

**STICHTING  
RECLAME CODE**

Datum: 8 juni 2011  
Dossiernr: 2011/00039  
Uitspraak: CVB Aanbeveling Vernietigd (=Afwijzing)  
Product / dienst: Overige  
Motivatie: Misleiding (overig)  
Medium: Digitale marketing communicatie

## De bestreden uiting

Het betreft de aanprijzing van de Apple iPhone 4 16GB Zwart op de website [www.t-mobile.nl](http://www.t-mobile.nl). Daarin staat onder meer "Dit product heeft momenteel een levertijd van 3 tot 4 weken".

## De klacht

Door de klantenservice van T-Mobile is telefonisch tegenover klager bevestigd dat de op de website vermelde levertijd van de Apple iPhone 3 tot 4 weken bedraagt, ook bij aankoop via de T-Mobile shop. Klager heeft vervolgens op 27 november 2010 de iPhone besteld in de T-Mobile shop in Eindhoven. Toen de telefoon op 24 december 2010 nog niet binnen was gekomen in de winkel, is klager meegedeeld dat de levertijd niet 3 tot 4 weken, maar 4 tot 6 weken bedroeg. Op 5 januari 2011 is klager in dezelfde winkel meegedeeld dat de levertijd van de Apple iPhone altijd meer dan 8 weken is. Klager acht de vermelding van een levertijd van 3 tot 4 weken in de uiting in de webshop misleidend.

## Het verweer

De mededeling betreffende de levertijd is een zuiver feitelijke mededeling die geen enkel aanprijzend element bevat. Om die reden is geen sprake van reclame in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voor zover wordt geoordeeld dat wel sprake is van reclame, is deze niet misleidend. Via de webshop bedraagt de levertijd van de Apple iPhone daadwerkelijk 3 tot 4 weken. Deze levertijd wijkt echter af van de levertijd die geldt in de T-Mobile winkel. Het betreft verschillende kanalen die hun eigen levertijden hebben voor verschillende telefoons.

## Het oordeel van de Commissie

In de eerste plaats is de Commissie van oordeel dat de bewuste mededeling over de levertijd onderdeel uitmaakt van de aanprijzing van de Apple iPhone 4 op de webpagina van adverteerder, die in haar geheel moet worden aangemerkt als reclame in de zin van artikel 1 NRC (nieuw).

Naar is komen vast te staan, is de levertijd van de via de T-mobile winkel gekochte Apple iPhone 4 langer dan de levertijd van 3 tot 4 weken voor het via de webshop van adverteerder bestelde toestel. De mededeling "Dit product heeft momenteel een levertijd van 3 tot 4 weken", waarbij geen onderscheid wordt gemaakt tussen bestelling via de webshop en bestelling via de winkel, acht de Commissie daarom te absoluut.

De bestreden uiting gaat aldus gepaard met onduidelijke of dubbelzinnige informatie met betrekking tot de levering van het product als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b NRC. De Commissie is voorts van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. De levertijd kan immers van belang zijn bij de keuze voor de (wijze van) aanschaf van de Apple iPhone. Om die reden is de bestreden uiting misleidend en daardoor oneerlijk als bedoeld in artikel 7 NRC.

De beslissing van de Commissie van 28 maart 2011

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om voortaan niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

### **Het College van Beroep:**

De grieven

Het College vat deze als volgt samen.

#### Grief 1

De Commissie heeft ten onrechte geoordeeld dat de bewuste webpagina een reclame-uiting in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC) is. De betreffende pagina vormt een onderdeel van het bestelproces van de webshop van T-Mobile. Er is geen sprake van een aanprijzing of een uitnodiging tot aankoop. De klant die op de bewuste webpagina belandt, heeft zijn keuze al gemaakt en bevestigt op de webpagina uitsluitend de bestelling van het product. Op de webpagina staat alleen feitelijke informatie zonder aanprijzend element.

#### Grief 2

De Commissie heeft ten onrechte geoordeeld dat de bestreden uiting gepaard gaat met onduidelijke of dubbelzinnige informatie met betrekking tot de levering van het product. De klant die via de webshop van T-Mobile een product koopt, ziet de voor de bestelling geldende voorwaarden correct en

concreet in beeld. Het voert te ver om van een adverteerder te verlangen dat naast die informatie ook de voorwaarden worden genoemd die gelden indien het product via een ander verkoopkanaal (winkel) wordt gekocht.

### Grief 3

De Commissie heeft de uiting ten onrechte misleidend geoordeeld. De uiting is feitelijk juist en uit het feit dat via de webshop wordt besteld, blijkt reeds dat de mededeling over de levertijd ook specifiek betrekking heeft op het bestelproces via de webshop.

### Het oordeel van het College

1. Het College stelt voorop dat de gewraakte uiting verband houdt met de webshop op de website [www.t-mobile.nl](http://www.t-mobile.nl). Deze website dient te worden aangemerkt als een reclame-uiting in de zin van artikel 1 NRC (nieuw), nu ervan moet worden uitgegaan dat in de webshop mobiele telefoons worden aangeprezen. De gewraakte uiting zelf is een onderdeel van deze website en is zichtbaar nadat in de webshop is gekozen voor een “Apple iPhone 16 GB Zwart” en is aangegeven dat men dit apparaat wil bestellen. Niet kan worden gezegd dat men de uiting pas ziet nadat het bestelproces is afgerond of niet meer kan worden afgebroken. Aldus is het College van oordeel dat de uiting dient te worden aangemerkt als een uitnodiging tot aankoop in reclame, en derhalve valt onder de reikwijdte van artikel 1 NRC (nieuw). Grief 1 treft derhalve geen doel.

2. Vaststaat dat in de uiting zonder verdere toelichting uitsluitend de levertijd wordt genoemd die van toepassing is indien men het apparaat via de webshop bestelt. Het College acht dit juist. Voor de consument die ervoor kiest om het apparaat via de webshop te bestellen, zal duidelijk zijn dat de genoemde levertijd specifiek voor die wijze van bestellen geldt, derhalve niet van toepassing is bij een andere wijze van bestellen zoals via een winkel. Het ontbreken van een uitdrukkelijke mededeling hierover kan om die reden niet onjuist of misleidend worden geacht. Evenmin kan het onjuist of misleidend worden geacht dat de consument niet wordt gewezen op het feit dat bij een andere wijze van bestellen een langere levertijd geldt.

Het dient immers als algemeen bekend te worden verondersteld dat de duur van

de levertijd per verkoopkanaal kan verschillen. De grieven 2 en 3 treffen op grond van het voorgaande doel.

3. Derhalve wordt beslist als volgt.

### De beslissing

Het College vernietigt de beslissing van de Commissie en wijst de klacht alsnog af.