

Besluit

Kenmerk: 991762 / 999467.

Onderwerp: Bestuurlijke boete voor I.K. Business Invest B.V. voor het niet aansluiten bij de Nederlandse Reclame Code.

Besluit van het Commissariaat voor de Media tot het opleggen van een bestuurlijke boete aan I.K. Business Invest B.V. voor het overtreden van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet 2008.

A. Samenvatting

1. Met dit besluit legt het Commissariaat voor de Media (hierna: het Commissariaat) I.K. Business Invest B.V. een bestuurlijke boete op van € 2.500 voor het overtreden van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet 2008 (hierna: de Mediawet). Volgens artikel 3.6 van de Mediawet moeten commerciële media-instellingen die reclame- of telewinkelloodschappen in hun programma-aanbod opnemen, zijn aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code. Die verplichting is via artikel 3.29d van de Mediawet ook van toepassing op aanbieders van een commerciële mediadienst op aanvraag.

B. Aanleiding en overtreder

2. In het kader van zijn toezichthoudende taak verrichtte het Commissariaat onderzoek naar de naleving van de Mediawet door I.K. Business Invest B.V. op de TikTok- en Instagramprofielen 'Dutchperformante'. De heer [X] is de (indirect) bestuurder en aandeelhouder van I.K. Business Invest B.V. en handelt namens de B.V. De heer [X] plaatst het media-aanbod op de profielen.
3. Volgens de Beleidsregel kwalificatie commerciële mediadiensten op aanvraag 2022 zijn de TikTok- en Instagramprofielen 'Dutchperformante' commerciële mediadiensten op aanvraag, die onder toezicht staan van het Commissariaat. I.K. Business Invest B.V. is de commerciële media-instelling die de mediadiensten aanbiedt.¹ De heer [X] is als (indirect) bestuurder en aandeelhouder van die B.V. de video-uploader achter de profielen 'Dutchperformante'. Hij moet op deze profielen de regels uit de Mediawet naleven.² Het Commissariaat ziet hierop toe sinds 1 juli 2022.

C. Verloop van de procedure

¹ De inkomsten uit de commerciële mediadienst op aanvraag gaan naar I.K. Business Invest B.V.

² De boete wordt opgelegd aan I.K. Business Invest B.V., maar voor de leesbaarheid heeft het besluit het over de heer [X].

4. Het Commissariaat onderzocht of de heer [X] artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet naleefde. Hierin staat dat een media-instelling die reclame- of telewinkelloodschappen in het media-aanbod opneemt, moet zijn aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code. Dit onderzoek resulteerde in een onderzoeksrapport van 2 december 2024.
5. Bij brief van 14 februari 2025 informeerde het Commissariaat de heer [X] over zijn voornemen tot oplegging van een bestuurlijke boete voor de overtreding van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet. In deze brief nodigde het Commissariaat hem uit om schriftelijk of mondeling een zienswijze op dit voornemen te geven.
6. Op 6 maart 2025 gaf de heer [X] een mondelinge zienswijze tijdens een hoorzitting. Het verslag van deze hoorzitting is als **bijlage 2** aan dit besluit gehecht.

