekt het Commissariaat om de definitie van videoplatformdienst gelijk te trekken aan de definitie in de herzieningsrichtlijn. Dit is in het wetsvoorstel aangepast. Voorts merkt het Commissariaat dat zij weliswaar de

gedragscodes van videoplatformdiensten dienen te beoordelen, maar dat een regeling ontbreekt voor het geval de gedragscode niet wordt nageleefd. Naar aanleiding van deze opmerking van het Commissariaat is in het artikel toegevoegd dat het Commissariaat toeziet op de toepassing van de gedragscode door de videoplatformdienst. Op grond van artikel 3a.3 zorgt de aanbieder van een videoplatformdienst voor draagvlak onder belanghebbenden. Op verzoek van het Commissariaat is in dit artikel aangesloten bij de tekst uit de herzieningsrichtlijn, waar gesproken wordt over de belangrijkste belanghebbenden. Tot slot miste het Commissariaat aandacht voor de mechanismen om de geschiktheid van de maatregelen die door de videoplatformdiensten zijn genomen te beoordelen. Dit heeft geleid tot een verduidelijking in de toelichting.

Het Commissariaat merkt op tevreden te zijn met de regels voor de bescherming van minderjarigen bij VOD-diensten. Wel meent het Commissariaat, naar aanleiding van de regeling voor diensten die uitzenden over de grens, dat het vergelijken van het beschermingsniveau voor het Commissariaat mogelijk lastig is. De toelichting is op dit punt aangevuld.

6. Toezicht en handhaving

Met de implementatie van de herzieningsrichtlijn ontstaat er een aantal nieuwe taken voor het Commissariaat voor de Media. Ten eerste zorgt de uitbereiding van de reikwijdte van de richtlijn audiovisuele mediadiensten voor een extra taak voor het Commissariaat. De aanbieders van in Nederland gevestigde videoplatformdiensten leggen hun gedragscode voor aan het Commissariaat. Het Commissariaat is belast met het toezicht op de toepassing hiervan.

Door het wegvallen van het "tv-like"-criterium voor mediadiensten op aanvraag, zullen er meer diensten kwalificeren als een mediadienst op aanvraag. Deze diensten dienen zich bij het Commissariaat te registreren en zich te houden aan de regels die gelden voor mediadiensten op aanvraag. Het Commissariaat houdt hier toezicht op.

Ook ontstaat er door de implementatie van de herzieningsrichtlijn een aantal verslagverplichtingen. Zo dienen media-instellingen aan het Commissariaat te rapporteren over de wijze waarop zij hun media-aanbod toegankelijk maken. Ook het contactpunt voor klachten over toegankelijkheid wordt bij het Commissariaat belegd. Daarnaast zorgt de invoering van quota voor Europese producties bij mediadiensten op aanvraag voor een extra rapportageverplichting aan het Commissariaat. Het wetsvoorstel introduceert de mogelijkheid dat het Commissariaat ontheffing verleent aan commerciële aanbieders die vanwege de aard van hun dienst niet voldoende Europese werken kunnen aankopen. Het Commissariaat zal deze ontheffingsmogelijkheden moeten gaan definiëren en toepassen. Tot slot ontstaat er een verslagverplichting voor het Commissariaat zelf: de toezichthouder dient een lijst bij te houden van alle aanbieders van mediadiensten die onder Nederlandse jurisdictie vallen.

Voor het Commissariaat zal er naar het zich laat aanzien ook werk voortvloeien uit het feit dat de herzieningsrichtlijn ERGA een adviserende taak geeft bij het oplossen van jurisdictiegeschillen ten aanzien van mediadiensten en videoplatformdiensten. De informatie die ERGA nodig heeft om tot een advies te komen, zal veelal van het Commissariaat moeten komen indien Nederland betrokken is bij een jurisdictiegeschil.

Tot slot moet in dit verband worden opgemerkt dat de herzieningsrichtlijn ERGA naast een adviserende taak, ook een taak geeft op het gebied van het uitwisselen van best practice ervaringen en het laten samenwerken van leden teneinde naleving van de herzieningsrichtlijn te bevorderen. Het Commissariaat zal als deelnemer in ERGA derhalve op allerlei onderdelen van herzieningsrichtlijn bij de uitvoering van deze taken betrokken worden.

7. Consultatie van betrokken partijen

Dit wetsvoorstel betreft de implementatie van een Europese richtlijn. Daarbij is gekozen enkel het minimaal noodzakelijke te implementeren. Dat wil zeggen dat alle bepalingen waarbij de lidstaten de keuze krijgen iets te regelen, maar waar dit niet verplicht wordt gesteld, niet zijn meegenomen in dit wetsvoorstel. Omdat het hier gaat om een minimale vorm van implementatie is er voor gekozen dit wetsvoorstel niet aan te bieden via de internetconsultatie. Dat wil uiteraard niet zeggen dat partijen niet betrokken zijn bij de totstandkoming van dit wetsvoorstel. Het ministerie heeft tijdens de totstandkoming van het wetsvoorstel nauw contact onderhouden met de relevante stakeholders.

Er zijn op regelmatige basis gesprekken gevoerd met het NICAM over de wijzigingen inzake de bescherming van minderjarigen. Met de Stichting Reclame Code is regelmatig gesproken over de kwalitatieve eisen van reclame die in de richtlijn worden geadresseerd.

Ook hebben er gesprekken plaatsgevonden met de NPO en de VCO (vereniging commerciële omroepen). Daarnaast hebben een aantal commerciële omroepen zich op eigen titel gemeld bij het ministerie. Deze gesprekken richtten zich vooral op de onderwerpen signaalintegriteit, de verspoeling van de regels over reclamezendtijd en de regels over het toegankelijk maken van het media-aanbod voor auditief en visueel beperkten.

Ook met verschillende VOD-diensten zijn gesprekken gevoerd. Deze gesprekken gingen vooral over het quotum voor Europese producties van 30 procent en de regels over de bescherming van minderjarigen die nu ook voor VOD-diensten zullen gaan gelden.

Het ministerie heeft daarnaast contact op genomen met mogelijke aanbieders van videoplatformdiensten om de nieuwe regelgeving voor deze diensten te bespreken.

Tot slot heeft het ministerie regelmatig contact gehad met het Commissariaat inzake de uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid van het wetsvoorstel.

Artikelsgewijze toelichting

Onderdeel A (artikel 1.1)

Audiovisueel media-aanbod: De begripsbepaling van audiovisueel media-aanbod is een nieuwe, aanvullende begripsbepaling ter implementatie van de begripsbepaling 'programma' uit de herzieningsrichtlijn. De begripsbepaling 'programma' uit de richtlijn is reeds in de Mediawet geïmplementeerd in verschillende begripsbepalingen zoals 'media-aanbod', 'programma', en 'commercieel media-aanbod op aanvraag'. Het toevoegen van een aanvullende begripsbepaling van 'audiovisueel media-aanbod' aan de Mediawet is noodzakelijk vanwege de uitbreiding van de reikwijdte van de herzieningsrichtlijn. Met name voor de videoplatformdienst en voor de commerciële mediadienst op aanvraag zijn de bestaande begripsbepalingen uit de Mediawet niet altijd toe te passen bij de implementatie van de herzieningsrichtlijn. Zo is de begripsbepaling 'programma' uit de Mediawet gericht op een omroepdienst en is zij bovendien van toepassing op inhoud met (bewegend) beeld al dan niet met geluid én op inhoud met alleen audio. Ook de begripsbepalingen 'media-aanbod' en 'commercieel media-aanbod op aanvraag' zijn tevens van toepassing op alleen audio. De bepalingen uit de herzieningsrichtlijn over videoplatformdiensten en commerciële mediadiensten op aanvraag zien echter specifiek op audiovisuele media. De begripsbepaling van audiovisueel media-aanbod beperkt zich daarom tot media-aanbod met bewegende beeldinhoud al dan niet mede met geluidsinhoud.

