

Reclamecode SMS-Dienstverlening

Uitgangspunten

Het doel van deze Bijzondere Reclamecode is om duidelijke criteria te stellen aan de reclame voor SMS-Diensten teneinde misleiding bij de Eindgebruikers over de aard en prijs van de diensten te voorkomen.

Artikel 1 Toepassing

- 1.1. Reclame voor SMS-Diensten is, onverminderd hetgeen verder in het algemene gedeelte van de Nederlandse Reclame Code (NRC) en de Kinder en Jeugd Code is bepaald, onderworpen aan deze Reclamecode.
- 1.2. Deze Reclamecode is van toepassing op reclame voor SMS-Diensten specifiek gericht op Nederland.
- 1.3. Deze Reclamecode is niet van toepassing op de inhoud van de sms-berichten die volgen op het aanmelden voor een SMS-dienst en die betrekking hebben op het bevestigen van en/of de uitvoering van de overeenkomst met de Eindgebruiker en geen (nieuwe) aanprijzing van producten of diensten bevatten.¹ Deze Reclamecode is ook niet van toepassing op gratis SMS-Diensten.²
- 1.4. Deze Reclamecode laat bestaande wettelijke en zelfreguleringsverplichtingen, met name verplichtingen op grond van de wet- en regelgeving op het gebied van privacybescherming, oneerlijke handelspraktijken en verkoop op afstand onverlet.

Artikel 2 Definities³

In deze Code wordt verstaan onder:

Aanbieder van SMS-Diensten	De aanbieder van de SMS-Dienst(en) met wie de Eindgebruiker de overeenkomst met betrekking tot het afnemen van de SMS-Dienst(en) sluit. ⁴
Aanmeldscherm	Het internetscherm ⁵ dat de Eindgebruiker in staat stelt om een aankoop van een

¹ De RCC heeft in de uitspraak van 4 juli 2007 in dossier 07.0299 beslist dat voor zover een sms-bericht geen aanprijzing van goederen of diensten bevat, geen sprake is van reclame.

² Een SMS-Dienst bestaande uit eerst een gratis aanbod of gratis periode rechtstreeks gevolgd door een aanbod of periode waarvoor wel betaald moet worden, geldt als een betaalde SMS-Dienst en valt onder de werking van deze Reclamecode.

³ Voor de definities is zoveel mogelijk aangesloten bij de definities in de Gedragscode SMS-Dienstverlening.

⁴ In de Gedragscode SMS-Dienstverlening wordt de Aanbieder van SMS-Diensten aangeduid als Content Provider.

⁵ Onder internetscherm valt niet het mobiel internetscherm (tenzij daar SMS-Diensten worden aangeboden die via premium SMS bij de Eindgebruiker in rekening worden gebracht), dit wordt separaat beschreven in de Gedragscode voor Betaalde Mobiel Internet-diensten, welke te vinden is op www.smsgedragscode.nl.

Abonnementsdienst te doen en daartoe een antwoord- of bestelmechanisme bevat, zoals het invoerveld voor het mobiele telefoon nummer. Schermen of andere reclame-uitingen voor SMS-diensten die een shortcode bevatten, worden eveneens als Aanmeldscherm aangemerkt.

Abonnementsdienst of Abonnement	SMS-dienst waarbij de Eindgebruiker meer dan één betaald sms bericht ontvangt en waarvoor aanmelding en afmelding noodzakelijk is of die de Eindgebruiker voor een vooraf bepaalde periode afneemt. De betaalde sms berichten hebben een periodiek terugkerend karakter, waaronder nadrukkelijk ook begrepen worden de '1 to many Chatdiensten'.
Affiliate	Een onderneming of persoon, niet zijnde de Aanbieder van SMS-Diensten, die op eigen initiatief reclame maakt voor de SMS-Diensten van de Aanbieder van SMS-Diensten en die in veel gevallen zelf bepaalt hoe, waar en met welke uiting hij adverteert. ⁶
Banner	Een grafische reclame-uiting op een webpagina die de mogelijkheid biedt om door te klikken naar een Voorloopscherm en/of Aanmeldscherm.
Chatdienst	Een SMS-dienst met een mogelijk langdurig(er) karakter doordat de Eindgebruiker(s) blijft (of blijven) chatten.
1: 1 Chatdienst	Een SMS-dienst waarbij een sms-bericht naar één (1) Eindgebruiker wordt gezonden (met hun toestemming) waardoor ook van één (1) Eindgebruiker een antwoord kan worden ontvangen.
1: to many Chatdienst	Een SMS-dienst waarbij een sms-bericht naar meer Eindgebruikers wordt gezonden (met hun toestemming) waardoor ook van meer Eindgebruikers een antwoord kan worden ontvangen.

⁶ Een Affiliate is een in de internet wereld gebruikelijke benaming voor een derde die er voor kiest om zelf te adverteren voor de producten van een ander. De Affiliate heeft een overeenkomst met de Aanbieder van SMS-Diensten en/of met het mediabureau of de media-agent van de Aanbieder van SMS-Diensten.

Content (item)	Inhoud van een SMS-Dienst, waaronder maar niet beperkt tot ringtones, realtones, wallpapers, sounds, games, quizzes, full track muziek en tekstdiensten, waaronder horoscopen, Chatdiensten en grappen, voor de mobiele telefoon.
Credit	Een tegoed voor een Eindgebruiker om daarmee een Content item te kunnen bestellen.
Eindgebruiker	Gebruiker van een vaste of mobiele aansluiting waarmee SMS-Diensten kunnen worden afgenomen.
Fictieve personages	Personen die onder een andere identiteit bedrijfsmatig bepaalde diensten verlenen.
Operators	Netwerkaanbieders via wier netwerk Eindgebruikers SMS-diensten kunnen afnemen.
Pop-up	Een aanklikbaar (klein) venster dat zich opent wanneer een bepaalde internetpagina wordt geladen of daarop wordt geklikt.
Promotionele actie	Het, bij wijze van promotie, geven van een tijdelijke meerwaarde aan een SMS-Dienst, waaronder een korting of verhoging van de hoeveelheid Content items en/of Credits bij een SMS-Dienst en overige cadeaus, spaaracties, prijsvragen of verstrekken van ander voordeel.
Shortcode	Verkort nummer welke door de aanbieder van de SMS-Dienst gebruikt wordt voor de aan- en afmelding van de dienst alsmede voor de distributie van de Content naar de Eindgebruiker.
SMS-Dienst	Eénmalige SMS-Dienst (waaronder begrepen een 1:1 Chatdienst) en/of een Abonnementdienst waarmee Content aan een Eindgebruiker wordt aangeboden.
SMS-Dienstverlener	Degene die met Operators een overeenkomst heeft gesloten ten behoeve van het leveren cq. doorgeleiden van SMS-Diensten (ook Gateway of SMS-Broker genoemd).

