



STICHTING RECLAME CODE

Datum: 11 februari 2011
Dossiernr: 2010/00904
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: (Gemotoriseerd) vervoer
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding)
Medium: Folders/brochures

De reclame-uiting

Het betreft een aan klager geadresseerde reclame-folder met op de voorzijde de tekst:

“Ruilen meneer ... (naam klager)?

Uw Hyundai Getz

Voor een nieuwe Chevrolet Spark.”

In een aan klager gerichte toelichting wordt onder meer het voor de Chevrolet te betalen bedrag genoemd en de inruilwaarde ‘van uw Hyundai Getz’ à € 5000,- genoemd.

De klacht

Gebleken is dat er naast het in de uiting genoemde bedrag, nog afleveringskosten à € 700,- bijkomen en dat de verkoper de Hyundai van klager taxeert op € 4600,-. Toen klager de verkoper wees op de uiting, waarin een bedrag werd genoemd van € 5000,-, stelde de verkoper dat dit bedrag uitsluitend zou gelden als de auto metallic lak en airco had.

Gelet op het voorgaande acht klager de uiting zeer misleidend.

Het verweer

Dit verweer luidt – samengevat – als volgt.

Adverteerder heeft contact opgenomen met de betrokken dealer. Deze verklaarde dat de ‘hoofdreden’ dat hij € 400,- minder op de Hyundai van klager kon bieden, gelegen was in het feit dat de auto een carrosserieschade vertoonde. Dat de auto geen airco of metallic lak had, was ‘minder relevant’.

In de folder staat onder meer dat de verkoopprijzen inclusief BTW en BPM zijn en “exclusief metallic lak, kosten rijklaar maken, kentekenleges en verwijderingsbijdrage”.

Het is in Nederland gebruikelijk om advertenties de consumentenprijzen exclusief de kosten van het rijklaar maken te vermelden.

Gelet op het voorgaande acht adverteerder de uiting niet misleidend.

Re- en dupliek

Klager en adverteerder blijven bij hun standpunt en lichten dit nader toe.

Het oordeel van de Commissie

In de aan klager persoonlijk gerichte brief, waarin een op de auto van klager toegespitste berekening wordt gemaakt van de prijs van een nieuwe auto na aftrek van de inruilwaarde van klagers oude auto, worden, zoals is komen vast te staan, niet de kosten à € 700,- genoemd voor het rijklaar maken van de auto. De Commissie acht in dit geval deze informatie dermate essentieel dat deze in de uiting had moeten worden genoemd. Nu deze informatie ontbreekt is naar haar oordeel sprake van een omissie dan wel een te laat verstrekken van informatie als bedoeld in artikel 8.3 sub c van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Nu het een aan klager persoonlijk gericht aanbod betreft met gegevens die specifiek gelden voor de oude auto van klager, gaat het verweer dat het gebruikelijk is om in auto-advertenties de kosten voor het rijklaar maken niet worden genoemd, niet op.

Gebleken is voorts dat klager niet de in de uiting genoemde € 5000,- terug kreeg voor zijn oude auto, maar € 4600,-. Als 'hoofdrede' hiervoor wordt door adverteerder aangevoerd dat sprake was van een carrosserieschade aan de auto. De reden die volgens klager door de dealer werd aangevoerd, te weten dat de auto geen airco en metallic lak had, was volgens adverteerder 'minder relevant'. Wat hiervan ook zij, vast staat dat klager niet het in de uiting bij zijn specifiek genoemde voertuig vermelde bedrag kreeg. Gelet op het voorgaande is sprake van onjuiste informatie met betrekking tot het bestaan van een specifiek prijsvoordeel zoals bedoeld in artikel 8.2 sub d NRC.

Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument door genoemde ontbrekende informatie dan wel door de genoemde onjuiste informatie ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet had genomen en is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

Op grond van het voorgaande is de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. De Commissie beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
NRC (nieuw) art. 8.2 onder d.