Omdat audiovisueel media-aanbod een begripsbepaling is waarmee aansluiting wordt gezocht bij de begripsbepaling 'programma' uit de herzieningsrichtlijn, heeft dat gevolgen voor de context waarin deze begripsbepaling toegepast kan worden. Zo dient een programma in de zin van de herzieningsrichtlijn deel uit te maken van een schema dat of een catalogus die is opgesteld door een aanbieder van een mediadienst. De begripsbepaling audiovisueel media-aanbod komt dan ook alleen in beeld als er sprake is van een audiovisuele mediadienst als bedoeld in de herzieningsrichtlijn. De audiovisuele mediadienst is een dienst in de zin van artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, voor zover het hoofddoel daarvan of een losstaand gedeelte ervan, de levering van programma's voor het algemene publiek is. Daarmee wordt onderscheid gemaakt met de begripsbepaling 'door gebruikers gegenereerde video' uit de herzieningsrichtlijn. Een door gebruikers gegenereerde video op een videoplatformdienst is niet afkomstig van een dienst in de zin van artikel 56 en 57 van het Verdrag. Tot slot staat een audiovisuele mediadienst onder de redactionele verantwoordelijkheid van de aanbieder van de mediadienst, in de vorm van een natuurlijk persoon of rechtspersoon die ook bepaalt hoe de dienst in de vorm van een schema of catalogus wordt georganiseerd. Audiovisueel media-aanbod kan daardoor niet door een aanbieder van videoplatforms worden geproduceerd, maar wel door een mediadienst op het videoplatform worden aangeboden.

Overlay: Audiovisuele mediadiensten die zijn aangeboden door aanbieders van mediadiensten dienen op grond van artikel 7ter van de herzieningsrichtlijn geen overlay te krijgen voor commerciële doeleinden zonder de uitdrukkelijke toestemming van die aanbieders. Voorbeelden van overlays zijn waarschuwingen, informatie van algemeen belang, ondertiteling of commerciële communicatie dat als overlay is aangeboden en zijn bijvoorbeeld afkomstig van een pakketaanbieder als bedoeld in artikel 6.9a van de Mediawet. Deze begripsbepaling is van belang bij het ongewijzigd verspreiden van een programmakanaal of een mediadienst op aanvraag als bedoeld in het voorgestelde artikel 6.25a van de Mediawet. De bepalingen ten aanzien van het gebruik van een overlay wordt bij onderdelen T en U van deze artikelsgewijze toelichting nader toegelicht.

Onderdelen B, L en O (artikelen 2.58, 3.27 en 3.29d)

Het nieuwe artikel 7 van de herzieningsrichtlijn bepaalt dat de lidstaten ervoor moeten zorgen dat de aanbieders van mediadiensten hun aanbod door middel van evenredige

maatregelen voortdurend en in toenemende mate toegankelijker maken voor personen met een handicap. In de artikelen 2.123 en 3.25 van de Mediawet is al geregeld dat het televisieprogramma-aanbod van publieke en commerciële mediadiensten moet zijn voorzien van ondertiteling ten behoeve van personen met een auditieve beperking. Deze maatregel is uitgewerkt in de artikelen 15 en 17 van het Mediabesluit 2008. In deze bepalingen van het Mediabesluit zijn percentages voor het televisieprogramma-aanbod van publieke en commerciële media-instellingen vastgesteld dat moet zijn voorzien van ondertiteling ten behoeve van personen met een auditieve beperking. Het vereiste van 'in toenemende mate' toegankelijker maken van het aanbod wordt geïnterpreteerd als het op progressieve wijze toegankelijk maken van het aanbod. Dat betekent dat bijvoorbeeld het percentage van het aanbod dat wordt ondertiteld niet noodzakelijkerwijs hoeft toe te nemen, maar dat er wel gewerkt wordt aan de ontwikkeling van de kwaliteit van de diensten, of dat er gezocht wordt naar nieuwe technieken.

Over de uitvoering van de maatregelen moet door de aanbieders van mediadiensten verslag worden uitgebracht aan het Commissariaat. Voorgesteld wordt om voor de NPO, wat betreft de landelijke publieke mediadienst, en voor een commerciële media-instelling de verslagverplichting over deze maatregelen in de artikelen 2.58 en 3.27 van de Mediawet op te nemen. Artikel 3.27 van de Mediawet is op grond van artikel 3.29d van de Mediawet van overeenkomstige toepassing op commerciële mediadiensten op aanvraag. De verslagverplichting is daarmee ook van toepassing op een media-instelling die een commerciële mediadienst op aanvraag verzorgt. Het jaarlijks uitbrengen van een verslag moet bewerkstelligen dat de media-instellingen ook daadwerkelijk een actieplan opstellen en maatregelen treffen waardoor het media-aanbod voor personen met een handicap verder wordt ontwikkeld.

In het voorgestelde tweede lid van de artikelen 2.58 en 3.27 van de Mediawet is de verplichting uit artikel 7, tweede lid, van de herzieningsrichtlijn om elke drie jaar verslag uit te brengen over de resultaten van verslagverplichting die door de NPO en de commerciële media-instellingen worden uitgevoerd, bij het Commissariaat belegd.

Onderdelen C en F (2.88 en 3.5)

Deze artikelen vormen de omzetting van de vernieuwing van artikel 6 van de richtlijn. De verwijzing naar artikel 21 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie (EU-handvest) is overgenomen uit het richtlijnartikel. Er is voor gekozen de opdracht tot het nemen van passende maatregelen te beleggen bij de (publieke en commerciële) media-instellingen en daarvoor een lid toe te voegen aan de artikelen in de Mediawet die gaan over de redactionele autonomie van de media-instellingen. Daarmee wordt onderstreept dat de context steeds is de vrijheid van meningsuiting. Bij passende maatregelen kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een gedragscode, al dan niet in combinatie met een meldpunt voor klachten. Het Commissariaat houdt er toezicht op dat passende maatregelen zijn genomen.

Onderdelen D en H (artikelen 2.95 en 3.8)

Overeenkomstig artikel 23 van de richtlijn is voor publieke mediadiensten in artikel 2.95 van de Mediawet en voor de commerciële mediadiensten in artikel 3.8 van de Mediawet bepaald welk aandeel van het programma-aanbod per dag of per uur uit reclame- en telewinkeloordboodschappen mag bestaan. Voor de publieke mediadiensten is dit aandeel inclusief de omlijsting van de reclameblokken. Met de herziening van artikel 23 van de richtlijn is een verruiming van het aandeel televisiereclame en telewinkeloordboodschappen voorgesteld naar niet meer dan twintig procent van de tijd uit het tijdvak tussen 6.00 uur en 18:00 uur, en twintig procent van de tijd uit het tijdvak tussen 18:00 uur en 24:00 uur. In het tweede lid van artikel 23 van de herzieningsrichtlijn is aangegeven dat deze bepaling niet van toepassing is op boodschappen van de omroepdienst in verband met eigen programma's, sponsorboodschappen, productplaatsing en neutrale frames tussen redactionele inhoud en televisiereclame of telewinkeloordboodschappen, en tussen

individuele spots. De artikelen 2.95 en 3.8 van de Mediawet worden met de voorgestelde wijzigingsbepalingen hierop aangepast.

Onderdelen E en N (artikelen 2.115 en 3.29c)

Artikel 13 van de richtlijn regelt dat een audiovisuele mediadienst op aanvraag de toegang tot Europese producties en de vervaardiging van Europese producties bevordert. In de herzieningsrichtlijn is een nieuw artikel 13 opgenomen waarin een minimumpercentage aan Europese producties is vastgesteld voor audiovisuele mediadiensten op aanvraag. Op grond van deze bepaling dienen lidstaten ervoor te zorgen dat aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag een minimumpercentage van dertig procent aan Europese producties in de catalogi opnemen en dat deze producties onder de aandacht worden gebracht. Voor de publieke mediadiensten op aanvraag wordt ter implementatie van deze bepaling aansluiting gezocht bij artikel 2.115 van de Mediawet. Het huidige artikel 2.115 betreft tevens de implementatie van artikel 16, eerste lid, van de richtlijn, waarin is geregeld dat lidstaten erop toezien dat omroeporganisaties het grootste gedeelte van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame teletekst en telewinkelen gewijde zendtijd reserveren voor Europese producties. Voor commerciële mediadiensten op aanvraag, die apart geregeld zijn in titel 3.2a wordt ter implementatie van artikel 13 van de herzieningsrichtlijn voorgesteld om artikel 3.29c van de Mediawet opnieuw te formuleren.

