



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

LAATSTE 10 GEPUBLIC_



Datum: 16 maart 2011
Dossiernr: 2011/00070
Uitspraak: Aanbeveling (gedeeltelijk)
Product / dienst: Overige
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Digitale marketing communicatie

De bestreden uitingen

1. Het betreft de volgende uitingen op de website www.centralparking.nl:

a) de mededelingen op de homepage “Onze chauffeur parkeert uw auto veilig en goedkoop” en “Geen zoek naar een terrein, wij parkeren voor u op ons beveiligde terrein (Beech Avenue Schipholrijk en Rijnlanderweg 1001 Rijsenhout)” en de aan te vinken keuzemogelijkheid “Ja ik betaal € 15,- extra voor het overdekt parkeren van mijn auto”.

b) het op de homepage geplaatste filmpje “Bekijk hoe het werkt”, waarin is te zien hoe een auto een parkeergarage inrijdt, met daarbij een shot van een beveiligingscamera en de tekst “Wij parkeren uw auto veilig en goedkoop in onze parkeergarage”.

c) de elders op de website geplaatste mededelingen: “Onze professionele chauffeurs parkeren uw auto en brengen hem weer bij terugkomst (valet parking Schiphol). Het parkeerterrein is beveiligd en we hebben speciale overdekte plekken” en “Uw auto staat veilig en is verzekerd tegen schade” en “Wij parkeren uw auto veilig op het daarvoor bestemde terrein in Rijsenhout/Schiphol-Rijk”.

2. Het betreft de volgende uitingen op de website www.bijschipholparkeren.nl:

a) het op de homepage geplaatste filmpje “Bekijk hoe simpel het werkt”, waarin is te zien hoe een auto een parkeergarage inrijdt, met daarbij de tekst “Onze chauffeur parkeert uw auto in onze parkeergarage”.

b) de in het reserveringsformulier aan te vinken mogelijkheid “Ja ik betaal € 15,- extra voor het overdekt parkeren van mijn auto” en de mededeling elders op de website “overdekt parkeren: + EUR 15,- per keer”.

c) de volgende mededelingen betreffende de parkeerlocatie:

“Wij zorgen dat uw auto veilig en droog geparkeerd wordt bij Schiphol parkeren”,
“Het nieuwe parkeergemak: rij tot aan de vertrekhal – wij parkeren uw auto veilig en goedkoop”,
“Wij helpen u met de koffers en parkeren uw auto veilig op ons bewaakte terrein”,
“Uw auto parkeren wij op een permanent bewaakt terrein aan de Rijnlanderweg te Rijsenhout (hoek Bennebroekerweg), ongeveer 8 km van de vertrekhal” en “Ons parkeerterrein is afgesloten met slagbomen, alarm en camera toezicht”.

3. De tekst “Schiphol Parkeerservice” op door medewerkers van Central Parking en BSP gebruikte jassen.

De klachten

Schiphol heeft haar eigen rechedienst en een extern bedrijfsrechercebureau een onderzoek laten instellen naar de activiteiten van Central Parking en BSP en het hiervan opgemaakte rapport ten grondslag gelegd aan de klacht. Uit het rapport is gebleken dat de auto's van klanten van Central Parking en BSP, in strijd met de mededelingen in de onder 1 en 2 genoemde uitingen, veelal niet in hun parkeergarage of überhaupt overdekt worden geparkeerd. Bovendien worden auto's niet steeds direct veilig geparkeerd, maar worden ze gebruikt als administratieauto of om te pendelen, of eerst op de openbare weg neergezet alvorens ze naar het gecommuniceerde parkeerterrein worden gebracht.

Voorts wekken Central Parking en BSP met het gebruik van de “Schiphol parkeerservice”-jassen ten onrechte de indruk dat zij aan Schiphol gelieerd zijn en profiteren zij op verwarringwekkende wijze van de goede naam en merken van concurrent Schiphol. Dit geldt ook voor de mededelingen door medewerkers dat hun diensten afkomstig zijn van Schiphol en dat hierover kan worden geklaagd op de website van Schiphol.

