



# INFLUENCER CERTIFICERING

Wat betekent dit voor jou als bureau?

Info deck januari 2025



DDMA

**bvA**  
netwerk van merkleiders



STICHTING  
RECLAME CODE





# Groei influencer marketing sector

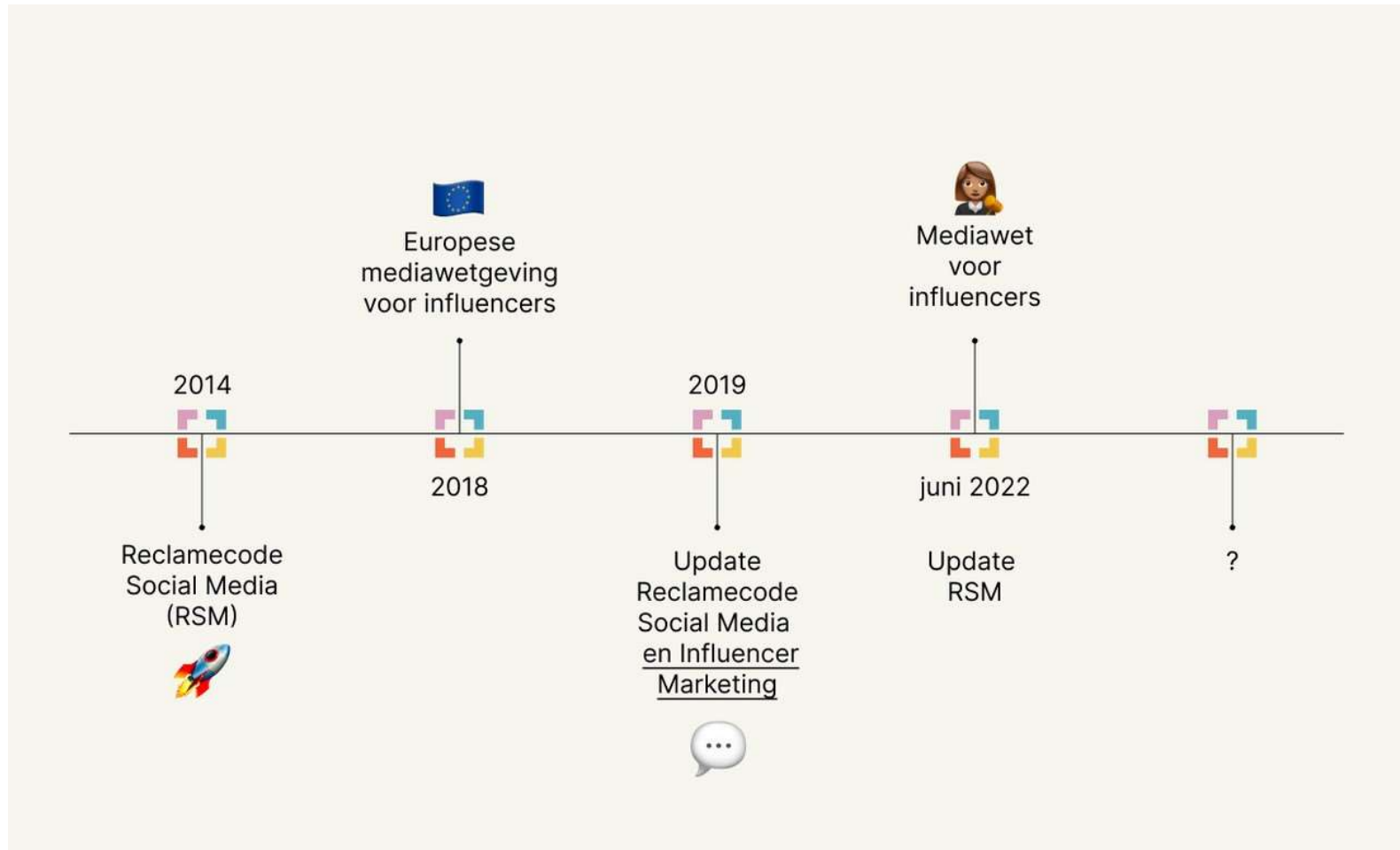
## Benefits

- Alternatief voor traditionele massamedia (afnemend bereik)
- Antwoord op de algoritmes
- Specifieke doelgroepen bereiken
- Authenticiteit, creativiteit en geloofwaardigheid bij volgers van creator