Volgens artikel 13 van de herzieningsrichtlijn gelden de nieuwe verplichtingen overigens niet voor een aanbieder van een mediadienst op aanvraag met een lage omzet of een klein publiek. Ook gelden de nieuwe verplichtingen niet ingeval deze voor de aanbieder praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zou zijn gelet op de aard of het onderwerp van de audiovisuele mediadienst. Voorgesteld wordt om deze uitzonderingen overeenkomstig het nieuwe artikel 13, zesde lid, van de herzieningsrichtlijn in de artikelen 2.115 en 3.29c van de Mediawet te regelen. In het voorstel is tevens geregeld dat het Commissariaat een ontheffing kan verlenen als de verplichtingen of voorschriften uit de bepalingen over Europese producties voor deze aanbieder praktisch onhaalbaar of ongerechtvaardigd zou zijn gelet op de aard of het onderwerp van de audiovisuele mediadienst. De ontheffingsmogelijkheid geldt voor (landelijke, regionale en lokale) publieke media-instellingen, commerciële media-instellingen en voor de NPO die op grond van artikel 2.2, tweede lid, onder b, van de Mediawet de aanbodkanalen van het media-aanbod van de landelijke publieke mediadienst coördineert en ordent. Het Commissariaat kan aan een ontheffing voorschriften verbinden.

Onderdelen G en M (Artikelen 3.5a en 3.29b)

Artikel 2 van de richtlijn regelt welke publieke of commerciële media-instellingen onder de Nederlandse bevoegdheid vallen, en is geïmplementeerd in artikel 1.2 van de Mediawet. Aan artikel 2 is met de herzieningsrichtlijn het lid 5bis toegevoegd. Deze bepaling regelt dat lidstaten ervoor moeten zorgen dat aanbieders van mediadiensten de bevoegde nationale reguleringsinstantie informeren over wijzigingen die van invloed kunnen zijn op het bepalen van de rechtsmacht. Omdat deze bepaling niet gaat over het bepalen van de rechtsmacht, maar een informatieverplichting voorschrijft, wordt deze informatieverplichting in aanvulling op bestaande informatieverplichtingen in de artikelen 3.5a en 3.29b van de Mediawet opgenomen. De voorgestelde aanpassingen in de Mediawet zien alleen op commerciële media-instellingen en media-instellingen die een commerciële mediadienst op aanvraag verzorgen. De informatieverplichting in artikel 2, lid 5bis, van de herzieningsrichtlijn geldt in beginsel ook voor de mediadiensten van de publieke media-instellingen, maar die vallen per definitie al onder de bevoegdheid van Nederland waardoor het opleggen van deze informatieverplichting niet nodig is.

Onderdeel I (Artikelen 3.10 en 3.11)

Artikel 20 van de richtlijn voorziet in een beperking op onderbrekingen van programma's in het bijzonder bestemd voor kinderen jonger dan twaalf jaar voor reclame- en

telewinkelboodschappen, tot één per tijdvak van tenminste 30 minuten, mits de geprogrammeerde duur van het programma meer dan 30 minuten bedraagt. Dit is geïmplementeerd in artikel 3.11 Mediawet. In de herzieningsrichtlijn is een algeheel verbod op telewinkelboodschappen in kinderprogramma's opgenomen. Dit verbod wordt overgenomen in het nieuw voorgestelde derde lid van artikel 3.10 Mediawet. De beperking op reclameboodschappen in kinderprogramma's blijft gehandhaafd, wat met de herformulering van artikel 3.11 is gewaarborgd.

Onderdelen J en K (Artikelen 3.19a en 3.19c)

In de herzieningsrichtlijn is de verbodsbepaling over productplaatsing in artikel 11 van de richtlijn gewijzigd in een bepaling die productplaatsing in beginsel toestaat. De richtlijn regelde een verbodsbepaling met uitzonderingen om het gebruik van nieuwe reclametechnieken niet onmogelijk te maken. De Europese Commissie beoogde met de voorschriften over productplaatsing een eerlijk speelveld te verzorgen voor de Europese media-industrie en daarmee het concurrentievermogen van de Europese media-industrie te verbeteren. Gezocht is daarbij naar de juiste verhouding tussen het belang van de Europese media-industrie en doelstellingen van algemeen belang, zoals de bescherming van consumenten. Omdat de liberalisering van productplaatsing niet heeft geleid tot het verwachte gebruik van productplaatsing, is de mogelijkheid van productplaatsing in de herzieningsrichtlijn verruimd. Op grond van artikel 11 van de herzieningsrichtlijn is productplaatsing toegestaan, met uitzondering van audiovisueel media-aanbod dat uitdrukkelijk is genoemd in de richtlijn-bepaling. De combinatie van het in algemene zin toestaan van productplaatsing en expliciete uitzonderingen is overgenomen in het voorgestelde artikel 3.19a van de Mediawet.

Artikel 11 van de richtlijn biedt tevens de ruimte aan lidstaten om de vermelding van de aanwezigheid van productplaatsing weg te laten als het audiovisueel media-aanbod niet is geproduceerd of besteld door de aanbieder van de mediadienst. Deze bepaling was eerder omgezet in artikel 3.19c van de Mediawet voor uit het buitenland aangekochte producties. In deze bepaling werd geregeld dat als de buitenlandse productie van het programma zonder tussenkomst van een Nederlandse media-instelling (of een onderneming die daaraan is verbonden) tot stand was gekomen, ook de overige voorwaarden voor productplaatsing van artikel 3.19b niet hoefden te gelden. Omdat de vormgeving van artikel 3.19c (en artikel 3.18, in samenhang met artikel 3.29d van de Mediawet) maakte dat sommige voorwaarden uit de artikelen 10 en 11 van de herzieningsrichtlijn, zoals de voorwaarden voor de redactionele onafhankelijkheid van de aanbieder, specifieke aanprijzingen, het aan de kijker kenbaar maken van sponsoring en de aanwezigheid van productplaatsing, niet van toepassing waren op alle uit het buitenland aangekochte media-aanbod door commerciële media-instellingen, werd de bepaling verwijderd uit de Mediawet.¹ Daarmee werd ook de bepaling verwijderd waarin werd geregeld dat de vermelding van de aanwezigheid van productplaatsing weggelaten kon worden als het programma niet is geproduceerd of besteld door de aanbieder van de mediadienst.

Het opnieuw geformuleerde artikel 3.19c bepaalt overeenkomstig artikel 11 van de herzieningsrichtlijn dat de verplichting tot het vermelden van productplaatsing uit artikel 3.19b, vierde lid, niet van toepassing is indien het programma-aanbod niet door de betreffende commerciële media-instelling of een aan deze commerciële media-instelling verbonden onderneming geproduceerd of besteld is. Voor dit programma-aanbod hoeft dus geen informatie in beeld te worden getoond waarin duidelijk is vermeld dat het betreffende programma-aanbod productplaatsing bevat.

¹ Kamerstukken II 2012/13, 33541, nr. 3.