Voice-over	Een gesproken bericht gedurende een tv-commercial.
Voorloopscherm	Scherm(en) op internet voorafgaand aan het Aanmeldscherm zonder vermelding van Shortcode of andere mogelijkheid tot het sluiten van SMS-diensten. ⁷

Artikel 3 Misleiding

- 3.1. Reclame voor SMS-Diensten mag geen mededelingen, afbeeldingen, suggesties of omissies bevatten waardoor de Eindgebruiker misleid kan worden over de aard en kenmerken van de aangeboden diensten en producten, de prijs en de wijze van berekening daarvan en mag ook niet misleidend zijn in de zin van artikel 8 NRC.
- 3.2. Niet toegestaan is reclame voor een al dan niet gratis dienst of product waarbij de Eindgebruiker zich om het aangeboden te verkrijgen dient te abonneren op een (andere) Abonnementdienst, tenzij die verplichting tot abonneren op die (andere) Abonnementdienst in iedere uiting tenminste met dezelfde nadruk als de betreffende reclame voor een al dan niet gratis dienst of product wordt vermeld.
- 3.3. Indien in een reclame-uiting, Voorloopscherm en/of Aanmeldscherm reclame wordt gemaakt voor een Abonnementdienst, dient het feit dat het een Abonnementdienst betreft, telkens met tenminste dezelfde nadruk als de reclame voor de dienst of product zelf, te worden vermeld.
- 3.4. Niet toegestaan is een reclame-uiting waarin een SMS-Dienst wordt aangeboden op een manier waardoor deze een ander karakter lijkt te hebben dan het werkelijke karakter bijvoorbeeld door te suggereren dat een prijs is gewonnen, een spelletje wordt gedaan, of dat het gaat om een lidmaatschap of aansluiting bij een club.
- 3.5. Bij Chatdiensten dient de Aanbieder van SMS-Diensten de Eindgebruiker ondubbelzinnig en duidelijk te wijzen op het (mogelijk) langdurig(er) karakter van de dienst en de daarmee gepaard gaande (terugkerende) kosten.

Artikel 4 Minimumeisen voor alle vormen van reclame voor SMS-Diensten

- 4.1 Reclame-uitingen voor een of meer specifieke SMS-Diensten dienen – ongeacht vorm en medium – te voldoen aan de eisen van artikel 3 van deze Reclamecode en dienen daarnaast altijd de volgende informatie te bevatten die op duidelijke en ondubbelzinnige wijze dient te worden vermeld:
 - a. of het een Abonnementdienst of een eenmalige dienst betreft;

⁷ Een Voorloopscherm is een reclame-uiting als daarop producten en diensten worden aangeprezen. Als men zich op dat Voorloopscherm ook kan abonneren via een shortcode of anders, is sprake van een Aanmeldscherm.

- b. indien het een Abonnementdienst betreft, vermelding van de eventuele minimale duur van het abonnement en een uitleg over hoe de Abonnementdienst kan worden gestopt;
 - c. de voornaamste kenmerken van de dienst, waaronder minimaal de naam van het product, de productomschrijving en indien er sprake is van Artwork bijvoorbeeld zoals bedoeld in Bijlage 1 punt 4, in dit Artwork tevens een productillustratie en de prijs en indien van toepassing de frequentie van de dienst;
 - d. in geval van een Chatdienst: of de Chat plaatsvindt met één dan wel met meer personen;
 - e. in geval van een adult Chatdienst de minimale leeftijd van 18 jaar voor gebruik; indien van toepassing moet worden vermeld “fictieve personages - geen afspraken mogelijk”;
 - f. welke kosten er in geval van een eenmalige SMS-Dienst per item en bij een Abonnementdienst op weekbasis zijn verbonden aan de SMS-Dienst. Bij een Abonnementdienst alsmede het aantal te ontvangen items op weekbasis, bijvoorbeeld: €6/week, 4 items/week. In geval dat de afrekening op maandbasis gebeurt, dient de prijs en het aantal items op maandbasis genoemd te worden;
 - g. in geval van Credits moet het duidelijk zijn wat voor producten kunnen worden gekocht en tegen welk aantal Credits;
 - h. bij een Chatdienst dient te worden vermeld de prijs per bericht en de maximale hoeveelheid te ontvangen berichten per verstuurd chat bericht;
 - i. verwijzing naar het website adres van de Aanbieder van de SMS-Dienst. Op deze website dient tenminste aanwezig te zijn: naam waarmee de aanbieder staat ingeschreven bij de KvK (inclusief de eventuele gebruikte handelsnaam) en het vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Dienst, kosten van de SMS-Dienst, hoe af te melden van de SMS-Dienst, contact gegevens van de klantenservice (emailadres en telefoonnummer), KvK nummer, BTW nummer, de algemene voorwaarden van de SMS-Dienst, een overzicht van de geschikte telefoons (indien van toepassing) en het privacy statement. Voorgaande informatie dient op een duidelijk leesbare en eenvoudig toegankelijke manier beschikbaar te zijn.⁸
- 4.2 Bij het vermelden van de prijs mag geen gebruik worden gemaakt van afkortingen, met uitzondering van het officiële euroteken en het gebruik van “incl. BTW”.
- 4.3 Indien een SMS-Dienst of een deel daarvan gratis wordt aangeboden geldt: het woord gratis of een ander woord met dezelfde betekenis mag alleen worden gebruikt als een dienst daadwerkelijk zelfstandig gratis wordt aangeboden. Dit is ook het geval als de dienst weliswaar gratis is bij een abonnement, maar het abonnement onmiddellijk na de ontvangst van de gratis dienst gestopt kan worden voordat het abonnement daadwerkelijk aanvangt. Op deze mogelijkheid dient de Eindgebruiker dan wel te worden gewezen.

⁸ Onder eenvoudig toegankelijk wordt verstaan binnen 2 klikken vanaf de homepage.