## Uitdagingen

- Minder controle op boodschap (als niet wordt gemonitord)
- Reputatie- en bedrijfsrisico als regels niet goed worden nageleefd

# Regelveld Influencer Marketing in Nederland





# HOOFDREGEL

Reclame via social media  
moet **duidelijk** en als  
zodanig **herkenbaar** zijn.



# Sentiment



## Reclamewaakhond tikt influencers Monica Geuze en Enzo Knol op vingers

Beide influencers zijn op een klist acht gesproken op hun manier van reclame maken op YouTube.

7 nov 2022



NOS Nieuws • Maandag, 10:15

## Financiële keuzes jongeren volop beïnvloed door influencers

BNR Nieuwsradio

## Grote influencers vallen nu ook onder Mediawet, meesten houden zich er nog niet aan

De Mediawet is vanaf vandaag ook van toepassing op influencers. Het merendeel van hen is echter meteen al in de problemen.

1 jul 2022

de Volkskrant

Hoe de cosmetica-industrie haar pijlen richt op steeds jongere meiden

"Dus nu richt de industrie zich op de jongste generatie vrouwen."

bron: de Volkskrant 16-02-24



## Het is een verdienmodel gebaseerd op het maken van sluikreclame

- Max Kohnstamm

Reclame of niet? Kinderen herkennen reclames van influencers niet goed

## Reclame of niet? Kinderen herkennen reclames van influencers niet goed

## 'Influencers kunnen ongestraft de reclameregels overtreden'

Door RTL Nieuws - 19 mei 2023 - Aangepast: 19 mei 2023




RTL Nieuws

De strengere reclameregels die sinds vorige zomer gelden voor grote influencers worden in veel gevallen niet nageleefd. Maar ze kunnen de regels ongestraft overtreden, want het Commissariaat voor de Media (CvdM) deelt voorsnog geen boetes uit.

# Gevolgen

vrn nws



Cultuur & Media - Media & Televisie

**Sarah Puttemans is eerste influencer die beboet wordt voor overtreden regels rond adverteren op sociale media**

Influencer Sarah Puttemans moet een administratieve geldboete van 2.000 euro betalen omdat ze zich tot tweemaal toe niet aan de regels rond adverteren op sociale media heeft gehouden. Het is de eerste keer dat de Vlaamse mediawaakhond voor dergelijke overtredingen een boete oplegt.

Nils Schillewaert, Belga  
04/07/2023 16:53



NOS Nieuws • Donderdag 4 juli, 16:53

## Waakhond bestraft eerste vlogger voor verborgen reclame



Voor mediamakers ▾ Voor mediagebruikers ▾

Home > Nieuws > Extra maatregelen nodig voor minderjarigen om influencer-reclame te l

7 oktober 2024

## Extra maatregelen nodig voor minderjarigen om influencer-reclame te kunnen herkennen



Voor mediamakers ▾

Voor uitgevers ▾ Over c

9 mei 2023

## Video-uploaders moeten aan de slag met naleving regelgeving

Motie

## Motie van het lid Van der Molen c.s. over onlinereclame op sociale media altijd als zodanig kenbaar maken

## Investigation of the Commission and consumer authorities finds that online influencers rarely disclose commercial content

Findings of the sweep

- 97% published posts with commercial content, but only 20% systematically disclosed this as advertising;

## RECLAMERECHT



Ooneerlijke handelspraktijken



Autoriteit  
Consument & Markt



- Leidraad online consument

WETGEVING



RECLAME CODE  
COMMISSIE

DDMA

- *RSM* Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (2014)