D. Wettelijk kader

7. Voor het wettelijk kader verwijst het Commissariaat naar **bijlage 1** bij dit besluit.

E. Feiten

8. Op 7 juli 2022 meldde de heer [X] zijn profielen 'Dutchperformante' op TikTok en Instagram aan bij het Commissariaat. Daarna informeerde het Commissariaat hem op verschillende momenten over de regels uit de Mediawet.
9. Zo stuurde het Commissariaat hem op 14 juli 2022 per e-mail een informatiebrief met een brochure als bijlage. In de brief en de brochure werden de relevante regels uit de Mediawet toegelicht. In deze documenten stond ook informatie over de verplichting om aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code, als er reclame- of telewinkelloodschappen in het media-aanbod zijn opgenomen.
10. Op 24 november 2022 stuurde het Commissariaat aan de heer [X] een algemene e-mail met informatie over de regels uit de Mediawet. Het Commissariaat ging hierbij nogmaals in op de verplichting om aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code.
11. Op 27 februari 2023 rondde het Commissariaat, als onderdeel van zijn toezichtaanpak, een nulmeting af. In het kader van deze nulmeting onderzocht het Commissariaat of 50 willekeurige, aangemelde video-uploaders voldeden aan de regels uit de Mediawet. Uit die nulmeting volgde onder andere dat de heer [X] niet was aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code. Dit leverde een overtreding op, waarvoor hij werd uitgenodigd voor een gesprek op het kantoor van het Commissariaat.

12. Op 7 september 2023 is met de heer [X] dit gesprek gevoerd. Tijdens het gesprek wees het Commissariaat hem onder andere op de verplichting om aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code.
13. Op 19 september 2023 stuurde het Commissariaat een brief en een e-mail met een terugkoppeling van wat in het gesprek was besproken. In de brief werd hij opnieuw gewezen op de verplichting om aan te sluiten bij de Nederlandse Reclame Code. In de brief stond ook dat het Commissariaat het gesprek kan betrekken bij de beslissing of en op welke wijze handhavend wordt opgetreden, als er in de toekomst soortgelijke overtredingen worden geconstateerd.
14. Naar aanleiding van het gesprek onderzocht het Commissariaat op 20 maart 2024 of de heer [X] voldeed aan verschillende regels uit de Mediawet. Het Commissariaat constateerde dat hij niet was aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code.
15. Het Commissariaat maakte vervolgens, op 18 juli 2024, een onderzoeksrapport op. In dit rapport constateerde het Commissariaat onder andere dat de heer [X] niet was aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code, wat een overtreding opleverde van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet.
16. Het Commissariaat heeft de heer [X] voor die overtreding op 19 september 2024 een waarschuwing gegeven. In de waarschuwing stond dat hij zich binnen 14 dagen moest aansluiten bij de Nederlandse Reclame Code. Het Commissariaat gaf aan dat hij kan besluiten om een bestuurlijke boete op te leggen, als de heer [X] de aansluiting niet verrichtte. Hij ontving de waarschuwing zowel per brief als per e-mail.
17. Op 7 oktober 2024 ontving het Commissariaat van de Stichting Reclame Code een overzicht met aangesloten video-uploaders. De heer [X] stond niet in dit overzicht en had zich niet aangesloten. Sinds 7 oktober 2024 zijn er ook geen andere gegevens aangeleverd door de Stichting Reclame Code of de heer [X], waaruit blijkt dat hij de aansluiting had verricht.
18. Op 2 december 2024 maakte het Commissariaat opnieuw een onderzoeksrapport op. Hieruit bleek dat de heer [X] zich niet had aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code en artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet overtrad.

F. Zienswijze

19. Op 6 maart 2025 gaf de heer [X] zijn mondelinge zienswijze op het sanctievoornemen tijdens een hoorzitting. Samengevat weergegeven voerde hij het volgende aan.



20. De heer [X] gaf aan dat hij, na het ontvangen van het sanctievoornemen, de aansluiting bij de Nederlandse Reclame Code heeft verricht. Hij erkende dat hij de verzoeken van het Commissariaat om die aansluiting te verrichten eerder had moeten opvolgen. Hij verkeerde echter in de veronderstelling dat hij was aangesloten en stelde dat het niet eerder verrichten van de aansluiting een fout is geweest.
21. De heer [X] gaf verder aan dat, hoewel hij niet was aangesloten, hij de regels voor het herkenbaar maken van reclame in zijn video's wel volgt. Hij gaf ook aan dat hij berichten van het Commissariaat in het vervolg beter door zal nemen en contact zal opnemen met het Commissariaat als hij twijfelt aan de inhoud van die berichten.
22. Tot slot merkte de heer [X] op dat het waardevol zou zijn als het Commissariaat een systeem had waarin hij kon zien bij welke andere instanties hij zich naast het Commissariaat nog moest aansluiten. Op die manier had hij na het ontvangen van de verschillende berichten van het Commissariaat kunnen controleren of hij de aansluiting bij de Nederlandse Reclame Code inderdaad nog niet had uitgevoerd.