- 4.4 In afwijking van artikel 4.3 van deze Reclamecode geldt voor overige cadeaus, spaaracties, prijsvragen en/of het verstrekken van ander voordeel dat het is toegestaan het woord gratis of een woord met dezelfde betekenis te gebruiken, indien in iedere reclame-uiting waarin een dergelijk woord wordt gebruikt met dezelfde nadruk wordt vermeld dat de “gratis” dienst of het “gratis” product, uitsluitend gratis is bij het afnemen van de SMS-Dienst. Tevens dient duidelijk te worden vermeld wat de voornaamste kenmerken van de SMS-Dienst zijn waarbij de “gratis” dienst of het “gratis” product wordt aangeboden. Ter voorkoming van misverstanden: een dienst of product is niet “gratis” en mag ook niet zo worden benoemd, indien het gekoppeld is aan een SMS-Dienst waarvoor hogere kosten worden gerekend dan voor dezelfde SMS-Dienst zonder de “gratis” dienst of het “gratis” product. De bewijslast van de (hogere) kosten rust in dit verband op de aanbieder van SMS-Diensten.

Artikel 5 Verplicht logo

- 5.1 Aanbieder van de SMS-Dienst is verplicht om in iedere reclame-uiting via TV, print en internet het vaste logo te tonen zoals opgenomen in Bijlage 3 en te downloaden is vanaf www.smsgedragscode.nl. Het logo wordt links dan wel rechts boven in iedere reclame-uiting geplaatst en dient volledig zichtbaar te zijn zonder dat scrollen van een webpagina nodig is.
- 5.2 Het logo is niet verplicht indien het medium van reclame zich naar haar aard niet leent voor het plaatsen van een logo, zoals bij radioreclame en televoting (“televoting” is een eenmalige dienst met een methode van stemmen, waarbij een Eindgebruiker gedurende een televisie-uitzending door middel van SMS-bericht, zijn mening op afstand bekend kan maken).

Artikel 6 Aanvullende eisen voor Promotionele actie in combinatie met (reclame voor) SMS-Diensten

- 6.1 Artikel 3.4 van deze Reclamecode laat onverlet dat Promotionele acties mogen worden gehouden in combinatie met (reclame voor) SMS-Diensten.
- 6.2 Indien in een uiting reclame wordt gemaakt voor een Promotionele actie in combinatie met (reclame voor) een SMS-dienst dient het feit dat het een SMS-Dienst betreft telkens met tenminste dezelfde nadruk als de reclame voor de Promotionele actie te worden vermeld.

Artikel 7 Aanvullende eisen voor Internet Reclame

Internet Reclame algemeen

- 7.1 Het bepaalde in dit artikel laat onverlet dat internet reclame moet voldoen aan de eisen van artikel 3, 4 en 5 van deze Reclamecode.

- 7.2 Aanbieders van SMS-Diensten mogen geen reclame maken voor SMS-Diensten op websites die naar hun aard geheel of gedeeltelijk evident gericht zijn op jongeren onder de 16 jaar.
- 7.3 Voor het bestellen van een SMS-Dienst geldt een minimum leeftijd van zestien (16) jaar, tenzij er wordt besteld met toestemming van zijn/haar ouders (of wettelijk vertegenwoordiger).⁹

Aanmeldschermen

- 7.4 Een SMS-Dienst mag niet worden gestart indien niet op duidelijk leesbare wijze een Aanmeldscherf is getoond dat voldoet aan alle voorwaarden die daaraan op grond van deze Reclamecode en de wet worden gesteld.
- 7.5 Indien een Aanmeldscherf volledig voldoet aan de template zoals opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode, volledig zichtbaar¹⁰ is op elk beeldscherf waarop de meest gangbare resolutiestandaard wordt gebruikt en ook overigens niet misleidend is, geldt het Aanmeldscherf als in overeenstemming met de eisen van deze Reclamecode.
- 7.6 In geval geen gebruik wordt gemaakt van de template in Bijlage 1 van deze Reclamecode, zal het Aanmeldscherf tenminste op duidelijk leesbare en ondubbelzinnige wijze en volledig zichtbaar in het computerscherf, naast de informatie genoemd in artikel 4 en 5 van deze Reclamecode, ook de volgende informatie dienen te bevatten:
- a. de informatie zoals vermeld in veld 6 van de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode;
 - b. naam waarmee de aanbieder staat ingeschreven in de KvK (inclusief de eventuele gebruikte handelsnamen vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Diensten, het KvK nummer en het BTW nummer;
 - c. telefoon- en e-mailgegevens van de klantenservice van de Aanbieder van de SMS-Diensten;
 - d. verwijzing naar algemene (leverings)voorwaarden alsmede privacy statement en vermelding waar deze zijn te vinden;
 - e. vermelding dat de Reclamecode SMS-Dienstverlening en de Gedragscode SMS-Dienstverlening van toepassing zijn;
 - f. de (overige) informatie zoals vermeld in de velden 7 en 8 in de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode.

⁹ De opstellers van deze Reclamecode hebben gekozen voor een minimum leeftijd van 16 jaar om SMS-Diensten te kunnen bestellen. Jongeren tot 16 jaar mogen alleen SMS-Diensten bestellen, indien de ouder (of wettelijk vertegenwoordiger) vooraf toestemming heeft gegeven om de SMS-Dienst te bestellen.

¹⁰ Volledig zichtbaar betekent dat het gehele scherf, inclusief alle voorwaarden direct zichtbaar is op het beeldscherf bij de meest gangbare resolutiestandaard. Indien het aanmeldscherf op bepaalde computers als gevolg van de resolutie van de computer en/of de gebruikte internet browser niet helemaal zichtbaar is en de Eindgebruiker voor het beeld van het gehele scherf naar beneden moet scrollen, terwijl de Aanbieder van SMS-Diensten gebruik heeft gemaakt van de meest gangbare resolutiestandaard, kan het niet geheel zichtbaar zijn van het aanmeldscherf de Aanbieder van SMS-Diensten niet worden aangerekend. Zie hiervoor de uitspraak van de RCC van 4 juli 2007 in dossier 07.0299.