ZELFREGULERING

## MEDIARECHT



Europese Richtlijn/  
Mediawet 2020

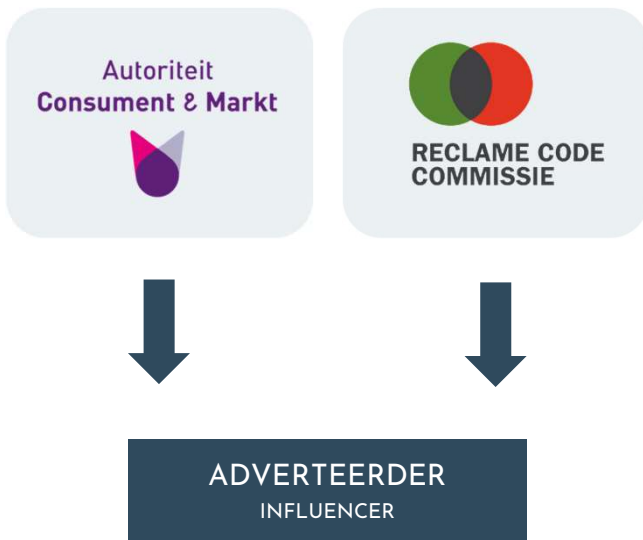


COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

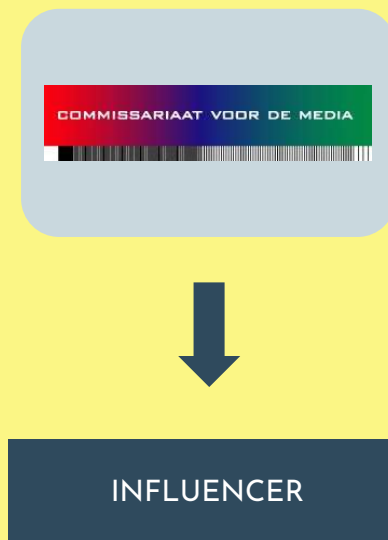
- Beleidsregels (2022)

WETGEVING

## RECLAMERECHT



## MEDIARECHT







## ZORGPLICHT ADVERTEERDERS

- Bekend maken met de inhoud van de RSM (en andere Reclamecodes)
- Actief inspannen en optreden tegen overtredingen van influencer
- Opnemen in contract is niet voldoende!
- art. 6 Reclamecode Social Media & Influencer Marketing
- RCC kan aanwijzen wie verantwoordelijk is (maar primaire verantwoordelijkheid adverteerder)



# Regels in notendop

- Wees transparent over je samenwerkingen met adverteerders en gebruik de juiste middelen als hashtags op de juiste plek
- Zorg dat gebruikers makkelijk kunnen zien en begrijpen dat je een commerciële relatie hebt met een merk
- Naast paid is gifted ook reclame
- Wees eerlijk, dus geen slecht onderbouwde of onware claims en vermijd nep-volgers
- > 500.0000 volgers en > 24 posts per 12 maanden? Registreer je dan ook bij het Commissariaat voor de Media (CvdM) NB: binnenkort gaat deze drempel omlaag naar 100.000 volgers

# Sinds 2022: info-website die influencers helpt bij naleving



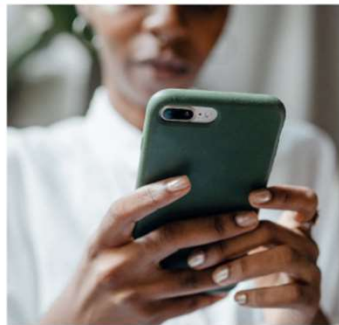
[Home](#) [De regels](#) [Certificaat](#) [Over ons](#) [Blog](#)

## Alle regels voor influencers op één plek

Op deze website vind je de belangrijkste regels voor influencers, zoals omschreven in de Mediawet, consumentenwetgeving en de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing. We hebben de regels per kanaal voor je gebundeld.

[Ga naar de regels >](#)

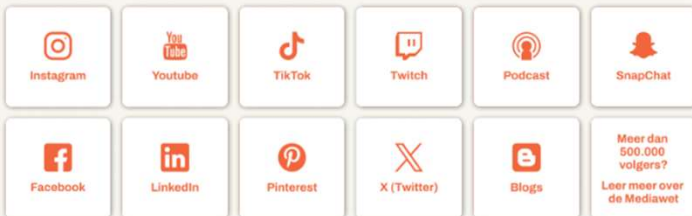
[Behaal het certificaat >](#)



# INFLUENCER REGELS.COM

## Platformen

We hebben de regels per kanaal voor je gebundeld. Met handige voorbeelden van vermeldingen en #'s helpen we je om transparant te zijn over reclame in video's en posts.