Onderdeel P (Hoofdstuk 3a)

Algemeen

Zoals in het algemene deel is genoemd, is regulering van de videoplatformdiensten een nieuw element in de herzieningsrichtlijn. Met de voorgestelde invoeging van hoofdstuk 3a van de Mediawet worden de artikelen 28bis en 28ter van de herzieningsrichtlijn geïmplementeerd. Hoofdstuk 3a bevat bepalingen die alleen gelden voor de videoplatformdienst, omdat de videoplatformdienst naar zijn aard minder vergelijkbaar is met de lineaire mediadienst en de mediadienst op aanvraag. Bij videoplatformdiensten ontbreekt de redactionele verantwoordelijkheid voor de inhoud bij de aanbieder van het platform. Dit heeft gevolgen voor de manier waarop de videoplatformdienst in de Europese richtlijn is gereguleerd en kan worden gereguleerd, zonder een inbreuk te maken op de vrijheid van meningsuiting van gebruikers die inhoud genereren.

Het recht op vrijheid van meningsuiting is vastgelegd in artikel 7 Grondwet. Lineaire mediadiensten komen overeen met het begrip 'televisie' uit artikel 7, tweede lid, van de Grondwet. Volgens dit artikellid stelt de wet regels over televisie. Met de opkomst en regulering van mediadiensten op aanvraag onder de richtlijn rees de vraag of deze ook gekwalificeerd konden worden als 'televisie'. Het antwoord daarop was bevestigend, gelet op de overeenkomsten tussen lineaire mediadiensten en mediadiensten op aanvraag. Het voornaamste verschil tussen de twee soorten mediadiensten was immers het moment waarop het media-aanbod bekeken kon worden. Ook werd destijds opgeworpen dat de opkomst van mediadiensten op aanvraag nog niet was voorzien op het moment dat het begrip televisie werd opgenomen in de Grondwet. 'Televisie' heeft zich door technologische ontwikkelingen in de loop der tijd ontwikkeld tot een begrip dat tevens mediadiensten op aanvraag omvat. Dit ligt echter anders bij videoplatformdiensten. Omdat de redactionele verantwoordelijkheid voor de inhoud bij de aanbieder ontbreekt, en bij door gebruikers gegenereerde video's ook niet zonder meer sprake is van 'programma's', past de videoplatformdienst niet binnen het huidige begrip 'televisie'. Bij regulering van de videoplatformdienst moet aldus rekening worden gehouden met het grondwettelijke regime van artikel 7, derde lid, van de Grondwet. Dit artikellid verbiedt een systeem van voorafgaand verlot omwille van de inhoud.

De regulering van videoplatformdiensten houdt in dat aanbieders van videoplatformdiensten verplicht worden een gedragscode op te stellen en toe te passen. Hierdoor krijgen uiteindelijk de aanbieders van media-aanbod op een dergelijk platform te maken met deze gedragscodes. Artikel 7, derde lid, Grondwet is in de relatie tussen de aanbieder van een videoplatformdienst en de gebruiker daarvan relevant, vanwege de wettelijke verplichting voor aanbieders van een videoplatformdienst om een gedragscode op te stellen en deze toe te passen op hun gebruikers.

Begripsbepalingen

Wat betreft de begripsbepalingen uit hoofdstuk 3a van de Mediawet is zoveel mogelijk aansluiting gezocht bij de bestaande begripsbepalingen in de Mediawet. Enkele begripsbepalingen zijn echter specifiek gericht op de videoplatformdiensten. Deze zijn dan ook specifiek voor in dit hoofdstuk van de Mediawet gedefinieerd, en sluiten zoveel mogelijk aan bij de definities van de herzieningsrichtlijn.

Videoplatformdiensten onder de bevoegdheid van Nederland

Welke videoplatformdiensten onder de bevoegdheid van Nederland vallen, wordt bepaald op grond van artikel 28bis, eerste tot en met vierde lid, van de herzieningsrichtlijn. De aanbieder van een videoplatform die valt onder de bevoegdheid van Nederland dient op grond van het voorgestelde artikel 3a.2 van de Mediawet ten minste de naam, plaats van vestiging en contactgegevens op een toegankelijke, rechtstreekse en permanente wijze beschikbaar te stellen. Op dezelfde wijze dient de aanbieder van een videoplatform aan te geven dat het Commissariaat met het toezicht op de videoplatformdienst belast is. Dat is van belang in het kader van de actuele lijst met daarop de aanbieders van

videoplatforms die onder de bevoegdheid van Nederland vallen, die op grond van in artikel 28bis, zesde lid, van de herzieningsrichtlijn is voorgeschreven. Deze lijst wordt door het Commissariaat opgesteld en bijgehouden.

Gebruik van de gedragscode en maatregelen op videoplatforms

De herzieningsrichtlijn bepaalt in artikel 28 ter, eerste lid, dat lidstaten ervoor zorgen dat aanbieders van videoplatforms die onder hun bevoegdheid vallen passende maatregelen treffen ter bescherming van minderjarigen tegen schadelijke inhoud, en ter bescherming van het algemene publiek tegen inhoud die aanzet tot geweld of haat, of waarvan de verspreiding een misdrijf oplevert. Voor die laatste situatie noemt de herzieningsrichtlijn in het bijzonder het publiekelijk uitlokken van het plegen van een terroristisch misdrijf en het plegen van strafbare feiten met betrekking tot kinderpornografie en op het gebied van racisme en vreemdelingenhaat. Maatregelen om op te treden tegen het aanzetten tot geweld of haat, of activiteiten die krachtens het Unierecht als misdrijf worden gekwalificeerd, zijn in Nederland geregeld in het strafrecht. Artikel 28ter, derde lid, van de herzieningsrichtlijn geeft het kader aan de hand waarvan kan worden bepaald welke maatregelen passend zijn voor de aanbieders van een videoplatformdienst. Hierbij zijn van belang de aard van de desbetreffende inhoud, de schade die deze inhoud kan berokkenen, de kenmerken van de te beschermen categorie personen en de in het geding zijnde rechten en gerechtvaardigde belangen. Als gerechtvaardigde belangen worden genoemd de gerechtvaardigde belangen van de aanbieders van een videoplatform, de gebruikers die de inhoud hebben gecreëerd of geüpload, of het algemeen belang. De maatregelen dienen uitvoerbaar en proportioneel te zijn, waarbij rekening wordt gehouden met de omvang van de videoplatformdienst en de aard van de verleende dienst. Naargelang het geval kunnen dit maatregelen zijn die worden uitgewerkt in de voorwaarden van de videoplatformdienst, of maatregelen die van toepassing zijn op het aanbod. Door maatregelen op te nemen in de voorwaarden van de videoplatformdienst, wordt de aanbieder van audiovisueel media-aanbod of van door gebruikers gegenereerde video's gehouden aan de voorschriften die zijn genoemd in artikel 28ter, eerste lid, van de herzieningsrichtlijn. Maatregelen die het aanbod op het videoplatform betreffen kunnen functioneel of technisch van aard zijn. Een voorbeeld van een functionele maatregel is dat een aanbieder van audiovisueel media-aanbod of een video een verklaring over de inhoud ervan aflegt. Een maatregel van technische aard is bijvoorbeeld een systeem voor leeftijdscontrole. Overige maatregelen zijn het tot stand brengen en gebruiken van transparante, gemakkelijk te gebruiken en doeltreffende procedures voor de afhandeling van klachten van de gebruikers en maatregelen en instrumenten op het gebied van mediageletterdheid. De maatregelen mogen niet leiden tot controlemaatregelen vooraf of filtering bij het uploaden van inhoud die onverenigbaar zijn met artikel 15 van Richtlijn 2000/31/EC (richtlijn inzake elektronische handel). Hieruit volgt dat geen algemeen toezicht mag ontstaan door aanbieders van videoplatformdiensten op de inhoud die zij beschikbaar maken, en dat zij niet actief op zoek mogen gaan naar feiten of omstandigheden die op onwettige activiteiten wijzen. Artikel 28ter, vierde lid, van de herzieningsrichtlijn bepaalt dat voor de uitvoering van leden 1 en 3 gebruik wordt gemaakt van co-regulering overeenkomstig artikel 4bis, eerste lid. Dit systeem van co-regulering wordt geïmplementeerd in het voorgestelde artikel 3a.3 van de Mediawet. Dit artikel schrijft het gebruik van de gedragscode voor aan een aanbieder van een videoplatform, en stelt voorwaarden aan deze gedragscode.