- 7.7 Indien het een Abonnementdienst betreft, wordt in de subscriptie titel van het Aanmeldscrem op duidelijk leesbare wijze vermeld dat het om een Abonnementdienst gaat. De vermelding moet tenminste dezelfde nadruk hebben als de rest van de tekst in de subscriptie titel zoals weergegeven in veld 2 in de template zoals opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode.
- 7.8 Op scherm(en)/pagina(s) na het Aanmeldscrem zijn de voorwaarden van het Aanmeldscrem van toepassing. Tevens dient te worden verwezen naar de aanmeldbevestiging die de Eindgebruiker per sms ontvangt.
- 7.9 Het 'Artwork' en de 'Call to action' zoals bedoeld in respectievelijk veld 4 en veld 5 in de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode zal altijd gerelateerd zijn aan de SMS-dienst zelf. Indien er sprake is van een Promotionele actie mag slechts naar de Promotionele actie verwezen worden met maximaal dezelfde nadruk als de reclame voor de SMS-dienst zelf.

Banners en Pop-ups

- 7.10 Een banner of pop-up, die uitsluitend bedoeld is om aandacht te trekken (een zgn. teaser) naar (de verkoop van) producten en/of diensten, hoeft niet aan alle eisen die in deze Reclamecode aan reclame-uitingen worden gesteld te voldoen. Een banner of pop-up dient in elk geval te voldoen aan de eisen van artikel 3.1 en 3.2. Voor het overige zal telkens, afhankelijk van de omstandigheden en met inachtneming van de redelijkheid en billijkheid en de omvang van de banner en pop-up, beoordeeld worden of de banner of pop-up in strijd is met deze Reclamecode.¹¹
- 7.11 Op een Banner of Pop-up mag geen shortcode genoemd worden.

Artikel 8 Aanvullende eisen voor TV-commercials en print

- 8.1 Het bepaalde in dit artikel laat onverlet dat de in dit artikel bedoelde vormen van reclame tevens moeten voldoen aan de eisen van artikel 3, 4 en 5 van deze Reclamecode.

Tv-commercial

- 8.2 Indien een tv-commercial volledig voldoet aan de template zoals opgenomen in Bijlage 2 van deze Reclamecode en ook overigens niet misleidend is, geldt de commercial als in overeenstemming met de eisen van deze Reclamecode.
- 8.3 Indien voor de tv-commercial geen gebruik gemaakt wordt van de template in Bijlage 2 van deze Reclamecode, zal de commercial tenminste de informatie moeten bevatten als opgenomen in artikel 5 van deze Reclamecode en artikel 4 van Bijlage 2.

¹¹ Een eventuele banner, link of pop-up stellen de Eindgebruiker niet in staat om een aankoop te doen en zijn op zich geen uitnodiging tot aankoop. Er is bij een banner, link of pop-up nog geen sprake van een antwoord- of bestelmechanisme of een situatie waarin de Eindgebruiker tot een transactie kan overgaan.

- 8.4 In een Voice-over, die duidelijk verstaanbaar is, wordt indien er sprake is van een Abonnement, gemeld dat dit het geval is en worden de totale kosten in euro per week in het kader van de Abonnementdienst vermeld. Indien er sprake is van een eenmalige dienst hoeven slechts de kosten hiervan in de Voice-over vermeld te worden, zoals vermeld in artikel 4.1 sub f van deze Reclamecode, met uitzondering van televoting in het kader van een tv-programma waarbij de presentator op roept om te stemmen en de prijs zonder afkortingen duidelijk in beeld zichtbaar is.
- 8.5 Bij Chatdiensten dient in de Voice-over, die duidelijk verstaanbaar is, indien van toepassing, te worden vermeld 'fictieve personages - geen afspraken mogelijk'.
- 8.6 De voorwaarden op televisie, zoals beschreven in artikel 4 van Bijlage 2 Template TV-commercials, moeten verplicht gedurende de gehele reclame voor de SMS-Dienst in beeld te zien zijn. Indien het Artwork informatie over een Promotionele actie bevat, dient het Artwork voor deze Promotionele actie met niet meer nadruk te worden getoond dan de reclame voor de SMS-Dienst zelf wordt getoond.
- 8.7 Reclame voor SMS-Diensten mag niet worden uitgezonden op televisie direct voorafgaand aan, tijdens, of direct volgend op programma's die naar hun aard evident op kinderen gericht zijn danwel programma's die volgens algemeen in de markt geaccepteerde kijkcijfers voor meer dan veertig (40) % worden bekeken door jongeren onder de 16 jaar.

Print

- 8.8 Een reclame-uiting in print dient altijd ten minste, naast de informatie genoemd in artikel 4 en 5, overeenkomstig het bepaalde in artikel 7.6 van deze Reclamecode, ook de volgende informatie te bevatten:
- a. de informatie zoals vermeld in veld 6 van de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode;
 - b. naam en vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Diensten, het Kvk nummer en het BTW nummer;
 - c. telefoon- en e-mailgegevens van de klantenservice van de Aanbieder van de SMS-Diensten;
 - d. verwijzing naar algemene (leverings)voorwaarden alsmede privacy statement en vermelding waar deze zijn te vinden;
 - e. vermelding dat de Reclamecode SMS-Dienstverlening en de Gedragscode SMS-Dienstverlening van toepassing zijn;
 - f. de (overige) informatie zoals vermeld in de velden 7 en 8 in de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode.
- Indien het een Abonnementdienst betreft, dient op duidelijk leesbare wijze te worden vermeld dat het om een Abonnementdienst gaat met ten minste dezelfde nadruk als een eventuele wervingstekst overeenkomstig het bepaalde in artikel 7.7 van deze Reclamecode.

- 8.9 In geval van een tekst- of regeladvertentie in print die noodzakelijkerwijs uit niet meer kan bestaan dan maximaal 5 regels tekst, dan wel maximaal 140 karakters geldt artikel 5 en 8.8 van deze Reclamecode niet. In dat geval behoeft alleen te worden voldaan aan de eisen van artikel 3 en 4 van deze Reclamecode.

Artikel 9 Aanvullende eisen voor teletekst, radio en sms

- 9.1 Het bepaalde in dit artikel laat onverlet dat de in dit artikel bedoelde vormen van reclame tevens moeten voldoen aan de eisen van artikel 3 en 4 van deze Reclamecode.
- 9.2 Reclame voor SMS-Diensten mag niet worden uitgezonden op radio direct voorafgaand aan, tijdens, of direct volgend op programma's die naar hun aard evident op kinderen gericht zijn danwel programma's die volgens algemeen in de markt geaccepteerde luistercijfers voor meer dan veertig (40) % worden beluisterd door jongeren onder de 16 jaar.