## TikTok

[Terug naar home <](#)

[Heb je >500.000 volgers? Dan gelden andere regels >](#)



### 1. Betaalde samenwerking

Je wordt betaald om reclame te maken voor een merk, goed doel, product of dienst.



### 2 Gekregen

Je hebt een product of dienst gratis of met korting (in bruikleen) gekregen.



### 3. Zelf gekocht

Je hebt een product of dienst op eigen initiatief gekocht.

[Andere reclameregels >](#)

[Regels TikTok >](#)

[Disclaimer >](#)

# 2024: Certificering ontwikkeld voor Nederland

**CERTIFIED BY  
INFLUENCER  
REGELS.COM**  
2 0 2 4

- Doel: vertrouwen vergroten in influencer marketing en bijdragen aan verdere ontwikkeling van de markt
- Geïnspireerd op succesvolle certificering in Frankrijk
- Gezamenlijk initiatief van bvA, DDMA en SRC ondersteund en ontwikkeld met hulp van adverteerders, agencies én influencers
- Pakket: e-learning, examen, certificaat, publiek register, community support en monitoring service



# Hoe werkt het?

- Ga naar [www.influencerregels.com](http://www.influencerregels.com)
- Koop de e-learning voor 50 euro
- Start de e-learning op een geschikt moment
- Tijdsduur: 1,5 uur, de e-learning kan gepauseerd

# Vier modules

## Start de e-learning



INTRODUCTIE

+ Voeg module toe

## Reclameregels

Opent na afronden van 1. Introductie



HOOFDSTUK 2 - TRANSPARANTE RECLAME

+ Voeg module toe

## Regels uit de Mediawet

Opent na afronden van HOOFDSTUK 2 - TRANSPARANTE RECLAME met een score groter dan 69%

Gesloten



HOOFDSTUK 3 - MEDIAWET



+ Voeg module toe

## Regels voor specifieke doelgroepen, producten en sectoren

Opent na afronden van HOOFDSTUK 3 - MEDIAWET met een score groter dan 69%

Gesloten



HOOFDSTUK 4 - BIJZONDERE RECLAMEREGELS



## 1.1 - Waarom regels?



Mensen kijken en luisteren naar hun favoriete creators om een product of een levensstijl in actie te zien. Influencers en creators hebben veel invloed en worden gezien als een

- Introductie
- 2. Reclamerregels
- Reclamerregels
  - 2.1 - Welke regelgeving is er?
  - 2.2 - Wie is verantwoordelijk?
- Vermelden van reclame
  - 2.3 - Waarom transparantie? Gesloten
  - 2.4 - Wanneer vermelden? Gesloten
  - 2.5 - Voorbeeld: persreisje Gesloten
  - 2.6 - Vermeldingen Gesloten
  - 2.7 - Welke vermelding?

# 2.2 - Wie is verantwoordelijk?



en de influencer voornamelijk vanuit het mediarecht.