G. Overwegingen van het Commissariaat

23. Op grond van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet moeten commerciële media-instellingen, die reclame- of telewinkeloordschappen in hun programma-aanbod opnemen, zich aansluiten bij de Nederlandse Reclame Code of een vergelijkbare door de Stichting Reclame Code tot stand gebrachte regeling. De Stichting Reclame Code is de toezichthouder op de naleving van de Nederlandse Reclame Code. Een commerciële media-instelling kan door een schriftelijke verklaring aantonen dat deze is aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code.
24. Via artikel 3.29d van de Mediawet is deze regel ook van toepassing op video-uploaders die een commerciële mediadienst op aanvraag aanbieden. Zoals staat in randnummers 2 en 3 zijn de profielen 'Dutchperformante' op TikTok en Instagram commerciële mediadiensten op aanvraag en is de heer [X] de video-uploader.
25. Het Commissariaat constateert in zijn onderzoeksrapport van 2 december 2024 dat de heer [X] in ieder geval op zijn Instagram profiel 'Dutchperformante' video's aanbiedt die reclame bevatten. Toen hij zijn profielen 'Dutchperformante' op TikTok en Instagram op 7 juli 2022 bij het Commissariaat aanmeldde, gaf hij in het meldingsformulier aan dat hij door het plaatsen van video's op zijn profielen onder andere inkomsten uit het opnemen van reclame ontving. In het onderzoeksrapport van 18 juli 2024 en de waarschuwing van 19 september 2024 werden ook video's van het Instagramprofiel 'Dutchperformante' genoemd, waarin reclame was opgenomen.



26. Verder constateert het Commissariaat in zijn onderzoeksrapport van 2 december 2024 dat de heer [X] zich niet heeft aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code. Het Commissariaat heeft herhaaldelijk onderzoek gedaan naar de aansluiting en heeft de heer [X] op verschillende momenten en manieren op de hoogte gesteld van de resultaten van die onderzoeken. Het Commissariaat gaf tijdens een gesprek op 7 september 2023, in een brief van 19 september 2023 en een waarschuwingsbrief van 19 september 2024 aan, dat hij artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet overtrad door de aansluiting niet te verrichten. Daarnaast ontving het Commissariaat op 7 oktober 2024 een overzicht met aangesloten video-uploaders van de Stichting Reclame Code. De heer [X] kwam niet voor in dit overzicht.

Tussenconclusie

27. Gezien het bovenstaande is het Commissariaat van oordeel dat de heer [X] reclameboodschappen opnam in video's op in ieder geval zijn Instagramprofiel 'Dutchperformante'. Hij had deze reclameboodschappen alleen mogen opnemen als hij was aangesloten bij de Nederlandse Reclame Code. Aangezien hij dit niet heeft gedaan, is artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet overtreden.

H. Bestuurlijke boete

Algemeen

28. Volgens artikel 7.12, eerste lid, van de Mediawet kan het Commissariaat een bestuurlijke boete van maximaal € 225.000 opleggen bij een overtreding van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet. Bij het maken van de keuze of het Commissariaat een bestuurlijke boete oplegt, betreft hij zijn handhavingsbeleid.
29. Het Commissariaat besluit voor de overtreding van artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet een bestuurlijke boete op te leggen.
30. Die keuze maakt het Commissariaat, in lijn met zijn handhavingsbeleid, omdat de heer [X] op meerdere momenten is geïnformeerd over de verplichting uit artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet. Ook betreft het Commissariaat dat hij op 19 september 2024 aan de heer [X] een waarschuwing heeft gegeven, waarin hem de opdracht is gegeven om de aansluiting binnen 14 dagen te verrichten. Het Commissariaat gaf hierin aan dat hij kan besluiten om een bestuurlijke boete op te leggen, als de aansluiting niet wordt verricht. De heer [X] is hier niet toe overgegaan, waardoor de overtreding voor een lange tijd voortduurde. De verplichting tot aansluiting geldt namelijk al vanaf 1 juli 2022. Het Commissariaat betreft in zijn beslissing ook dat de heer [X] zich, door zich niet aan te sluiten, heeft onttrokken aan bepaalde verplichtingen, zoals het betalen van kosten aan de Stichting Reclame Code. Gelet op het voorgaande besluit het Commissariaat een bestuurlijke boete op te leggen.