Op grond van artikel 7.11 van de Mediawet ziet het Commissariaat erop toe dat de gedragscode en de betreffende maatregelen overeenkomstig artikel 28ter, eerste en derde lid, van de herzieningsrichtlijn worden gerealiseerd en dat deze gedragscode en ook wordt toegepast. Dit vormt een systeem van co-regulering, waarbij het Commissariaat een actieve rol speelt in het opstellen van de voorgeschreven gedragscode om ervoor te zorgen dat deze voldoet aan de eisen van artikel 4bis van de herzieningsrichtlijn. Als met de gedragscode niet of onvoldoende de doelstellingen uit de

herzieningsrichtlijn worden bereikt, kan het Commissariaat tevens handhavend optreden. De naleving van de gedragscode zelf geschiedt door middel van de maatregelen die binnen het systeem van co-regulering genomen zijn, zoals het afhandelen van klachten van gebruikers door de videoplatformdienst (artikel 28ter, derde lid, onder i, van de herzieningsrichtlijn). Daarbij schrijft artikel 28ter, zevende lid, van de herzieningsrichtlijn voor dat de lidstaten waarborgen dat mechanismen beschikbaar zijn voor de toepassing van de artikel 28ter, eerste en derde lid, van de herzieningsrichtlijn waarin de eisen ten aanzien van de gedragscode en de maatregelen zijn opgenomen. In Nederland zijn verschillende mogelijkheden voor onafhankelijke buitengerechtelijke geschilbeslechting. Een aanbieder van een videoplatformdienst kan bijvoorbeeld een geschillencommissie laten onderbrengen bij Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken. Deze stichting wordt gereguleerd in de Implementatiewet buitengerechtelijke geschillenbeslechting consumenten², waarin onder andere eisen gesteld zijn aan onpartijdige geschillenbeslechting. Ook kan de gebruiker niet het recht op juridische bescherming overeenkomstig het nationale recht worden ontnomen (zie artikel 9 van de Implementatiewet buitengerechtelijke geschillenbeslechting consumenten). De Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken valt onder de verantwoordelijkheid van de Minister voor Rechtsbescherming.

Bescherming van minderjarigen

Als het gaat om de bescherming van minderjarigen voor aanbod dat hun lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling kan aantasten, dan geldt voor de meest schadelijke inhoud de meest strikte toegangscontrolemaatregelen (artikel 28ter, derde lid, herzieningsrichtlijn). Voor minderjarigen gaat het bij schadelijke inhoud om inhoud die hun lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling kan aantasten. De bescherming van minderjarigen wordt geregeld in hoofdstuk 4 van de Mediawet. De bepalingen uit dit hoofdstuk zijn niet gericht op de videoplatformdiensten, maar op het audiovisueel media-aanbod dat op het videoplatform wordt aangeboden door een instelling die verantwoordelijk is voor de inhoud van dit aanbod. Deze instellingen moeten op grond van hoofdstuk 4 van de Mediawet zijn aangesloten bij het NICAM om aanbod op een videoplatform te kunnen plaatsen dat schade kan toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar. De aanbieder van audiovisueel media-aanbod die gebruik maakt van een videoplatform is dan vanwege het audiovisueel media-aanbod wat betreft de bescherming van personen onder de 16 jaar gebonden aan van hoofdstuk 4 van de Mediawet en het strafrecht. Daarnaast is deze aanbieder vanwege het plaatsen van het aanbod op een videoplatform gebonden aan de voorwaarden die de videoplatformdienst oplegt.

Audiovisuele commerciële communicatie

De herzieningsrichtlijn bepaalt in artikel 28ter, eerste lid, ook dat de lidstaten passende maatregelen nemen om minderjarigen te beschermen tegen schadelijke inhoud van audiovisuele commerciële communicatie, en het algemene publiek te beschermen tegen audiovisuele commerciële communicatie die aanzet tot geweld of haat, of met inhoud waarvan de verspreiding een misdrijf is krachten het Unierecht. Dit betreft dezelfde categorieën als eerder in dit onderdeel besproken voor het media-aanbod en de door gebruikers gegenereerde video's.

Ten aanzien van audiovisuele commerciële communicatie die een aanbieder van een videoplatformdienst zelf in de handel brengt, verkoopt of organiseert, bepaalt artikel 28ter, tweede lid, van de herzieningsrichtlijn aanvullend dat lidstaten ervoor zorgen dat deze voldoet aan de voorschriften uit artikel 9, eerste lid, van de herzieningsrichtlijn. Dat artikel ziet op regulering van audiovisuele commerciële communicatie van

² Deze wet betreft de implementatie van Richtlijn 2013/11/EU van het EP en de Raad van 21 mei 2013 betreffende alternatieve beslechting van consumentengeschillen en Verordening (EU) nr. 524/2013 van het EP en de Raad van 21 mei 2013 betreffende onlinebeslechting van consumentengeschillen.

aanbieders van publieke en commerciële mediadiensten. Op grond van de artikelen 2.92 en 3.6 van de Mediawet zijn aanbieders van publieke en commerciële mediadiensten verplicht om zich aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code (of een vergelijkbare regeling van de Stichting Reclame Code). Dezelfde regeling wordt in artikel 3a.4 van de Mediawet voorgesteld voor de videoplatformdienst die audiovisuele commerciële communicatie zelf in de handel brengt, verkoopt of organiseert. Artikel 3a.5 van de Mediawet geeft voorschriften over de wijze waarop audiovisuele commerciële communicatie wordt aangeboden (opgenomen in artikel 9, eerste lid, onderdelen a en b, van de herzieningsrichtlijn). Voorschriften ten aanzien van de inhoud van de audiovisuele commerciële communicatie (opgenomen in artikel 9, eerste lid, onderdelen c tot en met g, van de herzieningsrichtlijn) worden door Stichting Reclame Code geïmplementeerd en opgelegd aan de betreffende aanbieder van een videoplatformdienst.

De Nederlandse Reclame Code kent verder een aantal Bijzondere Reclamecodes die ook bepalingen ten aanzien van kinderen en minderjarigen bevatten, waaronder ter bescherming tegen reclame waarin de nadruk wordt gelegd op de positieve kwaliteit van de voedingsaspecten van voedingsmiddelen en dranken waarvan een buitensporig gebruik in het algehele voedingspatroon niet wordt aanbevolen. Daarmee wordt tevens artikel 28ter, vierde lid, van de herzieningsrichtlijn geïmplementeerd.

Het vierde lid van artikel 3a.5 van de Mediawet, is een uitwerking van artikel 28ter, tweede lid, derde alinea, van de herzieningsrichtlijn. Op grond van het voorgestelde artikel 3a.5, vierde lid, van de Mediawet dient een aanbieder van een videoplatformdienst gebruikers duidelijk te informeren indien het media-aanbod of een door de gebruiker gegenereerde video audiovisuele commerciële communicatie bevat. Dat de aanbieder van het audiovisuele media-aanbod of van de gebruiker gegenereerde video dit moet melden aan de videoplatformdienst, blijkt uit de gedragscode en de algemene voorwaarden van de videoplatformdienst. Overigens zal de mediadienst die audiovisueel media-aanbod op een videoplatformdienst met audiovisuele commerciële communicatie aanbiedt, op grond van de wet ook zelf aangesloten moeten zijn bij de Nederlandse Reclame Code (zie artikel 3.29d van de Mediawet).

Onderdeel Q tot en met S (artikelen 4.1, 4.1a en 4.2)

Op grond van artikel 6bis, eerste lid, van de herzieningsrichtlijn dienen lidstaten passende maatregelen te nemen ten aanzien van audiovisuele mediadiensten die lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van minderjarigen zouden kunnen aantasten. De bescherming van personen onder de 16 jaar is geregeld in hoofdstuk 4 van de Mediawet. Ter implementatie van artikel 6bis van de herzieningsrichtlijn wordt in deze onderdelen een voorstel gedaan om hoofdstuk 4 van de Mediawet te wijzigen.

