

Datum: 1 juni 2010,
Dossiernr: 2010/00268 Uitspraak: openbare aanbeveling / ALERT

Rubriek / Trefwoorden:
ideële reclame

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een artikel op de voorpagina van Weekblad Spijkenisse van dinsdag 2 maart 2010 met als titel 'Campagne ONS: HANDEN UIT DE MOUWEN!'.

De klacht

De advertentie in het weekblad lijkt op een inhoudelijk artikel maar is in werkelijkheid reclame. Er is namelijk betaald voor de publicatie. Omdat niet wordt vermeld dat het om reclame gaat, wordt de lezer op het verkeerde been gezet en bewust misleid. Een politieke partij – als onderdeel van de overheid – zou zich volgens klager aan de regels moeten houden. Verder zou een huis-aan-huis blad een dergelijk artikel niet mogen plaatsen. Adverteerder is reeds eerder door de Commissie in een soortgelijke zaak aanbevolen om niet meer op deze wijze reclame te maken.

De mondelinge behandeling en het verweer

Klager handhaaft zijn standpunt.

Adverteerder verweert zich als volgt. Hij heeft betaald voor de plaatsing van het artikel op de voorpagina van het weekblad. Tijdens de vorige verkiezing is eenzelfde artikel in het weekblad geplaatst met de vermelding 'advertorial'. Deze vermelding ontbreekt in het onderhavige geval. Adverteerder meent dat hij niet verantwoordelijk is voor de opmaak van de krant. Of er wel of niet 'advertorial' boven het artikel staat, maakt volgens adverteerder niet uit omdat de kiezer begrijpt dat de tekst van zijn partij afkomstig is.

Het oordeel van de Commissie

1) De Commissie is van oordeel dat de uiting op de voorpagina van het weekblad door opmaak en inhoud lijkt op een redactioneel artikel. Redactionele inhoud in de media waarvoor, zoals in het onderhavige geval, is betaald en die wordt gebruikt om reclame te maken voor een product – waaronder tevens dient te worden verstaan het aanprijzen van denkbeelden – zonder dat dit duidelijk uit de inhoud blijkt, is onder alle omstandigheden misleidend in de zin van artikel 8.5 van de Nederlandse Reclame Code (NRC) in verbinding met punt 10 van de bijbehorende bijlage 1. Gelet op het voorgaande en nu niet duidelijk uit de inhoud blijkt dat het om het aanprijzen van denkbeelden gaat, is de Commissie van oordeel dat de reclame misleidend is in de zin van voornoemd artikel en daardoor oneerlijk is in de zin van artikel 7 NRC. Uit het voorgaande volgt eveneens dat de reclame, die onvoldoende herkenbaar is geoordeeld, in strijd is met artikel 11 NRC.

2) Dat adverteerder stelt niet verantwoordelijk te zijn voor de opmaak van de krant maakt het vorenstaande oordeel niet anders. O.N.S. is als adverteerder verantwoordelijk voor het aanprijzen van zijn denkbeelden, zoals is gebeurd door de plaatsing – tegen betaling – van een redactioneel ogend artikel in het weekblad. Dat het woord ‘advertorial’ boven de tekst blijkbaar ontbreekt, dient om bovengenoemde reden voor rekening en risico te komen van adverteerder.

3) Naar aanleiding van een klacht over een vergelijkbare, redactioneel ogende reclame-uiting van adverteerder, heeft de Commissie adverteerder eerder aanbevolen niet meer op deze wijze reclame te maken (dossiernummer 04.0179 RCC). Gelet hierop heeft de Commissie besloten deze uitspraak onder de aandacht van een breed publiek te brengen als bedoeld in artikel 17 lid 1 onder h jo. artikel 18 lid 4 van het Reglement betreffende de Reclame Code Commissie en het College van Beroep.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 en artikel 11 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Voorts heeft de Commissie besloten de uitspraak onder de aandacht van een breed publiek te brengen, als bovenvermeld.

Regeling:

NRC (nieuw) art. 7

NRC (nieuw) art. 8.5

NRC (nieuw) art. 11.1