

**STICHTING  
RECLAME CODE****NIEUWS****RECLAME CHEAPTICKETS.NL IN STRIJD MET RECLAME  
REISAANBIEDINGEN**

Datum: 25 mei 2011  
Dossiernr: 2011/00309A  
Uitspraak: Aanbeveling  
Product / dienst: Casino, loterij, (promotioneel) kansspel  
Motivatie: Misleiding (overig)  
Medium: Direct marketing

**De bestreden uiting**

Het betreft de aan de klaagster geadresseerde brief van 23 maart 2011 met als onderwerp "Verdubbel uw kansen op 2 studiplaatsen in Lotto Weekend Miljonairs" en twee bij de brief gevoegde "mogelijke plaatsbewijzen" voor het bijwonen van opnames voor de televisieshow Lotto Weekend Miljonairs.

In de brief staat onder meer het volgende:

*"U maakt nog steeds kans op 2 studiplaatsen in de volgende reeks opnames van Lotto Weekend Miljonairs. U hoeft u hier helemaal niets voor te doen omdat u zich eerder al heeft aangemeld.*

en:

*Speciaal voor u biedt Lotto nog iets extra's. U kunt uw aantal kansen op 2 studiplaatsen verdubbelen. Ga dan elke week automatisch meespelen met een extra Lot. De 1<sup>e</sup> maand speelt u met het extra Lot zelfs GRATIS mee."*

en:

*"Activeer uw code snel op lwm.nl/jeroen of bel 0909-8010 (15 cpm)"*

en:

*"Ga dus vandaag nog naar lwm.nl/jeroen en meld u aan. Uw activeringcode vind u ook op de mogelijke plaatsbewijzen die ik alvast heb bijgevoegd. Uw extra Lot activeren kan ook via 0909-8010 (15 cpm)."*

**De klacht**

De uiting bevat onduidelijke en verwarrende informatie. Door de bijgevoegde tickets wordt de indruk gewekt dat klaagster twee studiplaatsen voor de spelshow Lotto Weekend Miljonairs heeft gekregen. In de brief wordt gezegd dat men zonder iets te hoeven doen kans maakt op een plaats in de studio en vervolgens staat er een activeringscode waarvan onduidelijk is of men door activering van de code studiplaatsen krijgt, alleen een kans daarop maakt,

een extra lot activeert dan wel een lot én (een kans op) studioplaatsen krijgt. Klaagster acht de uiting misleidend.

Het verweer

Samengevat stelt adverteerder zich op het volgende standpunt.

De onderhavige uiting is een vervolg op een eerder aan klager toegezonden e-mail van De Lotto, naar aanleiding waarvan klager zich heeft geregistreerd om kans te maken op studioplaatsen. Uit de tekst van de onderhavige brief blijkt voldoende duidelijk dat klager nog steeds kans maakt op studioplaatsen op basis van haar eerdere aanmelding en dat zij, om deze kans te verdubbelen, automatisch mee kan gaan spelen met een extra lot. Over de bijgevoegde tickets staat in de brief dat dit mogelijke plaatsbewijzen zijn. Op de tickets zelf staat dat het geen toegangsbewijs betreft, en dat met de winnaars van studioplaatsen contact zal worden opgenomen. Het is voor de gemiddelde consument voldoende duidelijk dat de tickets geen toegang tot de show geven.

Het oordeel van de Commissie

Vast is komen te staan dat klager zich naar aanleiding van een haar eerder door De Lotto toegezonden e-mail, via een in die e-mail opgenomen link en activeringscode, heeft geregistreerd om kans te maken op twee studioplaatsen voor de televisieshow Lotto Weekend Miljonairs. In vervolg hierop is klager de onderhavige uiting toegezonden, bestaande uit een brief en twee tickets van "Ticket Service Lotto". Hoewel bij nadere beschouwing duidelijk wordt dat de tickets niet werkelijk recht geven op studioplaatsen, wordt door de opeenvolgende registratie door klager via internet en ontvangst van een brief met op het eerste gezicht echt lijkende tickets de indruk gewekt dat men twee studioplaatsen toegewezen heeft gekregen. Deze indruk wordt door de inhoud van de brief onvoldoende weggenomen.

Voorts is de Commissie van oordeel dat de inhoud van de brief de lezer op het verkeerde been kan zetten met betrekking tot de noodzaak om de in de brief opgenomen studioplaatscode te activeren. De aansporing om de code die ook te vinden is "op de mogelijke plaatsbewijzen" snel te activeren, wekt de indruk dat deze activering nodig is om de studioplaatsen veilig te stellen. In werkelijkheid gaat men door het activeren van de code automatisch meespelen met een extra lot.

Blijkens het voorgaande gaat de reclame-uiting gepaard met onduidelijke informatie ten aanzien van de aard van het aangeboden product als bedoeld in artikel 8.2 onder a van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de uiting de gemiddelde consument ertoe kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

## De beslissing van de Commissie

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

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