Adverteerder én influencer verantwoordelijk



# Positieve voorbeelden

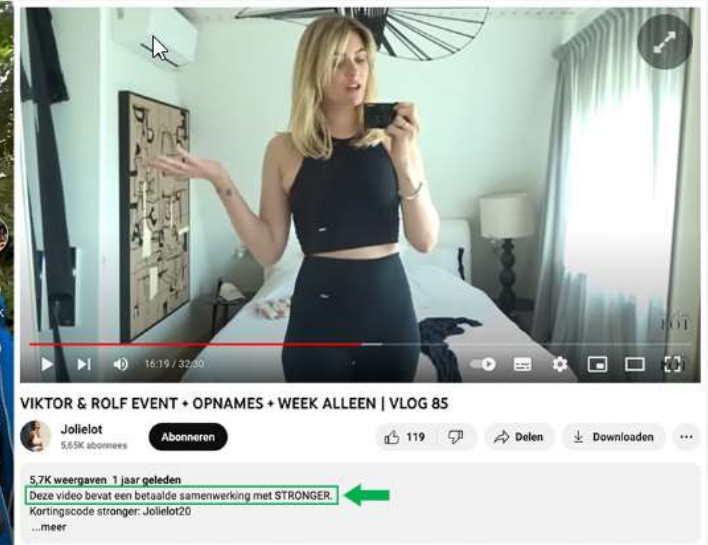
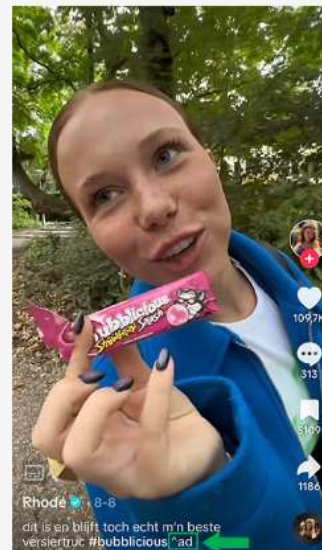
## 3.10 - Reclame



Zodra je content maakt die bedoeld is om kijkers een bepaald product te laten zien, is het reclame. De adverteerder heeft bij deze vorm van reclame ook vaak invloed.

Hierbij kun je denken aan:

- Het aanbieden van een **persoonlijke kortingscode**
- Het delen van een **affiliate link**
- Een **betaalde samenwerking**



Voorbeelden van juiste vermeldingen die zichtbaar zijn zonder op 'meer' te hoeven klikken

# Specifieke reclameregels

## 4.1 - Reclame voor kinderen

### Mag je reclame maken voor kinderen?

Om maar gelijk met de deur in huis te vallen: je mag (onder voorwaarden) reclame maken die gericht is op kinderen. Maar hierbij moet je wel extra duidelijk en transparant zijn. Kinderen kunnen namelijk over het algemeen minder goed het onderscheid maken tussen content die uit eigen beweging is gemaakt en reclame. Je moet dus rekening houden met wat kinderen wel en niet begrijpen. Je kunt ervan uit gaan dat je iets explicieter moet zijn in de vermelding of hashtag die je gebruikt. Denk bijvoorbeeld aan #advertentie, op een duidelijk zichtbare plek. Hou er ook rekening mee dat je voor bepaalde producten helemaal geen reclame mag richten op kinderen (zoals ongezonde voedingsmiddelen, alcohol en kansspelen).

## 4.4 - Leeftijd beperken

### Hoe kan ik voorkomen dat ik me richt op kinderen?

Niet alle content die je maakt, of samenwerkingen die je hebt met merken, zijn geschikt voor kinderen. Platformen bieden daarom de mogelijkheid om bepaalde leeftijdscategorieën uit te sluiten. Dit kan voor specifieke posts, of voor je gehele profiel.

## 4.6 - (Ongezonde) voeding

### Wat is ongezonde voeding?

Met ongezonde voeding bedoelen we producten die niet voldoen aan bepaalde voedingskundige criteria (dus die te veel vet, suiker, zout of calorieën bevatten). Hieronder vind je een aantal voorbeelden van producten die in ieder geval ongezond zijn. Tip: je kunt het scherm fullscreen maken.



**Fris- en vruchtendranken**


Hiervoor mag je geen reclame maken gericht op kinderen onder de 13 jaar, tenzij dit maximaal 30 kcal/100 ml of 75 kcal per glas van 250 ml bevat.

Opnieuw

# Oefenvragen & Testvragen

3 **Oefenvraag 3:**

Deze influencer heeft een vlog gemaakt. Hierin unboxt hen schoenen die hen gratis heeft gekregen. Is hier op de juiste manier vermeld dat de video productplaatsing bevat?



Unboxing video!