Artikel 10 Affiliates

- 10.1 Met betrekking tot marketing met behulp van Affiliates zijn Aanbieders van SMS-Diensten gehouden om:
- a. Affiliates contractueel te verplichten (bijvoorbeeld door middel van algemene voorwaarden of een reglement) zich op straffe van adequate maatregelen te houden aan de relevante wet- en regelgeving waaronder de NRC, alsmede deze Reclamecode en de Gedragscode SMS-Dienstverlening¹²;
 - b. Affiliates te voorzien van deze Reclamecode en de Gedragscode SMS-Dienstverlening;
 - c. Actief op te treden tegen overtredingen van de onder a genoemde wet- en regelgeving en zich in te spannen om mogelijke overtredingen door Affiliates te voorkomen;
 - d. Actief op te treden tegen overtredingen van artikel 7.2 van deze Reclamecode en zich in te spannen om mogelijke overtredingen door Affiliates te voorkomen;
 - e. Affiliates te verplichten hun reclame uitingen gedurende 1 jaar te bewaren en beschikbaar te houden om op eerste verzoek te verstrekken aan deelnemers van de Stichting Gedragscodes Mobiele Diensten en/of het Loket in verband met klachtbehandeling en handhaving.
- 10.2 Indien de Reclame Code Commissie en, in geval van beroep, het College van Beroep heeft geconstateerd dat een Affiliate deze Reclamecode of de NRC heeft overtreden zal de Aanbieder van de SMS-Diensten de Affiliate (nogmaals) wijzen op zijn verplichting de wet- en regelgeving na te leven en opdragen de uitspraak na te leven. Indien de Affiliate de uitspraak desondanks

¹² De zelfde verplichting is opgenomen in de Gedragscode SMS-Dienstverlening.

niet nakomt en reclame maakt die in strijd is met de uitspraak, zal de Aanbieder van SMS-Diensten de contractuele relatie met de desbetreffende Affiliate verbreken en de Affiliate verbieden om nog langer reclame te maken voor de SMS-Diensten van de Aanbieder.

- 10.3 Indien een Aanbieder van SMS-Diensten voldaan heeft aan zijn verplichtingen uit hoofde van lid 1 en 2 van dit artikel 10, heeft de Aanbieder de maximale inspanning verricht die redelijkerwijs van hem verwacht mag worden om ervoor te zorgen dat Affiliates de regels naleven.

Artikel 11 Klachten

- 11.1 Een ieder die meent dat een reclame-uiting van een Aanbieder van SMS-Diensten in strijd is met deze Reclamecode, kan hierover schriftelijk of per e-mail een klacht indienen bij de desbetreffende Aanbieder. De Aanbieder van SMS-Diensten is gehouden de klacht te onderzoeken en de klager binnen 3 werkdagen te informeren omtrent de uitkomst van dit onderzoek.
- 11.2 De klager die niet binnen 3 werkdagen is geïnformeerd of die de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan een klacht indienen bij de Stichting Reclame Code, overeenkomstig de statuten en reglementen van deze Stichting.

Artikel 12 Inwerkingtreding

- 12.1 Deze Reclamecode is in werking getreden op 1 april 2009, en voor het eerst herzien per 1 februari 2011. Aanbieders van SMS-Diensten hebben tot 4 weken na de datum van inwerkingtreding de gelegenheid om bestaande reclame-uitingen en hun algemene voorwaarden alsmede hun reglement voor Affiliates aan deze Reclamecode aan te passen.
- 12.2 Deze Reclamecode is in principe voor twee jaren vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd met een periode van twee jaren.
- 12.3 De Reclamecode zal in principe om de twee jaar worden geëvalueerd.

Bijlage 1 Reclamecode SMS-Dienstverlening

Template Aanmeldscherm

9 Logo	2 Subscriptie Titel	1 Advertentie benoeming
	3 Titel	
4 Artwork (incl. prijs en frequentie produkt)		5 Call to action
		6 Minimale leeftijd/geschikte toestellen
7 Voorwaarden		
8 Additionele Informatie Links		

1 Advertentie benoeming

In het geval het Aanmeldscherm te zien is op of via een Banner geplaatst is op een site, moet hier de vermelding komen te staan (**advertentie**) of (**reclame**).

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

Kleurstelling: er dient een duidelijk contrast te zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de benoeming duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

2 Subscriptie Titel

Deze is verplicht en moet bij een abonneerdersdienst minimaal als volgt omschreven worden: **[Abonneer nu...of Bij dit abonnement gevolgd door een eventuele wervings-tekst]**.

Font: Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), en in ieder geval **niet kleiner** dan 1/2 van de font grootte van de Titel (punt 3). Voor de font geldt een ondergrens wat inhoudt dat deze niet kleiner mag zijn dan 20.0 PTS/72 DPI gemeten bij een Arial standaard lettertype.

Bijvoorbeeld: als Titel (punt 3) 80 PTS/72 DPI groot is, dan moet de Subscriptie Titel (punt 2) minimaal 40 PTS/72 DPI groot zijn.

PTS= points (punten)

DPI= dots per inch

Kleurstelling: er moet een duidelijk contrast zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de subscriptie titel duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

③ Titel

Dit kan zijn de beschrijving van het product, de merknaam en/of de verkoopactie (korting of gratis). Uiteraard kan de titel ook een combinatie zijn van de verschillende termen (product+merk+actie).

Font: voor de font geldt een ondergrens wat inhoudt dat deze niet kleiner mag zijn dan 40.0

PTS/72 DPI gemeten bij een Arial standaard lettertype. Tevens moet het lettertype bij de titel gelijk zijn aan het lettertype bij de subscriptie titel.

④ Artwork

Hiermee wordt het materiaal bedoeld dat visueel de campagne ondersteunt en dat bestaat uit de prijs en frequentie van het product, product naam, product illustratie en de product beschrijving.

Deze kan links of rechts van de Call to action zoals beschreven onder punt ⑤ van Bijlage 1

worden geplaatst. Het artwork bevat informatie over de SMS-dienst die wordt aangeboden. Indien het artwork informatie over een Promotionele actie bevat, dient het artwork voor deze

Promotionele actie met niet meer nadruk te worden getoond dan de reclame voor de SMS-Dienst zelf wordt getoond.

Prijs en frequentie van het product:

Er moet ondubbelzinnig worden vermeld welke kosten er op weekbasis zijn verbonden aan de SMS-Dienst alsmede het aantal te ontvangen content/credit items op weekbasis, bijvoorbeeld: €6/week, 4 items/week (+ sms en downloadkosten). Bij de vermelding van de prijs mogen geen afkortingen worden gebruikt. In geval dat de afrekening van de content op maandbasis gebeurt, dient de prijs en het aantal content/credit items op maandbasis genoemd te worden.