Hoogte bestuurlijke boete



31. In de Beleidsregels bestuurlijke boetes 2019 (hierna: de Beleidsregels) staat hoe het Commissariaat de hoogte van een bestuurlijke boete vaststelt. Uit de Beleidsregels volgt dat het Commissariaat bij het bepalen van de hoogte van de bestuurlijke boete een basisboete als uitgangspunt neemt. De hoogte van die basisboete is afhankelijk van het bereik van de overtreder (tabel 1, 2 of 3), de overtreden norm (Categorie A, B of C) en de ernst van de overtreding (Zwaarte I, II of III). De ernst van de overtreding beoordeelt het Commissariaat aan de hand van de relevante belangen, feiten en omstandigheden van het geval. De aanwezigheid van boeteverhogende of boeteverlagende omstandigheden kan leiden tot aanpassing van de hoogte van de basisboete.

Bereik

32. De profielen van de heer [X] zijn toegankelijk via het internet en hebben in potentie een landelijk bereik. Dit betekent dat zijn profielen een bereik hebben van meer dan 500.000 huishoudens en daarmee is **'Tabel 1'** uit de Beleidsregels van toepassing (volgens artikel 6 van de Beleidsregels).

Overtreden norm

33. De basisboete is verder afhankelijk van de norm die is overtreden. De Beleidsregels categoriseren de artikelen uit de Mediawet in 'Categorie A, B of C'. Het overtreden artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet valt in **'Categorie B'** (volgens artikel 4 van de Beleidsregels).

Ernst

34. Tot slot is de basisboete afhankelijk van de ernst van de overtreding. Bij het bepalen van de ernst van de overtreding wordt, naast de relevante omstandigheden, ook rekening gehouden met de mate waarin de overtreding de kernwaarden heeft geschonden die het Commissariaat beschermt. Het Commissariaat merkt de overtreding aan als een lichte overtreding (**'Zwaarte I'**, volgens artikel 5 van de Beleidsregels).
35. Artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet verplicht aansluiting bij de Nederlandse Reclame Code als in het programma-aanbod reclame voorkomt. Na aansluiting houdt de Stichting Reclame Code toezicht op de naleving van deze code. Hierin staat bijvoorbeeld dat reclame niet misleidend en onherkenbaar mag zijn. De code bestaat verder uit bijzondere reclamecodes, zoals de 'Reclamecode Social Media & Influencer Marketing'.
36. Door zich aan te sluiten, erkent de aangeslotene de Nederlandse Reclame Code en het principe dat reclame op een verantwoorde manier moet worden gemaakt. De aansluiting vindt plaats door het invullen van een online aanmeldingsformulier. Tijdens het gesprek op 7 september 2023 heeft het Commissariaat de heer [X] gewezen op deze code en uitleg gegeven over de regels voor de herkenbaarheid van reclame. De besproken regels komen uit de Mediawet, de Beleidsregel reclame commerciële media-instellingen 2022 en de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing. Hoewel het Commissariaat niet de toezichthouder is op de code, overlapt een deel van de regels uit de code met de regels uit de

Mediawet en de Beleidsregel reclame commerciële media-instellingen 2022. Dit geldt met name voor de regels over de herkenbaarheid van reclame en de regels over reclame in video's die op minderjarigen zijn gericht. De heer [X] gaf aan die regels te begrijpen.