De influencer  
120.457 waargenomen 7 mei 2023  
Nieuwe schoenen besteld, dus tijd voor een unboxing video!  
Minder tonen

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Ja

B Nee

**Vraag 1**  
Let op: deze vraag telt mee in de eindscore van deze e-learning.

Lisa heeft haar eigen Youtubekanaal waar zij de afgelopen 12 maanden 36 video's plaatste. Ze staat ingeschreven bij de KvK en krijgt regelmatig gratis producten toegestuurd voor haar unboxing video's. Geldt de Mediawet voor haar?

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Ja

B Nee

C Dat kun je niet zeggen op basis van deze informatie

**Vraag 1**  
Let op: deze vraag telt mee in de eindscore van deze e-learning.

Waar of niet waar? Tegen betaling unboxen van kinderspeelgoed is niet toegestaan als je onder de Mediawet valt.

SELECTEER EEN ANTWOORD

A Waar

B Niet waar

# Examen gehaald?

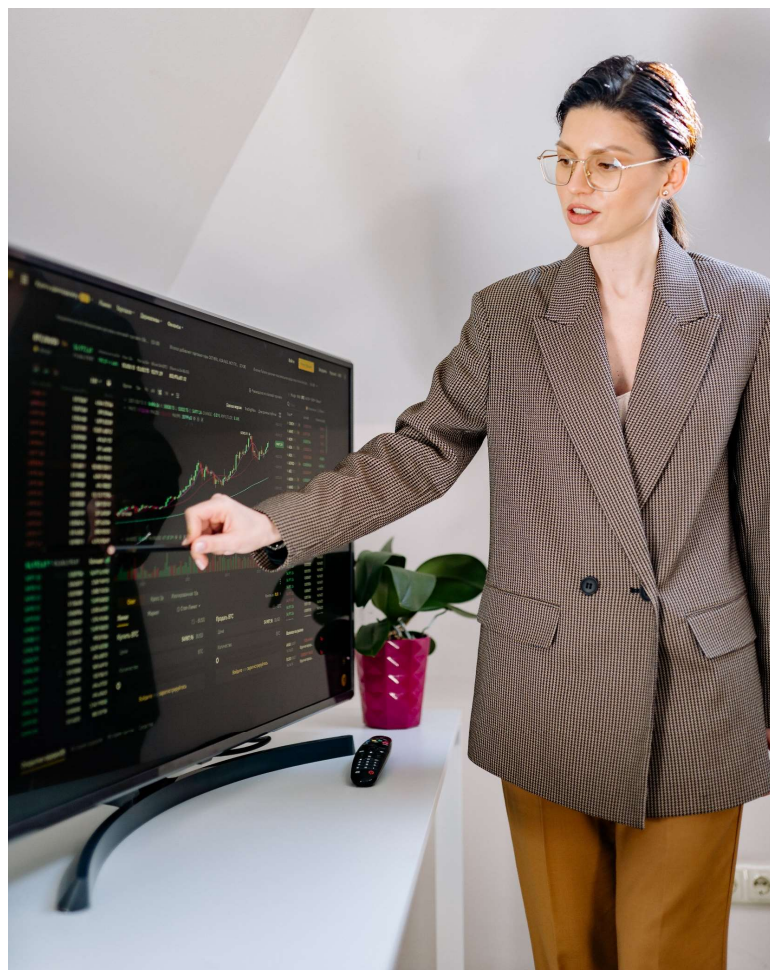
Dan certificaat + logoset + opname in het register



# REGISTER

- Openbaar register met gecertificeerde influencers op [www.influencerregels.com](http://www.influencerregels.com)
- Geautomatiseerd: iedereen die e-learning behaalt komt automatisch in het overzicht te staan
- Jaarlijkse herhalingscursus






## Monitoring gecertificeerde influencers

- Stichting Reclamecode (SRC) doet de monitoring via eigen data-gedreven monitoring tool
- Extra steun voor influencers bij naleving van de bestaande regels
- Bij overtreding wordt influencer (en als nodig adverteerder) gewaarschuwd en krijgt advies en mogelijkheid te verbeteren