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

Kleurstelling: er dient een duidelijk contrast te zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de minimale leeftijd duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

⑤ Call to action

Dit is de tekst met de actie die is vereist om het product te bestellen dan wel om productinformatie te ontvangen. De call to action kan links of rechts van het artwork worden geplaatst.

- 1. Dit kan een voorbeeld of sample van het product zijn.
- 2. De Eindgebruiker dient hier zijn 06-nummer in te vullen.
- 3. Bevestigen door op versturen te drukken.

De call to action zal altijd gerelateerd zijn aan de SMS-dienst. Naar de Promotionele actie mag slechts verwezen worden met maximaal dezelfde nadruk als de reclame voor de SMS-dienst zelf.

⑥ Minimale leeftijd /geschikte telefoons (indien van toepassing)

Hier dient te worden vermeld:

- **Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders**
- **Om na te gaan of je telefoon geschikt is voor deze dienst klik hier** (deze link moet naar het overzicht met geschikte telefoons linken)

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

Kleurstelling: er dient een duidelijk contrast te zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de minimale leeftijd duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

Tussen Artwork en tekstblok 7 alsmede tussen tekstblok 7 en 8 mag slechts 1 witregel zitten als tussen ruimte, zodat de reclame-uiting als een geheel oogt.

7 Voorwaarden:

Hier moeten de belangrijkste voorwaarden worden vermeld die van toepassing zijn op de SMS-Dienst. Het gaat daarbij in ieder geval om de volgende voorwaarden:

- 1. Indien het een abonnementsdienst is, dient dit op de volgende manier weergegeven te worden: Dit is een abonnementsdienst.
- 2. Er moet ondubbelzinnig worden vermeld welke kosten er op weekbasis zijn verbonden aan de SMS-Dienst alsmede het aantal te ontvangen content/credit items op weekbasis, bijvoorbeeld: €6/week, 4 items/week (+ sms en downloadkosten). Bij de vermelding van de prijs mogen geen afkortingen worden gebruikt. In geval dat de afrekening van de content op maandbasis gebeurt, dient de prijs en het aantal content/credit items op maandbasis genoemd te worden.
- 3. Vermelding van een eventuele minimale duur van het abonnement. (Minimale duur is een week, je betaalt dus altijd ten minste een week).
- 4. Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden. (Afmelden? SMS STOP naar 'shortcode').
- 5. Er geldt geen herroepingsrecht of zichttermijn (of als dat wel het geval is vermelding van dat recht of die termijn).
- 6. Contact gegevens (telefoon en e-mailgegevens van de klantenservice van de Aanbieder van de SMS-Dienst alsmede de naam en het vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Dienst, het KvK nummer en het BTW nummer).
- 7. Algemene voorwaarden, inclusief een link naar de algemene voorwaarden.
- 8. Vermelding dat de Reclamecode SMS-Dienstverlening en de Gedragscode SMS-Dienstverlening van toepassing zijn.
- 9. Vermelding dat de genoemde prijzen inclusief BTW zijn.

De hierboven beschreven voorwaarden moeten door de eindgebruiker kunnen worden opgeslagen op een duurzame gegevens drager.

Font: Arial Minimale Font grootte (12.0 PTS/72DPI).

Kleurstelling: Informatie moet in zwarte letters op een witte achtergrond vermeld worden.

8 Additionele informatie links:

Dit zijn links c.q. verwijzingen naar extra informatie m.b.t. de aangeboden dienst.

Hier moeten tenminste informatie links worden opgenomen over:

- 1. Algemene voorwaarden en eventuele specifieke voorwaarden¹³ etc.
- 2. Privacy statement.
- 3. SMS-Gedragscode.

De hierboven beschreven voorwaarden moeten door de eindgebruiker kunnen worden opgeslagen op een duurzame gegevens drager.

Font: Arial Minimale Font grootte (12.0 PTS/72DPI).

Kleurstelling: Informatie moet in zwarte letters op een witte achtergrond vermeld worden.

9 Vermelding van het logo als bedoeld in artikel 5 van deze Reclamecode

De voorwaarden zoals hierboven genoemd zijn uitgewerkt in het navolgende voorbeeld:

¹³ In de Algemene Voorwaarden of de specifieke voorwaarden van de Aanbieder van de SMS-Diensten dient het bezoekadres van de Aanbieder van de SMS-Diensten te zijn vermeld.

9 Logo

2 SUBSCRIPTIE TITEL

1 Advertentie

3 PRODUKT TITEL

4 PRODUKT NAAM

5

1. LUISTER HIER

PLAY

2. VUL JE NUMMER IN

06

3. KLIK OP VERSTUUR

Verstuur

6

Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders.
Om na te gaan of je telefoon geschikt is voor deze dienst [klik hier](#).

7

Dit is een abonnementsdienst, €6/week, 4 items/week (+ sms en downloadkosten). De genoemde prijzen zijn inclusief BTW. Afmelden? Sms STOP naar XXXX. Op deze dienst zijn de algemene voorwaarden van YYY van toepassing, voor inzage in de algemene voorwaarden klik hier. Aanmelden voor de dienst betekent acceptatie van deze voorwaarden. De Oedragcode SMS-Dienstverlening en de Reclamecode SMS-Dienstverlening zijn van toepassing. Er geldt geen herroepingsrecht of zichttermijn. Voor vragen kunt u contact opnemen met 'telefoongegevens en emailgegevens van de klantenservice van de aanbieder'. Het vestigingsadres is ZZZZ, BTW nr en KvK nr.

8 [Algemene voorwaarden](#) | [Privacy beleid](#) | [Copyright beleid](#) | [Contact](#) | [SMS gedragscode](#)

Samenvatting van de minimale Pixels en verplichte Fonts:

NR 1. Advertentie benoeming:

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 2. Subscriptie Titel:

Font: Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), en in ieder geval **niet kleiner** dan 1/2 van de font grootte van de Titel (punt 3). Voor de font geldt een ondergrens wat inhoudt dat deze niet kleiner mag zijn dan 20.0 PTS/72 DPI gemeten bij een Arial standaard lettertype.

NR 3. Titel:

Font: voor de font geldt een ondergrens wat inhoudt dat deze niet kleiner mag zijn dan 40.0 PTS/72 DPI gemeten bij een Arial standaard lettertype. Tevens moet het lettertype bij de titel gelijk zijn aan het lettertype bij de subscriptie titel.

