



Datum:	22 december 2010
Dossiernr:	2010/00683
Uitspraak:	Aanbeveling
Product / dienst:	Overige
Motivatie:	Bijzondere Reclamecode
Medium:	Drukpers/tijdschriften

De klacht

Meermalen, laatstelijk bij e-mail van 6 juni 2010, van welke e-mail klaagster een kopie heeft overgelegd, heeft klaagster adverteerder schriftelijk laten weten dat zij geen reclame van adverteerder meer wil ontvangen. Desondanks heeft klaagster toch weer post van adverteerder ontvangen.

Het verweer

Naar aanleiding van de klacht heeft adverteerder:

- ▮ - gecheckt of de bewuste klant in het systeem bekend is. Dit bleek niet het geval;
- ▮ - bij Renault Nederland, per mail, meegedeeld dat klaagster geen post wenst te ontvangen van adverteer, hetgeen adverteerder tevens heeft gedaan bij eerdere klachten van klaagster;
- ▮ - gebeld met een medewerker van 'Renault Klantrelaties'. Zij deelde mee dat klaagster uit alle bestanden zou worden verwijderd.

Adverteerder deelt tot slot mee dat zij zelf geen toegang heeft tot de bestanden van 'Renault Klantrelaties'.

Nadere reactie van klaagster

Op 5 november 2010 ontving klaagster opnieuw reclame van adverteerder in haar brievenbus.

Laatste reactie adverteerder

Adverteerder stelt dat zij naar aanleiding van de klacht opnieuw bij Renault Nederland heeft verzocht de gegevens van klaagster te laten verwijderen. Zij stelt niet te weten 'hoe nu verder te handelen'.

Het oordeel van de Commissie

Ingevolge artikel 14 van de Code Brievenbusreclame, Huissampling en Direct response advertising (CBR) dient de opdrachtgever van geadresseerde reclame ervoor te zorgen dat een ontvanger, die schriftelijk heeft meegedeeld geen geadresseerde reclame meer te willen ontvangen, geen geadresseerde reclame meer van hem ontvangt. Deze wens dient zo spoedig mogelijk, maar in ieder geval binnen drie maanden, zonder restricties te worden ingewilligd.

Vast is komen te staan dat aan klaagster, hoewel zij herhaaldelijk (onder meer bij e-mail van 6 juni 2010) schriftelijk aan adverteerder heeft laten weten dat zij geen reclame meer van adverteerder wenste te ontvangen, toch nog verschillende malen geadresseerde reclame van adverteerder aan klaagster is toegezonden (onder meer op 1 september 2010 en 5 november 2010).

Op grond van het vorenstaande is vast komen te staan dat adverteerder heeft gehandeld in strijd met artikel 14 CBR.

Adverteerders stelling dat zij geen toegang heeft tot de bestanden van Renault Klantrelaties, door wie kennelijk de verspreiding van de bewuste reclame wordt verzorgd, leidt niet tot een ander oordeel, nu uit artikel 14 CBR volgt dat de opdrachtgever (adverteerder, die als zodanig op de brief staat geïdentificeerd), verantwoordelijk is voor het inwilligen van het verzoek van een ontvanger om hem of haar geen reclame meer toe te zenden. Het is aan adverteerder om zodanige maatregelen naar Renault Klantrelaties te nemen dat voldaan wordt aan het verlangen van klager gevrijwaard te zijn van reclame van adverteerder.

De beslissing

Op grond van het vorenstaande heeft adverteerder in strijd met artikel 14 CBR gehandeld en beveelt de Commissie adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling:	CBR art. 14
-----------	-------------