# Hoe helpt certificering adverteerders?

- Meer waarborgen dat je met een professionele influencer werkt die op de hoogte is van de regels -> minder kans op boetes en imagoschade
  - Via de e-learning/monitoring kun je gemakkelijk voldoen aan je zorgplicht als adverteerder
  - De monitoring en controle op samenwerkingen wordt vergemakkelijkt
  - Openbaar register met gecertificeerde influencers
  
  - Je draagt bij aan de kwaliteit en professionalisering van de sector
  - We bouwen samen aan het vertrouwen in influencer marketing
  
  - We streven ernaar verdere beperkende wetgeving en handhaving te voorkomen
  - Internationale potentie (Europees initiatief)
- 
- 



# Wat zijn de voordelen voor influencers?

- Je bent op de hoogte van het laatste wet- en regelgeving en weet wat je wél en niet moet doen bij het kenbaar maken van een betaalde samenwerking
  - Je voorkomt boetes en waarschuwingen
  - Je krijgt een positief imago wat kan leiden tot meer aanbiedingen en samenwerkingen vanuit merken
  - Verschillende adverteerders hebben al aangegeven dat ze op korte termijn alleen nog maar met gecertificeerde influencers willen werken. Zo onderscheid je je!
- 
- 



**Partners & endorsers: adverteerders**

L'ORÉAL  
GROUPE



Coca-Cola Nederland



vrmona

**bol.**

More to come...

# Partners & endorsers: bureaus

STORYBOARD



&MediaGroup

FIRST

FOR YOU  
AGENCY



Ace  
Content Icons

KUZCO

CHAPTER  
ICONS



NEXT GEN  
TALENTS

onsocial.

TEAM4ALL

dentsu

MAKERS  
AVENUE

CONCESS

WAYU



.monks

ROADS  
AGENCY

CHAPTER ORANGE

PUNTEN?  
SLIPEN

het Collectief

familyblend  
the agency

NORTZY

Bureau  
Vuur & Vlam



GAMECHANGERS

ONIA  
ONIA

MAJA  
AGENCY

Ook jouw  
bureau?



**Partners & endorsers: platforms**



# Partners & endorsers : toezichthouders & stakeholders



**NICAM**



# April 2024: succesvolle lancering



NOS Nieuws • Gisteren, 13:04 • Aangepast gisteren, 13:59

**Keurmerk influencers gelanceerd, grote merken stellen het verplicht**



**Hester: 'Met een leuk smoeftje kun je in de crazy world of influencers zo voorlawash'**

## Meer en strengere regels influencers

**Influencers als Jade Anna van Vliet (links), Eloise van Oranje en Kaj Gorgels moeten straks een nieuwe cursus volgen als ze met een merk willen samenwerken.**

Er is een e-learning in het leven geroepen, waarin influencers leren over wat er wel en niet is toegestaan bij het promoten van producten. Te vaak hebben volgens op sociale media niet door dat zij reclame krijgen voorgeschoten.

De e-learning en het keurmerk, met de naam Certified by InfluencerMarketing, is een initiatief van de Stichting Reclame Code. Zij streven naar meer bewustwording en transparantie.

Er zijn al veel geldende en latere regels en dat pakt het niet makkelijk aan. Maar de Keurmerk voorzitter van de DDMA, Corine van der Kamp, zegt: 'Het is belangrijk om de regels te begrijpen. Het is niet de bedoeling om de regels te versimpelen, het is de bedoeling om de regels te begrijpen. Het is niet de bedoeling om de regels te versimpelen, het is de bedoeling om de regels te begrijpen.'



## Op verplichte cursus leren influencers reclame-etiquette, van chips tot botox

**Keurmerk** • Influencers die op sociale media producten aanprijzen, moeten straks kunnen laten zien dat ze de regels daarvoor begrijpen. Adverteerdersorganisaties spijkeren hen online bij.

# Keurmerk voor influencers gelanceerd, merken als Coca-Cola, Unilever en Heineken stellen het verplicht

RCC en brancheverenigingen BVA, DDMA komen met certificering voor influencers voor meer transparantie en naleving reclameregels.

INFLUENCER MARKETING © 22 APRIL 2024 JASPER MULDER

AD AD.nl

## Nieuw keurmerk voor influencers: moeten jaarlijks cursus volgen over online promoten van producten

Influencers als Jade Anna van Vliet, Eloise van Oranje en Kaj Gorgels moeten straks een nieuwe cursus volgen als ze met een bepaald merk...