NR 4. Artwork:

Prijs en frequentie van het product

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 6. Minimale leeftijd / geschikte telefoons (indien van toepassing):

Font: Arial Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 7. Voorwaarden:

Font: Arial Minimale Font grootte (12.0 PTS/72DPI)

NR 8. Additionele informatie links:

Font: Arial Minimale Font grootte (12.0 PTS/72DPI)

PTS = Points (punten)

DPI = Dots per inch

Bijlage 2 Reclamecode SMS-Dienstverlening

Template TV-commercials

1. Aanlever format van TV-commercials

Om ervoor te zorgen dat de voorwaarden hierna genoemd onder punt 3 duidelijk leesbaar zijn, ongeacht wijze van uitzending en zender, dienen commercials in het juiste format (16:9 of 4:3) aangeleverd te worden bij de TV zenders. De uitzendstraat van de zender bepaalt het aan te leveren format. Als een zender commercials in 16:9 uitzendt, dient de commercial bij die zender in 16:9 aangeleverd te worden. Als een zender commercials in 4:3 uitzendt, dient de commercial bij die zender in 4:3 aangeleverd te worden. Het is niet toegestaan om 16:9 commercials bij een zender aan te leveren die in 4:3 uitzendt en andersom.

2. Artwork

Hiermee wordt het materiaal bedoeld dat visueel de campagne ondersteunt en dat bestaat uit de prijs en frequentie van het product middels het logo zoals beschreven in artikel 5 van deze Reclamecode, product naam, product illustratie en de product beschrijving. Het artwork bevat informatie over de SMS-dienst die wordt aangeboden. Indien het artwork informatie over een Promotionele actie bevat, dient het artwork voor deze Promotionele actie met niet meer nadruk te worden getoond dan de reclame voor de SMS-Dienst zelf wordt getoond.

3. Kleurstelling voorwaarden in TV-commercials

De voorwaarden moeten gepresenteerd worden in witte tekst tegen een zwarte achtergrond.

4. Vermelding voorwaarden

4.1 Een TV-commercial moet gedurende de gehele reclame voor de SMS-Dienst op goed leesbare wijze de tekst voorwaarden in beeld hebben met daarin tenminste de volgende informatie:

- 1. Verwijzing naar een website met een overzicht van geschikte telefoons (indien van toepassing) en de voorwaarden voor deze dienst (Voorwaarden en geschikte telefoons: www.zzzz.nl).
- 2. Indien er sprake is van een Abonnementdienst een uitleg over hoe de Abonnementdienst gestopt kan worden (Afmelden? SMS STOP naar 'shortcode').
- 3. Sms en downloadkosten van toepassing.
- 4. Minimale leeftijd (Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders).
- 5. Vermelding van het logo als bedoeld in artikel 5 van deze Reclamecode.
- 6. Indien er sprake is van een Abonnementdienst vermelding van het aantal content items per week/maand.
- 7. Er geldt geen herroepingsrecht (of als dat wel het geval is vermelding van dat recht).

4.2 a In een "voice-over" die duidelijk verstaanbaar is wordt indien er sprake is van een Abonnement, gemeld dat dit het geval is en worden de totale kosten per week in het kader van de Abonnement vermeld. Indien er sprake is van een eenmalige dienst hoeven slechts de kosten hiervan in de "voice-over" vermeld te worden, zoals vermeld in artikel 4.1 sub f van deze Reclamecode. Indien er sprake is van een eventuele minimale duur van het abonnement dient in de voice over vermeld te worden "Abonnement, minimale kosten X euro per week".

4.2 b Bij Chatdiensten dient in de voice-over naast de kosten zoals vermeld in artikel 4.1 sub f van deze Reclamecode, indien van toepassing te worden vermeld "fictieve personages - geen afspraken mogelijk".

4.3. Ten aanzien van de grootte van de voorwaarden gelden de volgende regels:

Voor 4:3 format commercials:

- Font: ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 20 pixels
- Ruimte tussen de regels (Leading) moet minimaal zijn: 20
- Ruimte tussen de letters (Tracking) moet minimaal zijn: 0

Voor 16:9 format commercials:

- Font: ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 23 pixels
- Ruimte tussen de regels (Leading) moet minimaal zijn: 20
- Ruimte tussen de letters (Tracking) moet minimaal zijn: 0

Bovenstaande regels zijn uitgewerkt in de volgende voorbeelden:

Voor 4:3



Voor 16:9



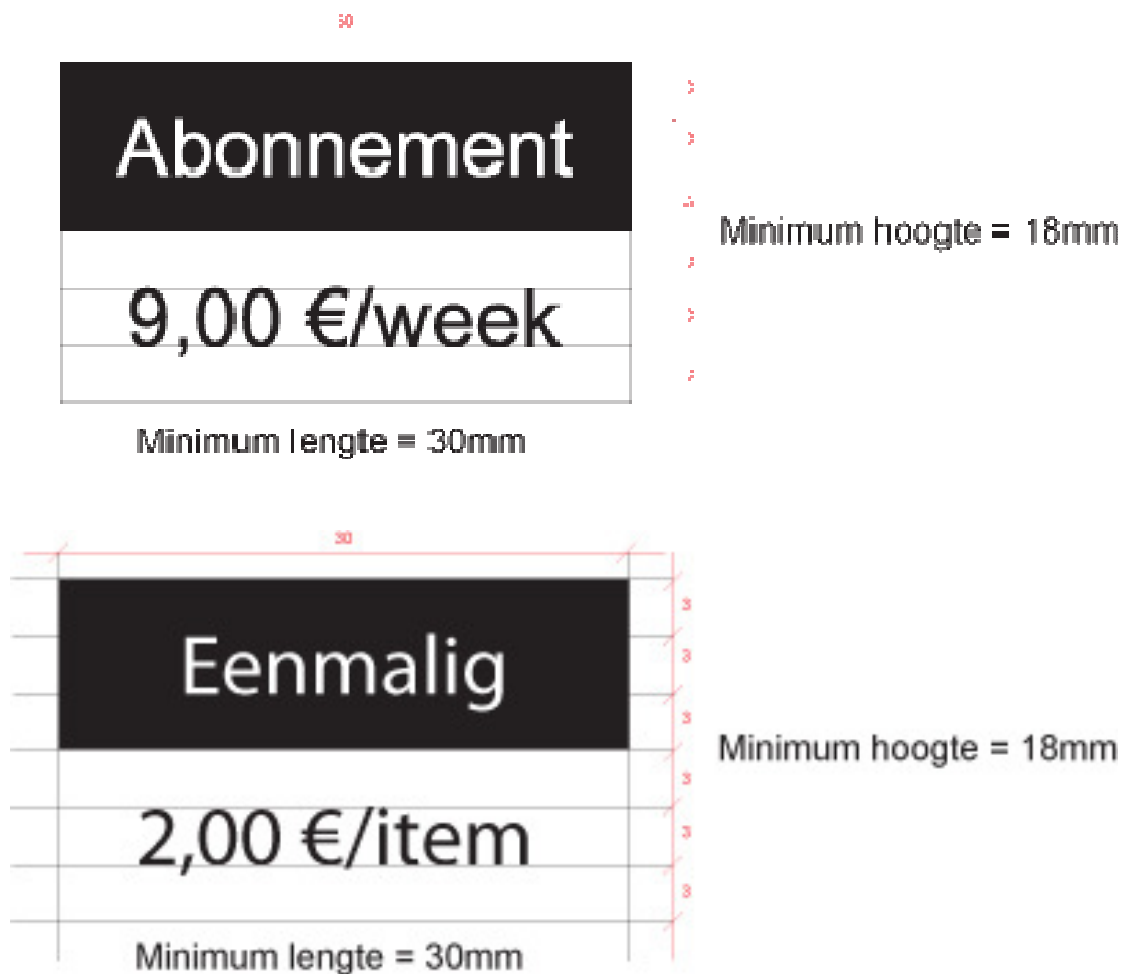
4.4. Specifieke tekst voorwaarden voor Chat diensten