37. De kernwaarde achter artikel 3.6, eerste lid, van de Mediawet is de onafhankelijkheid van het media-aanbod. Die kernwaarde ziet erop dat het media-aanbod onafhankelijk moet zijn van commerciële beïnvloeding, wat betekent dat kijkers duidelijk moeten kunnen herkennen wanneer er reclame aanwezig is, bijvoorbeeld in een video. Het erkennen van de Nederlandse Reclame Code draagt hieraan bij. Dit neemt echter niet weg dat de aansluiting bij de Nederlandse Reclame Code vooral een administratieve handeling is. Aansluiting betekent niet per definitie dat alle codes ten alle tijden worden nageleefd. De heer [X] is zoals gesteld, tijdens het gesprek op 7 september 2023, door het Commissariaat geïnformeerd over de verschillende regels. Daarmee nam hij ook zonder de aansluiting te verrichten kennis van een aantal onderdelen van de Nederlandse Reclame Code en de regels over de herkenbaarheid van reclame. Het Commissariaat heeft op dit moment verder geen aanwijzingen dat de heer [X] deze regels overtreedt. Hierdoor is er geen sprake van een ernstige inbreuk op de kernwaarde onafhankelijkheid. Het onderzoeksrapport constateert verder ook niet in hoeverre reclameboodschappen in het media-aanbod als zodanig herkenbaar zijn. Het Commissariaat ziet de overtreding gezien het bovenstaande als licht.

38. Daarmee komt het Commissariaat tot de volgende conclusie: volgens de Beleidsregels, 'Tabel 1', en bij een lichte overtreding van een norm uit 'Categorie B', hanteert het Commissariaat een basisboete van € 10.000 (volgens artikel 6, vierde lid, van de Beleidsregels). De aanwezigheid van boeteverhogende of boeteverlagende omstandigheden kunnen leiden tot aanpassing van dit bedrag.

Boeteverhogende of boeteverlagende omstandigheden

39. Bij de vaststelling van de hoogte van de bestuurlijke boete kan het Commissariaat boeteverhogende of boeteverlagende omstandigheden betrekken.
40. Een relevante omstandigheid is dat de heer [X] op 22 april 2024 het 'Influencer Certificaat' haalde. Het Influencer Certificaat is opgezet door DDMA³ in samenwerking met andere organisaties, zoals het Commissariaat en de Stichting Reclame Code. Hiervoor heeft hij een online module doorlopen en een toets moeten maken. In de module is hij door middel van tekst en video's meegenomen in de regels die gelden voor het maken van reclame online. Deze regels zijn afkomstig uit de Mediawet, consumentenwetgeving en de Nederlandse Reclame Code. Zo kwamen onder andere de regels voor reclame voor alcohol, voeding, cosmetische ingrepen en babyvoeding aan bod. Omdat de module aandacht besteedt aan een voor de heer [X] belangrijk gedeelte uit de Nederlandse

³ DDMA is de branchevereniging voor marketing en data en staat voor succesvolle en verantwoorde data-driven marketing.

Reclame Code en hij voor de module is geslaagd, heeft hij in feite, in ieder geval een deel van, de code erkend.

41. Daarnaast betreft het Commissariaat dat de heer [X] de overtreding inmiddels heeft beëindigd. Dit deed hij op 18 februari 2025, na de ontvangst van het sanctievoornemen van het Commissariaat.
42. Hoewel de heer [X] het Influencer Certificaat behaalde én de overtreding op 18 februari 2025 beëindigde, had de heer [X] zich al sinds 1 juli 2022 moeten aansluiten bij de Nederlandse Reclame Code. Eerdere informatiemomenten, een gesprek en een waarschuwing leidden er niet toe dat hij de aansluiting verrichtte. Gezien de duur van de overtreding en het aantal keren dat het Commissariaat uitleg heeft gegeven over de verplichting en de heer [X] heeft verzocht om zich aan te sluiten, besluit het Commissariaat dat het behalen van het certificaat en het beëindigen van de overtreding niet leiden tot het niet opleggen van een boete. Die omstandigheden betreft het Commissariaat wel als boeteverlagende omstandigheden bij de bepaling van de hoogte van de boete.