22 apr 2024



RTL Boulevard

## Adverteerders introduceren verplicht keurmerk voor influencers

Influencers moeten straks verplicht een certificaat halen voordat ze reclame kunnen maken op sociale media. Door een e-learning af te ronden...

22 apr 2024

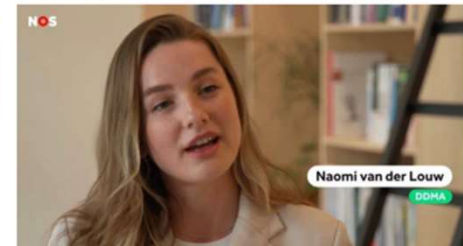


D Distrifood

## Coca-Cola, Unilever en Heineken: Keurmerk influencers verplicht

Coca-Cola, Unilever en Heineken: Keurmerk influencers verplicht ... Wie als influencer voor Heineken, Unilever en Coca-Cola wil blijven werken...

22 apr 2024



# Certified Influencers januari 2025: 2093!

Deze influencers gingen je voor





## Next steps

- Specifieke (sector) reclameregels duidelijker en uitgebreider op [influencerregels.com](https://influencerregels.com)
- April 2025: nieuwe versie 'Certified by [influencerregels.com](https://influencerregels.com)'
  - Regulatory ontwikkelingen & nieuwe voorbeelden
- Verkenning opties training voor Influencer Marketing Professionals (werkend bij agencies en adverteerders)
- Vergroten commitment adverteerders en betrokkenheid agencies/bureaus



# Wat betekent dit voor bureau's?



DDMA

**bvA**  
netwerk van merkleiders





STICHTING  
RECLAME CODE









# Waarom is de certificering van waarde?

- Je draagt bij aan het beschermen van de consument
  - Je draagt bij aan een positief imago van het vakgebied en de toekomstbestendigheid van het kanaal
  - Het neemt bureau's werk en ongemak uit handen als influencers zijn op de hoogte van het laatste wet- en regelgeving
  - Door op de hoogte te zijn van de certificering help je je klanten die al met certified influencers werken of dit van plan zijn
  - Certificering wordt steeds verder genormaliseerd
- 
- 





# Wat houdt het voor een bureau in?

- Advies: Werk alleen nog maar met gecertificeerde influencers.
  - Hoe? Incorporeer het op drie momenten:
    - Benoem: verwijst naar het certificeringsproject in de correspondentie.
    - Contract: Stel het dragen van de certificering verplicht in het contract dat je met de influencer aangaat.
    - Controleer: Check of de influencer de certificering (reeds) heeft behaald op <https://influencerregels.com/certified-influencers/>
- 
- 



# De ervaringen

- Bureau's krijgen van influencers/managements zelden vragen over het verplicht stellen van certificering
  - De registratiekosten kunnen een barrière zijn, met name voor kleinere (micro/nano) influencers, waarmee lagere vergoedingen gemoeid zijn
  - Adverteerders vinden het doorgaans geen probleem vinden om deze kosten te dragen. Er zijn bulk betaalcodes beschikbaar
  - Bij samenwerkingen met betaling in natura, waar geen contract bij komt kijken, kan het verplicht stellen van de certificering lastiger zijn. Bijvoorbeeld bij het opsturen van een pakket of het uitnodigen van een influencer bij een evenement
    - In de bureau toolkit zit een one-pager die meegestuurd kan worden.
    - Indien je besluit met een niet-gecertificeerde influencer te werken, wijs deze dan altijd op de 'ouderwetse' manier op de reclameregels. :)
- 
- 



# Vragen?

Toolkit voor agencies: [linda.hell@bva.nl](mailto:linda.hell@bva.nl)

Informeer je over de laatste ontwikkelingen via de nieuwsbrief:  
<https://influencerregels.com/blijf-op-de-hoogte/>



DDMA

**bvA**  
netwerk van merkleiders



  
STICHTING  
RECLAME CODE