Bovendien zijn de bestreden uitingen een vorm van vergelijkende reclame, waarin de diensten van Central Parking en BSP worden vergeleken met de diensten van Schiphol.

Gelet op het vorenstaande zijn de bestreden uitingen onjuist, misleidend en oneerlijk in de zin van de artikelen 2, 7, 8.2, 8.3 en 8.5 (waaronder de punten 4, 5 en 12 van de bijlage) van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Bovendien handelen Central Parking en BSP niet in overeenstemming met artikel 13 NRC. Klagers verzoeken de Commissie om, gelet op de ernst van de schending van de NRC, de beslissing als Alert onder de aandacht te brengen van een breed publiek.

Het verweer

Central Parking en BSP maken gebruik van dezelfde reserveringssoftware. Door een fout in deze software zijn eind 2010, de periode waarop het onderzoeksrapport van Schiphol betrekking heeft en waarin ook de piekdrukke van de herfstvakantie viel, meer reserveringen geaccepteerd dan het aantal beschikbare gehuurde parkeerplaatsen. De fout in de software is te laat opgemerkt, waardoor Central Parking en BSP zijn overvallen door een te groot aantal klanten waarvoor onvoldoende parkeerplaatsen beschikbaar waren op de daarvoor bestemde terreinen en in de parkeergarage. Besloten is tijdelijk een beperkt aantal klantauto's te parkeren op andere dan de geplande parkeerlocaties. Ook na de herfstvakantie

is het nog enkele keren voorgekomen dat auto's door overboeking tijdelijk niet direct op de aangegeven parkeerterreinen geparkeerd werden.

Een aantal klanten is hiervoor een compensatie aangeboden. Er zijn maatregelen getroffen om dergelijke overboekingen in de toekomst te voorkomen.

De door de combinatie van een fout in de software en piekdrukke tijdens de herfstvakantie ontstane incidentele situatie, waarin auto's op andere plekken zijn geparkeerd dan afgesproken, betekent niet dat sprake is van misleidende reclame. Er wordt niet structureel op deze wijze gehandeld en het is geen bedrijfspolicy om klanten niet de service te bieden die op de websites wordt aangeboden.

De websites van Central Parking en BSP hebben een eigen stijl en vertonen wat betreft logo, kleur- en taalgebruik weinig gelijkenis met de website van de luchthaven Schiphol en/of Schiphol Valet Parking. De websites wekken daarom niet de suggestie dat adverteerders een onderdeel zijn van de Schiphol Group, maar prijzen juist de diensten van Central Parking en BSP aan als een betaalbaar alternatief voor de door Schiphol geboden parkeerservice.

Met betrekking tot de tekst "Schiphol Parkeerservice" op de jassen van de chauffeurs wordt aangevoerd, dat Schiphol een geografische aanduiding is van de plaats waar de parkeerservice wordt uitgevoerd.

De mondelinge behandeling

Mr. R.A. Overbeek licht het standpunt van Schiphol nader toe en legt daarbij pleitnotities over.

Het standpunt van Central Parking en BSP wordt nader toegelicht door M.J. Weerman en mr. J.S. Hofhuis, die daarbij pleitaantekeningen heeft overgelegd. Mr. Hofhuis benadrukt dat alleen sprake is van door de Commissie te beoordelen misleiding indien de adverteerder bij het opstellen van de reclame-uiting al weet dat wat in de uiting wordt beloofd niet kan worden waargemaakt. Daarvan is in het onderhavige geval geen sprake. Hoogstens kan worden geoordeeld dat sprake is geweest van wanprestatie. Deze tekortkoming in de nakoming, als gevolg van een softwarefout die adverteerder pas na enkele maanden is meegedeeld, rechtvaardigt niet het door Schiphol gevraagde persbericht waarin de beslissing van de Commissie breed bekend wordt gemaakt.

Het oordeel van de Commissie

1. Op de bestreden websites wordt meegedeeld dat de auto's van klanten van Central Parking en BSP worden geparkeerd op bepaalde beveiligde terreinen danwel, indien de klant daarvoor heeft gekozen en tegen betaling van € 15 extra, op een beveiligde overdekte locatie. Er is geen voorbehoud opgenomen met betrekking tot beschikbaarheid van de aangeboden parkeerlocaties.