- 1. Aanvullend op artikel 4.1 van deze bijlage geldt de toevoeging: "fictieve personages - geen afspraken mogelijk" voor Chatdiensten.
- 2. In afwijking van artikel 4.1.4 van deze bijlage geldt voor adult Chatdiensten een minimale leeftijd van 18 jaar.
- 3. In afwijking van artikel 4.3 van deze bijlage geldt voor alle tekstvoorwaarden van Chatdiensten een minimale toegestane lettergrootte 20 voor 16:9 format commercials met lettertype Arial of soortgelijk.

Bijlage 3 Logo

1. Lay out van het logo

In de bovenste helft van het logo dient abonnement of eenmalig te worden weer gegeven. In de onderste helft van het logo dienen de kosten per week danwel per maand te worden weer gegeven in geval van een Abonnement en in geval van een Eenmalige dienst dienen de kosten per item danwel per chat te worden weer gegeven. De verhouding tussen voorgenoemde bovenste en onderste helft is 1:1 en daar mag niet van worden afgeweken. De algemene lay-out zal er uit zien zoals onderstaand in figuur 1 te zien is. De verhoudingen in lengte en hoogte liggen vast (5:3) en daar mag niet van worden afgeweken. De minimale lengte bedraagt 30 mm en de minimale hoogte bedraagt 18 mm. In geval van reclame in print groter dan A4 formaat, wordt de hierboven genoemde grootte van het logo evenredig groter naarmate het formaat reclame in print groter is. Wanneer er sprake is van reclame in print kleiner dan A4 formaat geldt de minimale grootte zoals hierboven genoemd.



Figuur 1: Lay out logo

Als font wordt Arial gebruikt en deze mag nooit minder dan 8 punten bedragen. De verhouding in het logo tussen weekprijs versus abonnement of eenmalig ligt vast en is 50/50. Bovenaan dient abonnement of eenmalig vermeld te worden.

Bij de vermelding van de prijs mag geen afkortingen worden gebruikt. De prijs moet op een van de volgende wijzen worden aangegeven, naargelang de aangeboden dienst:

A) Abonnement

Optie i: 6,00 €/week

Optie ii: In geval dat de afrekening van de content op maandbasis gebeurt, dient de prijs op maandbasis genoemd te worden: 6,00 €/maand

B) Eenmalig

Optie i: Prijsvermelding dient te worden weergegeven per content item: 2,00 €/item

Optie ii: In geval van Chatdiensten dient de prijsvermelding te worden weergegeven per chat: 2,20 €/chat.

2. Kleurmogelijkheden van het logo

Er moet een duidelijk contrast zijn tussen de achtergrondkleur en de kleur van het logo opdat het logo duidelijk te lezen is. Het logo moet de kleur hebben zoals beschreven in onderstaand figuur 2.

	Type 1	Type 2	Type 3
Kader	Zwart	Zwart	Zwart
Tekst	Wit	Wit	Zwart
Achtergrond	Zwart	Blauw	Geel

De kleurcode is als volgt (R/G/B)

Wit 255/255/255

Zwart 0/0/0

Geel PMS geel

Blauw PMS 2945



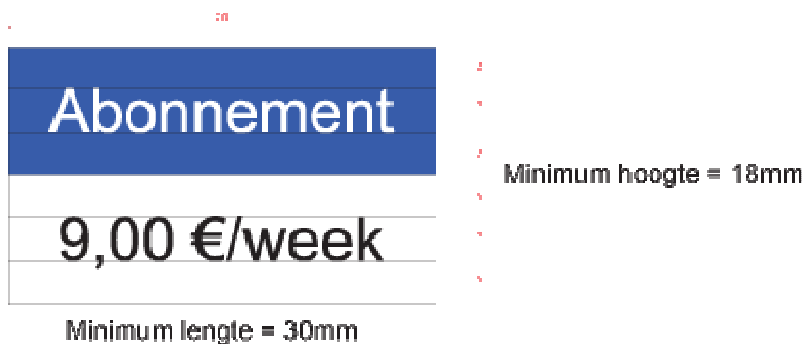
Minimum lengte = 30mm

Minimum hoogte = 18mm



Minimum lengte = 30mm

Minimum hoogte = 18mm



Figuur 2: Kleurmogelijkheden

3. Plaatsing van het logo

Het logo wordt links dan wel rechts boven in iedere reclame uiting geplaatst en dient volledig zichtbaar te zijn (in geval van webpagina zonder dat scrollen van een webpagina nodig is).

4. Gebruik van het logo op Mobiel Internet

Op mobiel internet zijn de minimale afmetingen van het logo niet van toepassing. Wel dient het logo in het geval van reclame op mobiel internet duidelijk leesbaar te zijn zonder dat scrollen nodig is.