De hoogte van de bestuurlijke boete

43. De hoogte van de basisboete is € 10.000. Die boete was ook de basisboete in het sanctievoornemen van 14 februari 2025. In dit voornemen nam het Commissariaat het behalen van het Influencer Certificaat al mee als boeteverlagende omstandigheid en halveerde het Commissariaat de voorgenomen boete naar € 5.000. In dit besluit betreft het Commissariaat daarnaast de boeteverlagende omstandigheid dat de heer [X] de overtreding op 18 februari 2025 heeft beëindigd. Het Commissariaat besluit om de eerder voorgenomen boete van € 5.000 te halveren naar € 2.500. Volgens het Commissariaat staat de hoogte van die bestuurlijke boete in verhouding tot de ernst van de overtreding en de mate waarin deze aan de overtreder kan worden verweten.

I. Conclusie

44. Het Commissariaat legt aan I.K. Business Invest B.V. een bestuurlijke boete van € 2.500 op voor overtreding van artikel 3.6, eerste lid, (via artikel 3.29d) van de Mediawet.

J. Openbaarmaking

45. Over veertien dagen zal het Commissariaat (volgens artikel 3.1 van de Woo) de volledige tekst van dit besluit, met uitzondering van de daarin vermelde persoonsgegevens en vertrouwelijke bedrijfsgegevens, openbaar maken op zijn website ('www.cvdm.nl'). Het Commissariaat ziet daartoe verder geen belemmering volgens artikel 5.1 van de Woo.

Hilversum, 8 april 2025

drs. Amma Asante
Voorzitter

mr. Peter Eijssvoegel
Commissaris

Bent u het niet eens met dit besluit? En bent u een belanghebbende? Dan kunt u bezwaar maken. U heeft zes (6) weken de tijd om uw bezwaarschrift in te dienen. De termijn van zes weken gaat in op de dag na de datum van deze brief. De datum van deze brief is de dag waarop dit besluit is bekendgemaakt.

Stuur uw bezwaarschrift met uw motivatie per post naar het Commissariaat voor de Media, Postbus 1426, 1200 BK in Hilversum. U kunt ook bezwaar maken via het E-loket op de website van het Commissariaat voor de Media (www.cvdm.nl). Meer informatie over het maken van bezwaar staat op onze website (<https://www.cvdm.nl/over-het-cvdm/openbaarheid-van-bestuur/bezwaar-en-beroep/>).

Bijlage 1: Wettelijk kader

Artikel 1.1, aanhef en eerste lid, van de Mediawet

reclameboodschap: uiting in welke vorm dan ook, niet zijnde een telewinkelloodschap, waarmee onmiskenbaar wordt beoogd het publiek te bewegen tot het kopen van een bepaald product of het gebruik maken van een bepaalde dienst, dan wel gunstig te stemmen ten aanzien van een bepaald bedrijf, een bedrijfstak of een bepaalde instelling teneinde de verkoop van producten of de afname van diensten te bevorderen;

Artikel 3.6 van de Mediawet

1 Een commerciële media-instelling die reclame- of telewinkelloodschappen in het programma-aanbod opneemt, 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 3.29d van de Mediawet

Op commerciële mediadiensten op aanvraag zijn de artikelen 3.5, 3.5b, 3.6, 3.7, tweede lid, aanhef en onderdeel a, 3.15 tot en met 3.19c, 3.26 en 3.27 van overeenkomstige toepassing met uitzondering van de artikelen 3.16, tweede lid, aanhef en onderdeel a, en 3.19b, derde lid, onderdeel b.