



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

STICHTING RECLAME CODE PUBLICEERT JAARVERSLAG 2011

Datum: 30 mei 2011
 Dossiernr: 2011/00401
 Uitspraak: Aanbeveling (gedeeltelijk)
 Product / dienst: energie, Gas, water en elektra
 Motivatie: Misleiding (overig), Misl. Voornaamste kenmerken product
 Medium: Drukpers/tijdschriften, Digitale marketing communicatie

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de verschillende reclame-uitingen van adverteerder die betrekking hebben op de reclamecampagne met de titel "E.ON stroomstootje", waarbij wordt geadverteerd met "Tot 6 maanden GRATIS stroom". Klagster heeft de volgende uitingen overgelegd.

- I. De website www.eon.nl (**Bijlage I** bij de originele beslissing);
- II. de webpagina <http://www.eon.nl/thuis/producten-tarieven/productdetail-vast> (naar deze pagina wordt men doorverwezen indien men op de openingpagina klikt op "meer info", **Bijlage II** bij de originele beslissing);
- III. een banner op www.telegraaf.nl (**Bijlage III** bij de originele beslissing);
- IV. een advertentie in de Metro van Energie Topdeal (**Bijlage IV** bij de originele beslissing).

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

Ad I en II

Uit de actievoorwaarden behorende bij het "E.ON stroomstootje" blijkt dat de consument de stroom over de gehele contractperiode wel degelijk moet betalen, maar dat er achteraf verrekening met de jaarnota plaatsvindt. Gelet hierop is sprake van een misleidende handelspraktijk ex artikel 6:193g sub t van het Burgerlijk Wetboek (BW) en is de mededeling van adverteerder dat sprake is van "zes maanden gratis stroom" in strijd met artikel 8.5 juncto bijlage 1 sub 19 van de Nederlandse Reclame code (NRC).

Ad III

Voor de banner, waarin de aanbieding "zes maanden gratis stroom" eveneens wordt gevoerd, geldt temeer dat deze in strijd is met de NRC, nu daarin op geen enkele wijze kenbaar wordt gemaakt dat aan deze actie verschillende voorwaarden zijn verbonden. Aldus krijgt de consument, mede door beperking van het communicatiemedium, onjuiste informatie over de voordelen van het product als bedoeld in artikel 8.1 juncto 8.2 NRC.

Ad IV

In de advertentie in de Metro wordt eveneens reclame gemaakt met de mededeling "tot 6 maanden gratis stroom" en wordt bovendien meegedeeld dat sprake is van een "Speciale Metro lezersaanbieding". In werkelijkheid is geen sprake van een aanbieding voor een specifieke consumentengroep, maar gaat het om de gebruikelijke actuele aanbieding van adverteerder. Aldus is sprake van strijd met artikel 8.5 juncto bijlage 1 sub 7 en/of 17 NRC.

Gelet op het voorgaande is sprake van misleidende en daarmee van oneerlijke reclame in de zin van artikel 7 NRC.

Het verweer

De klacht is gemotiveerd weersproken. Voor zover voor de beslissing van belang wordt in het oordeel op het verweer teruggekomen.

De mondelinge behandeling

Mr. De Heer voornoemd heeft, aan de hand van zijn pleitaantekeningen, het standpunt van klaagster nader toegelicht. Het standpunt van adverteerder is toegelicht door mrs. Rehbock en De Jongh voornoemd, eveneens aan de hand van hun aantekeningen. Ook de andere namens adverteerder aanwezige personen hebben het een en ander nader toegelicht.

Het oordeel van de Commissie

1.

Klaagster stelt zich op het standpunt dat sprake is van misleidende en oneerlijke reclame, omdat in de uitingen wordt meegedeeld dat sprake is van "tot 6 maanden gratis stroom", terwijl "de consument de stroom over de gehele contractperiode wel degelijk moet betalen, maar dat er achteraf verrekening met de jaarnota plaatsvindt". Volgens klaagster handelt adverteerder hierdoor in strijd met punt 19 van de bij artikel 8.5 behorende bijlage 1 van de Nederlandse Reclame Code. Ingevolge deze bepaling is, voor zover hier relevant, het niet toegestaan een product als "gratis" aan te bieden, indien de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod.