Artikel 4.1

Het bestaande artikel 4.1, tweede lid, van de Mediawet regelt dat instellingen die televisieprogramma-aanbod verzorgen, aangesloten moeten zijn bij het NICAM, indien het betreffende aanbod schade kan toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar. Het NICAM is de organisatie die op grond van artikel 4.2, eerste lid, erkend is door de minister en voorziet in regelingen omtrent classificatie en het verspreiden van aanbod dat de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar ernstige schade zou kunnen toebrengen.

De richtlijn stelt ter bescherming van minderjarigen meer regels aan traditionele televisie-uitzendingen dan aan media-aanbod verspreid door audiovisuele mediadiensten op aanvraag. Met de herzieningsrichtlijn zijn voor de bescherming van minderjarigen de passende maatregelen van toepassing op televisie-uitzendingen als uitgangspunt

genomen voor audiovisuele mediadiensten op aanvraag. Ook al wordt in de herzieningsrichtlijn niet meer gesproken van 'ernstige schade' en alleen nog van 'schade', het niveau van bescherming voor minderjarigen van audiovisuele mediadiensten op aanvraag moet omhoog naar het niveau van televisie-uitzendingen. Onder het begrip schade moet daarbij een glijdende schaal worden verstaan van ernstige schade tot minder ernstige schade. Om die reden vervalt in artikel 4.1 van de Mediawet de bepaling waarin een verbod is opgenomen op aanbod dat de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar ernstige schade zou kunnen toebrengen.

Vanwege de gelijkstelling betreffende bescherming van personen onder de zestien jaar van televisie-uitzendingen en audiovisuele mediadiensten op aanvraag wordt voorgesteld om ook de instellingen die dit aanbod via mediadiensten op aanvraag verzorgen aan te laten sluiten bij het NICAM. Uit de regelingen van het NICAM volgen maatregelen die personen onder de zestien jaar beschermen tegen aanbod dat schade aan hen kan toebrengen. Het gaat om maatregelen als classificatie van het aanbod, en het aanbod voorzien van symbolen of waarschuwingen. Zoals artikel 6bis van de herzieningsrichtlijn voorschrijft, worden deze maatregelen beschouwd als evenredig aan de mogelijke schade die het aanbod kan berokkenen. Voor het televisieprogramma-aanbod regelt het NICAM verder tijdstippen voor het verspreiden van het aanbod. Deze maatregel sluit aan bij het uitgangspunt van artikel 6bis van de herzieningsrichtlijn dat de inhoud van het aanbod zodanig beschikbaar moet worden gesteld dat personen jonger dan zestien jaar deze normaliter niet te horen of te zien krijgen. Deze bepaling van de herzieningsrichtlijn wordt tevens geïmplementeerd in artikel 4.1a van de Mediawet.

In artikel 4.1 van de Mediawet wordt in het derde lid een uitzondering opgenomen voor mediadiensten die onder de bevoegdheid van Nederland vallen, maar waarvan het aanbod gericht is op een andere lidstaat van de Europese Unie. Het NICAM is een privaatrechtelijke organisatie die op grond van artikel 4.2, eerste lid, door de minister erkend is. De erkenning van het NICAM voor het voorzien in regelingen als bedoeld in artikel 4.2, eerste lid, van de Mediawet, is van belang zodat er één organisatie is die voorschrijft hoe de maatregelen tot bescherming van minderjarigen worden vormgegeven. Daarmee is er voor het audiovisuele media-aanbod in Nederland één voor een ieder herkenbare classificatie van televisieprogramma-aanbod, namelijk de Kijkwijzer. Voor het audiovisueel media-aanbod dat door een media-instelling in een andere lidstaat van de Europese Unie wordt aangeboden gaat dit argument voor de erkenning van één organisatie niet op. De lidstaat dient ervoor te zorgen dat er passende maatregelen worden genomen om minderjarigen te beschermen (als bedoeld in artikel 6bis van de richtlijn). De classificatie van het NICAM is echter niet een herkenbare classificatie binnen de hele Europese Unie aangezien maar een klein deel van de media-instellingen binnen de Europese Unie in Nederland is gevestigd. In een andere lidstaat van de Europese Unie kan waarde worden gehecht aan een andere wijze van classificeren van media-aanbod dan de aanpak van NICAM op grond van de artikelen 4.2 van de Mediawet. Bovendien kunnen er ook andere marktpartijen zijn die in staat zijn dezelfde bescherming te bieden als het NICAM op grond van artikel 4.2 van de Mediawet biedt. Dat kunnen bijvoorbeeld grotere mediadiensten op aanvraag zijn die hun audiovisueel media-aanbod in meerdere lidstaten van de Europese Unie aanbieden. Voor deze partijen regelt het voorgestelde derde lid van artikel 4.1 van de Mediawet dat er pas van de uitzondering gebruik kan worden gemaakt als de aanbieder aan het Commissariaat kan aantonen dat de door hem getroffen maatregelen ten minste dezelfde bescherming biedt als de bescherming die voor personen onder de zestien jaar op grond van hoofdstuk 4 van de Mediawet geboden wordt. Het Commissariaat kan op basis van de door de aanbieder van de mediadienst aangeleverde informatie bekijken of het beschermingsniveau inderdaad ten minste gelijk is aan dat van het NICAM. Deze taak past bij het takenpakket van het Commissariaat, dat immers onder meer meta-toezicht op het NICAM houdt.

Artikel 4.1a

Artikel 6bis, eerste lid, van de herzieningsrichtlijn bepaalt dat passende maatregelen een selectie van uitzending, instrumenten voor leeftijdscontrole of andere technische maatregelen kunnen betreffen. De maatregelen die volgen uit regelgeving die door het NICAM wordt opgesteld houden verband met de classificatie van aanbod, tijdstippen van verspreiding van aanbod en het voorzien van symbolen en waarschuwingen voorafgaand aan verspreiding van het aanbod. Hoewel de maatregelen tot het vaststellen van tijdstippen waarop aanbod op een programmakanaal verspreid mag worden ertoe leidt dat een persoon onder zestien jaar het schadelijke aanbod normaliter niet te horen of te zien krijgt, geldt dat niet voor de overige maatregelen die voortkomen uit de regelingen van het NICAM. Om die reden dient wordt als apart voorschrift in artikel 4.1a, eerste lid, van de Mediawet opgenomen dat audiovisueel media-aanbod dat schade kan toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar door de instelling die verantwoordelijk is voor de inhoud van het aanbod zodanig beschikbaar te worden gesteld dat personen jonger dan zestien jaar deze normaliter niet te horen of te zien krijgen. Deze bepaling is met name gericht op de aanbieder van een audiovisuele mediadienst op aanvraag. De aanbieder kan er voor kiezen het aanbod voor een bepaald tijdstip niet aan te bieden, maar kan er ook voor kiezen om het aanbod toegankelijk te maken voor personen jonger dan zestien jaar. Artikel 4.2, tweede lid, van de Mediawet staat er overigens niet aan in de weg dat het NICAM alsnog aangeeft voor welke tijdstippen bepaald media-aanbod op aanvraag voor personen jonger dan zestien jaar niet vrij toegankelijk op een mediadienst op aanvraag dient te worden aangeboden. Deze maatregel kan dan door het Commissariaat beschouwd worden als een maatregel als bedoeld in artikel 4.1a, eerste lid, van de Mediawet, maar het staat de aanbieder van een mediadienst op aanvraag vrij om andere maatregelen toe te passen die ervoor zorgen dat dit audiovisueel media-aanbod normaliter niet door personen jonger dan zestien jaar gehoord of gezien worden.

