



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

STICHTING RECLAME CODE PUBLICEERT JAARVERSLAG 2010

Datum: 12 mei 2011
Dossiernr: 2011/00267
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Casino, loterij, (promotioneel) kansspel
Motivatie: Bijzondere Reclamecode
Medium: Drukpers/tijdschriften

De klacht

Klager heeft zich op 14 oktober 2010 ingeschreven bij 'PostFilter'. Daarbij heeft hij onder meer de categorie 'Loterijen' aangevinkt. Desondanks ontving klager op 8 januari 2011 een aan hem geadresseerde reclamefolder van de BankGiro Loterij. Klager is nog nooit klant geweest bij adverteerder. Op 9 januari 2011 heeft klager zich bij adverteerder over het voorgaande beklagd. Tot op heden (datum klacht: 10 maart 2011) heeft klager daarop geen reactie ontvangen.

Het verweer

Het verweer luidt – samengevat – als volgt.

De bewuste mailing is zowel naar deelnemers als naar niet-deelnemers verzonden. De heer Hoentjen is geen (oud-) deelnemer van de BankGiro Loterij en heeft de brief voor niet-deelnemers ontvangen. In dit geval is gebruik gemaakt van het Postfilter bestand van 13 oktober 2010. In dit bestand was klager nog niet opgenomen.

Naar aanleiding van de brief die de heer Hoentjen op 9 januari 2011 aan de BankGiro Loterij heeft gezonden is klager opgenomen in het 'recht van verzet' bestand van de Goede Doelen Loterijen.

De mondelinge behandeling

M. Honing licht het verweer mondeling nader toe. Onder meer stelt zij dat adverteerder van mening is dat de in het kader van de klacht relevante artikelen 5.2 en 5.3 van de Code voor het gebruik van Postfilter (hierna: Code Postfilter), die op 1 januari 2011 in werking is getreden, in dit geval nog niet dienen te worden toegepast. Zij stelt dat het, mede gelet op de overgang naar deze nieuwe regeling erg lastig is om aan deze bepalingen te voldoen.

Het oordeel van de Commissie

De Code Postfilter is in werking getreden op 1 januari 2011. Adverteerder heeft de bewuste mailing kennelijk verzonden op 7 januari 2011. Op dat moment diende adverteerder de bepalingen in de Code Postfilter – die immers reeds in werking was getreden - in acht te nemen. Uit hetgeen adverteerder in haar verweer en ter vergadering naar voren heeft gebracht zijn geen omstandigheden gebleken die de Commissie op dit punt anderszins doen oordelen.

Op grond van artikel 5.2 van de Code Postfilter dient een adverteerder, voordat hij een adressenbestand met personen wil gebruiken voor het verzenden van Direct Mail, altijd het Post Register te raadplegen. Deze raadpleging dient op grond van artikel 5.3 van de Code Postfilter plaats te vinden binnen een periode van maximaal zes weken voor het feitelijk toesturen van Direct Mail.

Nu adverteerder de bewuste brief op 7 januari 2011 aan klager heeft verzonden, terwijl zij op 13 oktober 2010 voor het laatst het Post Register had geraadpleegd, heeft adverteerder in strijd gehandeld met de genoemde bepalingen.

Op grond van het voorgaande oordeelt de Commissie als volgt.

De beslissing

Adverteerder heeft gehandeld in strijd met het bepaalde in de artikelen 5.2 en 5.3 van de Code Postfilter. De Commissie beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.