

## **Schriftelijke inbreng rondetafelgesprek 2e Kamer**

Geachte commissie voor Digitale Zaken van de Tweede Kamer,

Graag wil ik, Joost Bouhof, content creator, enkele punten toelichten en bespreken tijdens het rondetafelgesprek op woensdag 11 december, blok 2.

### **Persoonlijke touch**

Ik wil de commissie graag een inkijkje geven in het werk van een influencer. Wat zijn onze dagelijkse bezigheden en hoe gaan we om met de regels? Ook wil ik mijn visie delen over hoe kijkers omgaan met reclame in korte content op TikTok en Instagram, in vergelijking met lange content op YouTube.

### **Wetgeving**

De verbreding van de mediawet naar influencers heeft de sector geprofessionaliseerd. Influencers nemen het kenbaar maken van reclame serieuzer en hier wordt ook op gehandhaafd. Zelfregulering speelt hierin een belangrijke rol! Handhaving via extra wetten brengt onnodige problemen met zich mee. De snelheid waarmee iemand een influencer kan worden, is tegenwoordig enorm hoog.

Meer wetten zijn niet nodig. De focus moet liggen op:

- Het goed laten werken van bestaande regels en de handhaving daarvan.
- Zelfregulering, zoals de certificering van influencers door DDMA en SRC aantoont.

Het is belangrijk om content creators/influencers te informeren en te leren dat bepaalde producten, zoals sommige crypto's, schadelijk kunnen zijn en liever niet gepromoot moeten worden. Dit is een maatschappelijk probleem. Waarom zou een influencer geen crypto promoten, terwijl dit wel prominent te zien is bij elk groot sportevenement op tv?

"Bad actors" die hun invloed gebruiken om doelbewust bepaalde middelen/crypto's te promoten, dienen aangepakt te worden. Dit gaat verder dan de mediawet en influencer marketing. Dit zou bijvoorbeeld beter onder de AFM en financiële wetgeving kunnen vallen. Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen content creators die entertainende video's willen maken en doelbewuste "bad actors".

### **Aanpak**

- Identificeren en aanpakken van "bad actors".
- Kijkers opvoeden over misleidende reclame.
- Tools ontwikkelen voor platformen om misleidende reclame te melden.
- Samenwerking tussen private partijen stimuleren.

Het is goed om in gesprek te gaan en te blijven met content creators om ze te informeren over belangrijke zaken. Inspireer creators zodat ze zelf hun publiek kunnen opvoeden.

Platformen spelen een belangrijke rol. Als de consument/kijker op een makkelijke manier misleidende reclame kan "flaggen" en de platformen hier actie op ondernemen, helpt dat enorm!

### **Aandachtspunten**

- De rol van platformen in het tegengaan van misleidende reclame.
- De effectiviteit van zelfregulering.
- De noodzaak van nieuwe wetgeving.
- De psychologie van beïnvloeding, met name de geloofwaardigheid van influencers.