Tot slot bepaalt artikel 6bis, eerste lid, van de herzieningsrichtlijn dat voor de meest schadelijke inhoud, zoals nodeloos geweld en pornografie, de strengste maatregelen worden getroffen. In artikel 4.1a, tweede lid, van de Mediawet is als meest strenge maatregel opgenomen dat deze inhoud toegankelijk moet worden gemaakt voor personen jonger dan zestien jaar. In praktijk komt dat overeen met de maatregelen die al getroffen worden voor de meest schadelijke inhoud. Wat onder pornografie of nodeloos geweld en daarmee onder de meest schadelijke inhoud verstaan wordt, wordt per lidstaat verschillend geïnterpreteerd. Of aanbod onder de meest schadelijke inhoud valt en of de instelling die dit aanbod aanbiedt dit toegankelijk heeft gemaakt voor personen jonger dan zestien jaar is aan het Commissariaat om te beoordelen.

Voor een lineaire mediadienst is artikel 4.1a, derde lid, van de Mediawet relevant voor zover het televisieprogramma-aanbod betreft dat niet als meest schadelijke inhoud kan worden gekwalificeerd. Het instellen van tijdstippen waarop het televisieprogramma-aanbod mag worden verspreid is een maatregel als bedoeld in het voorgestelde artikel 4.1a, eerste lid, van de Mediawet doordat dit aanbod zodanig beschikbaar wordt gesteld dat personen jonger dan zestien jaar dit aanbod normaliter niet te horen of te zien krijgen. Als het gaat om audiovisueel media-aanbod op aanvraag, dan zal het Commissariaat moeten beoordelen of de genomen maatregelen ertoe leiden dat personen jonger dan zestien jaar deze normaliter niet te horen of te zien krijgen. Ook beoordeelt het Commissariaat of aanbod onder de meest schadelijke inhoud valt en of de instelling die dit aanbod aanbiedt dit toegankelijk heeft gemaakt voor personen jonger dan zestien jaar.

Bij het nemen van maatregelen op grond van dit artikel, is onvermijdelijk dat mediadiensten, zowel lineair als op aanvraag, persoonsgegevens van minderjarigen verwerken. Op de verwerking van persoonsgegevens is Verordening (EU) 2016/679 van

toepassing (de Algemene Verordening Gegevensbescherming of AVG). Om het gewenste niveau van bescherming voor minderjarigen te bereiken bepaalt artikel 6bis, tweede lid, van de herzieningsrichtlijn in aanvulling op de AVG specifiek dat door aanbieders van mediadiensten in dit kader verzamelde persoonsgegevens van minderjarigen niet voor commerciële doeleinden mogen worden gebruikt. Dit wordt geïmplementeerd in het vierde lid van artikel 4.1a van de Mediawet.

Onderdeel T (Artikel 4.6)

Hoofdstuk 4 van de Mediawet is op dit moment in beginsel uitsluitend gericht op televisieprogramma-aanbod. Op grond van artikel 4.6, eerste lid, van de huidige Mediawet wordt ook ander media-aanbod van publieke omroepen onder de reikwijdte van hoofdstuk 4 geplaatst. Voor commerciële mediadiensten op aanvraag, is een specifieke regeling voor de bescherming van jongeren onder de zestien jaar gecreëerd met artikel 4.6, tweede lid, van de huidige Mediawet. Het media-aanbod van een commerciële mediadienst op aanvraag dat de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar ernstige schade zou kunnen toebrengen, mag uitsluitend zodanig beschikbaar wordt gesteld dat zij dat aanbod normaliter niet te horen of te zien krijgen. Met de implementatie van de herzieningsrichtlijn valt zowel het televisieprogramma-aanbod als het media-aanbod op aanvraag onder de bepalingen van hoofdstuk 4 van de Mediawet. Artikel 4.6 van de Mediawet kan daarom vervallen.

Onderdelen U en V (Artikelen 6.13 en 6.25a)

Op grond van het nieuwe artikel 7ter van de herzieningsrichtlijn dienen de lidstaten passende en evenredige maatregelen te nemen om ervoor te zorgen dat de door aanbieders van mediadiensten aangeboden audiovisuele mediadiensten geen overlay krijgen voor commerciële doeleinden of worden gewijzigd zonder uitdrukkelijke toestemming van de aanbieders. In overweging 26 van de herzieningsrichtlijn is aangegeven dat de integriteit van de programma's en audiovisuele mediadiensten, geleverd door aanbieders van mediadiensten, moet worden gewaarborgd vanwege de redactionele verantwoordelijkheid van de aanbieders. Om die reden mogen programma's en audiovisuele mediadiensten niet worden ingekort, gewijzigd of onderbroken of met een overlay voor commerciële doeleinden worden uitgezonden, tenzij de aanbieders van mediadiensten daarvoor uitdrukkelijk toestemming verlenen.

Voorgesteld wordt om in de nieuwe titel 6.3a van de Mediawet bepalingen op te nemen over de ongewijzigde verspreiding van zowel programmakanalen als mediadiensten op aanvraag. Op dit moment regelt artikel 6:13, tweede lid, tweede volzin, van de Mediawet dat de pakketaanbieders de programmakanalen ongewijzigd dienen te verspreiden. De verplichting tot ongewijzigd verspreiden van artikel 7ter van de herzieningsrichtlijn ziet echter ook op mediadiensten op aanvraag. Om die reden wordt de bepaling verplaatst van titel 6.3, die ziet op omroepzenders, omroepnetwerken en frequentieruimte, naar het voorgestelde artikel 6.25a van titel 6.3a van de Mediawet.

Artikel 6.25a van de Mediawet regelt daarnaast, ook ter implementatie van artikel 7ter van de herzieningsrichtlijn, de bescherming van de gerechtvaardigde belangen van de gebruikers waarbij rekening moet worden gehouden met de gerechtvaardigde belangen van de oorspronkelijke aanbieders van het programma-aanbod of het audiovisueel media-aanbod. De herzieningsrichtlijn schrijft hier specifieke regelgeving voor. In het voorgestelde artikel 6.25a van de Mediawet zijn daarom de uitzonderingen geregeld. Een gewijzigde vorm van verspreiding door het media-aanbod in te korten, te wijzigen of te onderbreken kan alleen als de betreffende publieke of commerciële media-instelling daar toestemming voor heeft gegeven.

Ook is het mogelijk dat het media-aanbod niet ongewijzigd wordt verspreid door de toevoeging van een overlay. Een overlay toevoegen is wel toegestaan als de ontvanger van de dienst daartoe voor privégebruik het initiatief heeft genomen of toestemming heeft verleend. Er is dan geen toestemming van de aanbieder van mediadiensten nodig. Het gaat dan bijvoorbeeld om overlays die voortvloeien uit diensten voor individuele communicatie. Tot slot is het mogelijk om een overlay toe te voegen als het gaat om besturingselementen van gebruikersinterfaces die nodig zijn om het apparaat waarmee het aanbod bekeken wordt te bedienen of tussen de programma's te navigeren. Het gaat dan om volumebalkjes, zoekfuncties, navigatiemenu's of lijsten van kanalen. Ook overlays die door de aanbieder van mediadiensten worden aangeboden, zoals waarschuwingen, informatie van algemeen belang, ondertiteling of commerciële communicatie, zijn toegestaan.

Onder het ongewijzigd verspreiden wordt in deze bepaling overigens niet verstaan de technieken die een dienst aan de distributiewijze aanpassen zoals resolutie en codering, zonder de inhoud te wijzigen. Dit valt onder reikwijdte van Verordening (EU) 2015/2120 van het Europees Parlement en de Raad van 25 november 2015 tot vaststelling van maatregelen betreffende open-internettoegang en tot wijziging van Richtlijn 2002/22/EG inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische communicatienetwerken en -diensten en Verordening (EU) nr. 531/2012 betreffende roaming op openbare mobiele communicatienetwerken binnen de Unie.

Onderdeel W (Artikel 7.12)

Het nieuw voorgestelde artikel 3a.5 van de Mediawet heeft betrekking op de herkenbaarheid van commerciële communicatie. Omdat deze bepaling de inhoud van het media-aanbod regelt, dient het Commissariaat op deze bepaling niet vooraf toezicht te houden. Handhaving in de vorm van een last onder dwangsom is dan ook niet van toepassing op het voorgestelde artikel 3a.5 van de Mediawet. Om deze reden wordt voorgesteld deze bepaling op te nemen bij de in artikel 7.12, derde lid, van de Mediawet geformuleerde uitzonderingen.

