



**STICHTING  
RECLAME CODE**

**NIEUWS**

**STICHTING RECLAME CODE PUBLICEERT JAARVERSLAG**

Datum: 26 mei 2011  
Dossiernr: 2011/00266  
Uitspraak: VT (voorzitterstoewijzing)  
Product / dienst: Casino, loterij, (promotioneel) kansspel  
Motivatie: Bijzondere Reclamecode  
Medium: Drukpers/tijdschriften

De ontvangen reclame-uiting

Het betreft een aan klager geadresseerde mailing van adverteerder.

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 28 januari 2011 een aan hem geadresseerde reclamefolder van adverteerder. Gezien zijn Postfilter registratie en nu hij geen klant is van adverteerder, had klager de mailing niet mogen ontvangen. Op 1 februari 2011 heeft klager zich bij adverteerder over het voorgaande beklagd, maar heeft hij hierop geen antwoord ontvangen.

De reactie van adverteerder

Klager is geen deelnemer van de Vriendenloterij. Hij heeft dan ook een uiting voor niet-deelnemers ontvangen. Voor het selecteren van de adressen voor de onderhavige mailing is gebruik gemaakt van het eigen recht van verzet bestand van adverteerder en van het Postfilter bestand. Adverteerder heeft echter nagelaten in november 2010 de updates van het Postfilter te raadplegen. Hierdoor heeft klager de bewuste mailing ontvangen ondanks zijn registratie in het Postfilter. Adverteerder heeft inmiddels maatregelen getroffen om wekelijks updates van het Postfilter te downloaden en het Postfilter in acht te nemen.

Het oordeel van de voorzitter

De voorzitter is van oordeel dat de Commissie de klacht zal toewijzen. Hij overweegt daar-toe het volgende.

De Code Postfilter is in werking getreden op 1 januari 2011. Adverteerder heeft de bewuste mailing blijkbaar eind januari 2011 verzonden. Op dat

moment diende adverteerder de bepalingen in de Code Postfilter – die immers reeds in werking was getreden - in acht te nemen.

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 mailing eind januari 2011 aan klager heeft verzonden en niet is gesteld of gebleken dat adverteerder binnen een periode van maximaal zes weken voor het feitelijk toesturen van de mailing de op dat moment actuele inhoud van het Post Register heeft geraadpleegd, heeft adverteerder in strijd gehandeld met de genoemde bepalingen van de Code Postfilter.

De beslissing van de voorzitter

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