



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

**SOCIALISTISCHE PARTIJ (SP) OVERTREEDT OPNIEUW
VOR**

Datum: 7 april 2011
Dossiernr: 2011/00168
Uitspraak: VT (voorzitterstoewijzing)
Product / dienst: Huishouden en inrichting
Motivatie: Misl. Voornaamste kenmerken product, Misl. Voornaamste kenmerken product
Medium: Drukpers/tijdschriften

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de aanbieding in adverteerders huis-aan-huis folder van een "Childhome Boxkleed + beschermrand".

De klacht

Half december 2010 meende klager dit boxkleed met beschermrand te hebben gekocht, doch bij thuiskomst bleek de beschermrand te ontbreken. Aan klager werd telefonisch meegedeeld dat er sprake was van een drukfout, waarna de mogelijkheid werd geboden om de aanschaf terug te geven. Echter, in de folder die klager 29 januari 2011 ontving, stond weer diezelfde, aanbieding. Wederom werd aan klager meegedeeld dat er sprake was van een drukfout. De uitingen zijn, gezien klagers ervaring, misleidend. Bovendien bleek de aanbieding maar tot 23 januari 2011 geldig te zijn.

Het verweer

Ondanks controle van de folder stond daarin een storende fout. Bij e-mail van 30 januari 2011 heeft klager daarop gewezen, waarna dit intern is behandeld. Op 1 februari 2011 is aan het reclamebureau gevraagd de drukfout te corrigeren en door middel van aanplakbiljetten in de winkel zijn de klanten hiervan op de hoogte gesteld. In de folder staat dat drukfouten zijn voorbehouden, doch dit ontslaat niet van de verplichting om tevoren de tekst zorgvuldig te controleren. Het is zeker niet de bedoeling geweest om klanten te misleiden.

Het oordeel van de voorzitter

Adverteerder heeft erkend dat de bewuste aanbieding onjuist is nu het boxkleed, anders dan in de advertentie is vermeld, niet voorzien is van een beschermand. Ten aanzien van deze onjuistheid zegt adverteerder, weliswaar later dan verwacht mocht worden gezien het moment waarop klager van deze onjuistheid melding heeft gemaakt, maatregelen te hebben genomen om herhaling te voorkomen. Dit neemt de onjuistheid van de reeds geplaatste uitingen evenwel niet weg. Waar het een onjuistheid betreft in de omschrijving van de aanbieding kan adverteerder niet met succes een beroep doen op het door hem gemaakte voorbehoud ten aanzien van drukfouten.

Blijkens het voorgaande is in de uiting onjuiste informatie verstrekt als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder b van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de Commissie van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden 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 voorzitter van de Commissie

Op grond van het hierboven overwogene acht de voorzitter de uiting misleidend en in strijd met artikel 7 NRC en beveelt zij adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

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