Naar tussen partijen vast staat, komt de in de uitingen genoemde "tot 6 maanden gratis stroom", neer op een korting van 16,67% (2 maanden) per jaar op hetgeen de consument daadwerkelijk aan stroom verbruikt, welke korting maandelijks in het te betalen voorschot wordt verdisconteerd en aan het einde van het jaar definitief wordt vastgesteld op basis van het daadwerkelijke verbruik. De Commissie is van oordeel dat aldus voldoende aannemelijk is geworden dat de consument daadwerkelijk tot 6 maanden gratis stroom kan ontvangen op basis van het daadwerkelijke verbruik, dat wil zeggen geleverde stroom waarvoor hij niet hoeft te betalen. In zoverre treft de klacht geen doel.

2.

Klaagster maakt voorts bezwaar tegen het gebruik van de woorden "tot 6 maanden gratis stroom" in de genoemde uitingen, in verband met de informatievoorziening over de actie. De Commissie vat dit bezwaar aldus op, dat bedoelde woorden volgens klaagster een onjuist althans onvolledig beeld geven van de inhoud van de actie. In verband daarmee zal de Commissie de uitingen toetsen aan de meer algemene misleidingsbepalingen van de artikelen 7 en 8 van deze Code.

Naar het oordeel van de Commissie zal de consument bij de mededeling dat hij een aantal maanden gratis stroom kan krijgen, denken aan een actie waarbij hij gedurende enige tijd in het geheel geen vergoeding voor de verbruikte stroom verschuldigd is. De onderhavige actie wijkt hiervan af. Weliswaar ontvangt de consument elke maand enige korting op het verschuldigde termijnbedrag, maar deze korting kan uitsluitend indien zij over een bepaalde periode wordt opgeteld tot een som leiden die gelijk is aan een maand stroom. Het op deze wijze verrekenen van een korting op de elektriciteitskosten gevolgd door een jaarlijkse vaststelling van de daadwerkelijk te betalen kosten, kan naar het oordeel van de Commissie niet worden aangeduid met het "gratis" leveren van stroom, zoals in de reclame-uitingen wordt gedaan en zoals dit begrip door de gemiddelde consument zal worden opgevat. Het gebruik van het woord "gratis" voor een dergelijke wijze van verrekenen geeft een verkeerd beeld van de actie. De consument zal immers niet verwachten dat in werkelijkheid sprake is van een kortingsactie, verspreid over een langere periode en in de vorm van een korting op het termijnbedrag, waarvan de hoogte achteraf definitief wordt vastgesteld.

Aldus wordt naar het oordeel van de Commissie in de uitingen zoals genoemd onder I t/m IV geen duidelijke informatie verstrekt als bedoeld in artikel 8.2 aanhef van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument door de reclame-uitingen ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet zou hebben genomen.

3.

Ten aanzien van de in Bijlage IV bedoelde uiting heeft klaagster voorts gesteld dat daarin ten onrechte de indruk wordt gewekt dat sprake is van een bijzondere actie voor Metrolezers. Dit leidt er echter niet toe dat deze uiting, zoals klaagster stelt, in strijd is met punt 7 dan wel met punt 17 van de bij artikel 8.5 behorende bijlage 1 van de Nederlandse Reclame Code. Niet wordt naar het oordeel van de Commissie in de uiting beweerd dat het product slechts (onder speciale voorwaarden) gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven een geïnformeerd besluit te nemen, noch wordt feitelijk onjuiste informatie verstrekt over marktomstandigheden of de mogelijkheid het product te bemachtigen met de bedoeling de consument het product te doen aanschaffen tegen voorwaarden die minder gunstig zijn dan de normale marktvoorwaarden, hetgeen verboden is op grond van de genoemde bepalingen. De Commissie acht de gemiddelde consument ervan op de hoogte dat van speciale voorwaarden of marktomstandigheden voor de lezers van dit dagblad, dat immers voor een ieder gratis beschikbaar is, geen sprake zal zijn.

Op dit punt treft de klacht derhalve geen doel.

4.

De Commissie ziet geen aanleiding om deze uitspraak onder de aandacht van een breed publiek te brengen (openbaar te maken) als bedoeld in artikel 17 lid 1 onder h jo. artikel 18 lid 4 van het Reglement betreffende de Reclame Code Commissie en het College van Beroep.

De beslissing

De Commissie is op bovengenoemde gronden van oordeel dat de reclame-uitingen zoals genoemd onder I tot en met IV in strijd zijn met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

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