Onderdeel X (artikel 7.22)

Deze bepaling geeft uitvoering aan artikel 2, lid 5ter, van de herzieningsrichtlijn en hangt samen met artikel 1.2 van de Mediawet en het voorgestelde artikel 3.5a, tweede lid, van de Mediawet. Het Commissariaat dient een actuele lijst bij te houden met aanbieders van mediadiensten ten aanzien van wie het bevoegd is, en daarbij te vermelden op welke van de in de leden 2 tot en met 5 van artikel 2 van de herzieningsrichtlijn bedoelde criteria zijn bevoegdheid is gebaseerd.

De Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media

Arie Slob

Transponeringstabel:		
Artikel, -lid of -onderdeel EU-regeling	Te implementeren in	Bijzonderheden
Artikel 1, onder a,	Artikelen 1.1 en 3.29a van de Mediawet	
Artikel 1, onder b,	Artikel 3a.1 van de Mediawet	
Artikel 1, onder c,	Artikel 1.1 van de Mediawet	
Artikel 1, onder d,	Artikel 3a.1 van de Mediawet	
Artikel 1, onder e,	Artikel 3a.1 van de Mediawet	
Artikel 1, onder f,	Artikelen 1.1 en 3a.1 van de Mediawet	
Artikel 1, onder g,	Artikelen 1.1 en 3a.1 van de Mediawet	

Artikel 1, onder h,	Artikel 1a.1 van de Mediawet	
Artikel 2, derde lid, onder b,	Artikel 1.2 van de Mediawet	
Artikel 2, lid 5bis	Artikel 3.29b, derde lid, van de Mediawet	
Artikel 2, lid 5ter	Titel 7.1 van de Mediawet	
Artikel 2, lid 5quater		Feitelijk handelen (naar zijn aard geen implementatie)
Artikel 3, eerste lid		Op grond van de Mediawet wordt de doorgifte niet belemmerd
Artikel 3, tweede tot en met zevende lid		Behoeft geen implementatie, bepalingen op niveau lidstaten
Artikel 4		Geen gebruik gemaakt van kan-bepaling die artikel 4, eerste lid voorstelt, leden twee tot en met vier zijn niet van toepassing
Artikel 4bis		Behoeft naar zijn aard geen implementatie

Artikel 5, eerste lid	Artikel 5, eerste lid: artikelen 2.88a, 3.29b en 3.5a van de Mediawet	
Artikel 5, tweede lid		Kan-bepaling
Artikel 6	Artikelen 2.88 en 3.5 van de Mediawet	
Artikel 6bis	Artikelen 4.1, 4.1a en 4.2 van de Mediawet	
Artikel 7	De artikelen 2.58 en 3.27 van de Mediawet	
Artikel 7bis		Kan-bepaling
Artikel 7ter	Artikel 6.25a van de Mediawet	
Artikel 9, eerste lid	Artikelen 2.94, 3.7 en 3.19b van de Mediawet, artikelen 1 en 5 van de Tabaks- en rookwarenwet, Reclamecodecommissie	Artikel 9, eerste lid, is reeds geïmplementeerd in de artikelen 1 en 5 van de Tabaks- en rookwarenwet
Artikel 9, tweede lid	Artikel 3.29d en 3.6 van de Mediawet	Reclamecodecommissie

Artikel 9, derde lid	Artikel 3.29d en 3.6 van de Mediawet	Reclamecodecommissie
Artikel 9, vierde lid	Artikel 3.29d en 3.6 van de Mediawet	Reclamecodecommissie
Artikel 9, vijfde lid		Kan-bepaling
Artikel 10, tweede lid		De toevoeging elektronische sigaretten en navulverpakkingen is reeds geïmplementeerd in de Tabaks- en rookwarenwet
Artikel 10, vierde lid		Kan-bepaling
Artikel 11, eerste lid	Artikel 3.19a, tweede lid, van de Mediawet	
Artikel 11, tweede lid	Artikel 3.19a, eerste lid, van de Mediawet	
Artikel 11, derde lid	Artikelen 3.19b en 3.19c van de Mediawet	
Artikel 11, vierde lid	Dit is reeds algemeen verboden in de Tabaks- en rookwarenwet en de Mediawet, zie ook 3.19b van de Mediawet	Is reeds geïmplementeerd

Artikel 13, eerste lid	Artikelen 2.115 en 3:29c van de Mediawet	
Artikel 13, tweede en derde lid		Kan-bepaling
Artikel 13, vierde en vijfde lid	Artikel 2.58 van de Mediawet	Reeds geïmplementeerd: stond in artikel 13, leden twee en drie van vorige richtlijn
Artikel 13, zesde lid		Kan-bepaling
Artikel 13, zevende lid		Behoeft geen implementatie
Artikel 19, tweede lid	Artikelen 2.106, tweede lid, onder c, en 3.8, tweede lid, van de Mediawet	
Artikel 20, tweede lid	Artikelen 2.91, 2.97, tweede lid, 3.10 en 3.11 van de Mediawet	
Artikel 23, eerste lid	Artikel 2.95, eerste lid, onder c, en artikel 3.8, eerste lid, van de Mediawet	
Artikel 23, tweede lid	Artikel 2.95, eerste lid, onder c en artikel 3.8, eerste lid, 3.14, eerste lid, afdeling 3.2.3 en afdeling 3.2.3a van de Mediawet	

Artikel 28bis, eerste tot en met vierde lid	Artikel 3a.2, eerste en tweede lid, van de Mediawet	
Artikel 28bis, vijfde lid	Toepassing richtlijn elektronische handel (richtlijn 2000/31/EG)	Behoeft geen implementatie
Artikel 28bis, zesde lid	Artikel 3a.2, van de Mediawet en feitelijk handelen	
Artikel 28bis, zevende lid		Feitelijk handelen
Artikel 28ter, eerste en derde lid	Artikel 3a.3, eerste en tweede lid, van de Mediawet	
Artikel 28ter, tweede lid,	Artikel 3a.4 en 3a.5 van de Mediawet	
Artikel 28ter, derde lid, onderdelen a en b	Artikel 3a.3, eerste lid, onderdelen a en b, van de Mediawet	
Artikel 28ter, vierde lid		Behoeft naar zijn aard geen verdere implementatie
Artikel 28ter, vijfde lid	Artikel 3a3, vierde lid, van de Mediawet en feitelijk handelen	

Artikel 28ter, zesde lid		Kan-bepaling
Artikel 28ter, zevende lid	Feitelijk handelen	Zie ook: Implementatiewet buitengerechtelijke geschillenbeslechting consumenten
Artikel 28ter, achtste lid	Feitelijk handelen	Zie ook: Implementatiewet buitengerechtelijke geschillenbeslechting consumenten
Artikel 28ter, negende lid		Behoeft naar zijn aard geen verdere implementatie
Artikel 28ter, tiende lid		Kan-bepaling
Artikel 30, eerste lid	Titel 7.1 van de Mediawet	
Artikel 30, tweede en derde lid	Diverse bepalingen in de Mediawet, in het bijzonder Hoofdstuk 7 van de Mediawet	
Artikel 30, vierde lid,	Titel 7.1, en in het bijzonder artikel 7.6 van de Mediawet	
Artikel 30, vijfde lid,	Titel 7.1 van de Mediawet en Kaderwet ZBO	

Artikel 30, zesde lid,	Titel 7.1 van de Mediawet en de Awb	
Artikel 30bis		Behoeft naar zijn aard geen implementatie
Artikel 30ter		Behoeft naar zijn aard geen implementatie
Artikel 33		Behoeft naar zijn aard geen implementatie
Artikel 33bis		Behoeft naar zijn aard geen implementatie