2. Door Central Parking en BSP is erkend dat de op de website aangeboden parkeerdiensten gedurende de laatste maanden van 2010 niet volledig konden worden geleverd en auto's op andere dan de gecommuniceerde locaties zijn geparkeerd. Volgens Central Parking en BSP is dit het gevolg geweest van een fout in de reserveringssoftware en de piekdrukke tijdens de herfstvakantie, waardoor meer parkeerplaatsen zijn gereserveerd dan op de daarvoor bestemde locaties

beschikbaar waren.

3. Wat hiervan zij, deze omstandigheid dient naar het oordeel van de Commissie voor rekening van adverteerders te komen. Nu op de websites geen enkel voorbehoud daaromtrent is opgenomen, moeten consumenten erop kunnen vertrouwen dat hun auto wordt geparkeerd op de bij de reservering afgesproken parkeerlocatie. Het had op de weg van Central Parking en BSP gelegen klanten door middel van een voorbehoud of melding op hun websites te informeren zodra bleek dat gedurende langere tijd sprake was van overboekingen, ook al was de oorzaak daarvan adverteerders nog niet bekend.

4. Door het ontbreken van een voorbehoud ten aanzien van beschikbaarheid van de aangeboden parkeerlocaties acht de Commissie de mededelingen betreffende de te reserveren parkeerlocaties op de websites www.centralparking.nl en www.bijischipholparkeren.nl te absoluut en daarom in strijd met artikel 8.2 aanhef en sub b NRC. Omdat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over het afnemen van een dienst van adverteerders te nemen dat hij anders niet had genomen, zijn de bestreden websites misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC. Nu de uitingen reeds op deze grond als oneerlijk dienen te worden beschouwd, kan in het midden blijven of tevens sprake is van een omissie in de zin van artikel 8.3 aanhef en onder c NRC. Voorts is de Commissie van oordeel dat de misleiding niet zo ver gaat, dat de websites tevens in strijd met artikel 2 NRC en artikel 8.5 in combinatie met punt 5 van de bij artikel 8.5 behorende bijlage 1 NRC moeten worden geacht.

5. Voor zover de klacht is gericht tegen de wijze van profileren door adverteerders die de indruk zou wekken dat Central Parking en BSP aan Schiphol gelieerd zijn, wordt de klacht afgewezen. De Commissie acht het toelaatbaar dat op de websites en op de door medewerkers van Central Parking en BSP gebruikte jassen de aanduiding "Schiphol" wordt gebruikt als aanduiding van de plaats - en daarmee van een essentieel kenmerk - waar de aangeboden parkeerdiensten worden uitgevoerd. Vormgeving, lettertype en kleurgebruik op de websites en de jassen vormen geen opvallende gelijkenis met de bij Schiphol gebruikelijke vormgeving. Er is daarom naar het oordeel van de Commissie geen sprake van een op een voor de gemiddelde consument verwarringwekkende wijze aanhaken bij de naam, merken en diensten van Schiphol en van strijd met artikel 8.5 in combinatie met de punten 4 en 12 van de bij artikel 8.5 behorende bijlage 1 NRC. Van een specifieke vergelijking van de diensten van adverteerders met die van Schiphol is voorts geen sprake. Het beroep op artikel 13 NRC treft op grond van het voorgaande evenmin doel.

6. Naar het oordeel van de Commissie is onvoldoende komen vast te staan dat medewerkers van adverteerders (stelselmatig) tegenover derden hebben verklaard dat Central Parking en BSP als een onderdeel van Schiphol moeten worden gezien, zoals door klagers aangevoerd.

7. De Commissie ziet geen aanleiding de onder 4 vermelde beslissing onder een breed publiek bekend te maken.

De beslissing

Onder verwijzing naar hetgeen is overwogen onder 4 acht de Commissie de websites www.centralparking.nl en www.bijschipholparkeren.nl in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerders aan voortaan niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

De Commissie wijst de klacht voor het overige af.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7