

[NL] Medienbehörde aktualisiert Leitlinien für Video-Influencer

IRIS 2023-10:1/18

Ronan Ó Fathaigh Institut für Informationsrecht (IViR)

Am 25. Oktober 2023 veröffentlichte das *Commissariaat voor de Media* (Niederländische Medienbehörde - CvdM) aktualisierte Leitlinien für Video-Influencer in den Niederlanden. Dies ist insbesondere das Ergebnis der jüngsten Gespräche des CvdM mit Video-Influencern, die seiner Aufsicht unterliegen, jedoch die Vorschriften des *Mediawet* (Mediengesetz) zur Umsetzung der überarbeiteten EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) "noch nicht ausreichend einhalten" (siehe IRIS 2019-1/3 und IRIS 2021-1/24). Dem ging eine frühere aufsichtsrechtliche Untersuchung zur Einhaltung der Vorschriften durch Video-Uploader im Mai 2023 voran, bei der das CvdM feststellte, dass Video-Uploader "Vorschriften besser einhalten müssen" (siehe IRIS 2023-7/21). Hintergrund ist auch eine viel beachtete Ankündigung vom Mai 2022, das CvdM werde Video-Uploader im Rahmen seiner neuen Verfahrensregel für die Qualifizierung kommerzieller Abrufdienste 2022 überwachen. Die Regel stellt klar, welche Video-Uploader sich bei der Medienbehörde registrieren lassen müssen (siehe IRIS 2022-7/17).

Aus der jüngsten Untersuchung des CvdM geht hervor, dass "Eigenwerbung" zu den Themen gehört, die bei Video-Uploadern noch "unklar" sind. Das CvdM betonte, "viele" Uploader würden Eigenwerbung betreiben und es sei daher notwendig, die Leitlinien des CvdM zu Video-Influencing zu aktualisieren. In diesem Zusammenhang gilt als Eigenwerbung, wenn ein Influencer für eigene Produkte oder Dienstleistungen wirbt und Merchandising in eigener Regie betreibt. Das CvdM ist der Ansicht, dass Eigenwerbung eine Sonderform der Werbung ist. Entscheidend ist, dass, wenn der "Kontext" des Videos eindeutig zeigt, dass es sich um Eigenwerbung handelt, diese Form der Werbung für den Betrachter wahrscheinlich ausreichend als solche erkennbar ist. Wenn jedoch der Kontext des Videos nicht verdeutlicht, dass es sich um Eigenwerbung handelt, dann ist die Äußerung "nicht ausreichend als Werbung erkennbar". In einem solchen Fall muss der Video-Influencer deutlich darauf hinweisen, dass das Video Werbung für eigene Produkte sowie für Produkte oder Dienstleistungen Dritter enthält.

Das CvdM überwacht aktiv einflussreiche Influencer, das heißt, Video-Influencer mit mehr als 500000 Followern auf YouTube, Instagram und/oder TikTok. Das CvdM bekräftigte außerdem, dass Video-Uploader die Vorschriften des



Mediengesetzes genauer einhalten müssen, und führte Gespräche mit Influencern, die sich nicht ausreichend an die Vorschriften hielten. Es hat diesen Influencern die Möglichkeit eingeräumt, Verstöße zu korrigieren und zu lernen, wie man künftige Verstöße verhindern kann. Sollte dies jedoch nicht die gewünschte Wirkung erzielen, wird das CvdM weitere Maßnahmen ergreifen, auch in Form von "Verwarnungen oder Geldbußen".

Schließlich wies das CvdM darauf hin, dass die Europäische Kommission vor kurzem den *Influencer Legal Hub* ins Leben gerufen hat, der Informationen darüber enthält, wie Influencer transparent mit Werbung und kommerzieller Einflussnahme umgehen können. Das CvdM betonte jedoch, dass es in diesem Hub um "allgemeine europäische Vorschriften" und "nicht speziell" um Vorschriften nach dem niederländischen Mediengesetz gehe.

Commissariaat voor de Media, Commissariaat wijst video-uploaders op regels over o.a. zelfpromotie, 25 oktober 2023

https://www.cvdm.nl/nieuws/commissariaat-wijst-video-uploaders-op-regels-over-o-a-zelfpromotie/

Niederländische Medienbehörde CvdM erinnert Video-Uploader unter anderem an Regeln zur Eigenwerbung, 25. Oktober 2023

Commissariaat voor de Media, Veelgestelde vragen en antwoorden voor video-uploaders, 25 oktober 2023

https://www.cvdm.nl/voor-mediamakers/video-uploaders/nieuwe-regels-voor-video-uploaders/veelgestelde-vragen-en-antwoorden-voor-video-uploaders/

Niederländische Medienbehörde, Häufig gestellte Fragen und Antworten für Video-Uploader, 25. Oktober 2023

