



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

2 NIEUWE MELDINGEN IN HET RODE OOR



Datum: 9 juni 2011
Dossiernr: 2011/00107
Uitspraak: CVB Aanbeveling Bevestigd (met wijziging gronden) (= Aanbeveling)
Product / dienst: Overige, Overige
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding)
Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uiting

Het betreft de televisiecommercial waarin adverteerder een in 1912 verschenen vijf gulden munt van Koningin Wilhelmina van 21,6 karaat goud aanbiedt met 200 euro korting. Het originele gouden vijfje is eenmalig bij adverteerder te bestellen voor € 199,- in plaats van € 399,-.

De klacht

Volgens klager schommelt de normale verkoopwaarde van het gouden vijfje tussen € 135,- en € 150,-. De televisiecommercial is misleidend.

Het verweer

Volgens de Muntalmanak van de Nederlandse Vereniging van Munthandelaren NVMH ligt de verkoopprijs van de betreffende munt tussen € 225,- en € 300,-. Adverteerder heeft de betreffende pagina van genoemde Muntalmanak overgelegd. De prijs van gouden munten wordt in belangrijke mate bepaald door het goudgehalte en de marktomstandigheden, die beide aan fluctuaties onderhevig zijn. Als gevolg daarvan kan voor een munt zoals het door adverteerder aangeboden gouden vijfje slechts met zeer ruime marges een waarde worden bepaald. De door adverteerder gehanteerde reguliere verkoopprijs van € 399,- ligt weliswaar boven de in de Muntalmanak genoemde prijs, maar bevindt zich binnen de bedoelde marges en de bandbreedte van de in de handel gehanteerde vraagprijzen.

Het oordeel van de Commissie

De Commissie acht op basis van de door adverteerder overgelegde pagina van de Muntalmanak voldoende aannemelijk geworden dat de gebruikelijke verkoopprijs van de aangeboden gouden vijf gulden munt tussen € 225,- en € 300,- ligt. De in de uiting genoemde reguliere verkoopprijs van € 399,- die door adverteerder zou worden gehanteerd, ligt zo ver boven deze in de Muntalmanak vermelde prijs, dat de Commissie niet aannemelijk acht dat de aanbiedingsprijs van € 199,- inderdaad een korting van € 200,- op de gebruikelijke verkoopprijs van het gouden vijfje betreft. Gelet op het vorenstaande wordt in de bestreden televisiecommercial onduidelijke of dubbelzinnige informatie verstrekt met betrekking tot het te behalen prijsvoordeel als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder d van de Nederlandse Reclame Code (NRC). De Commissie is voorts van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over het kopen van het gouden vijfje te nemen dat hij anders niet had genomen. Om die reden is de bestreden reclame-uiting misleidend en daardoor oneerlijk als bedoeld in artikel 7 NRC.

De beslissing van de Commissie van 28 maart 2011

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om voortaan niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Het College van Beroep

De grieven

Het College vat deze als volgt samen.

De in de televisiecommercial genoemde prijs van € 399,-- is niet zonder meer vergelijkbaar met de in de muntalmanak genoemde richtprijzen. Die prijzen betreffen een losse munt, zoals die door munthandelaren over de toonbank pleegt te worden geleverd. Het Nederlandsche Muntenhuis levert de betreffende munt in een aantrekkelijk foedraal, vergezeld van een certificaat van echtheid en een beschrijving van de historische achtergrond van de munt. De in Muntalmanak genoemde verkoopprijs van € 225,-- tot € 300,-- is voorts niet meer dan een richtprijs en dus geen vaste prijs. De werkelijke waarde van de munt is afhankelijk van verschillende omstandigheden. Adverteerder mag bij de bepaling van de waarde zekere marges hanteren, mits binnen redelijke grenzen. De door Het Nederlandsche Muntenhuis genoemde reguliere verkoopprijs van € 399,-- wijkt niet zover af van de richtlijnen in de almanak, dat die marges zijn overschreden. Het andersluidende oordeel van de Commissie is subjectief en gaat in tegen het uitgangspunt dat marktpartijen, zoals Het Nederlandsche Muntenhuis, de vrijheid hebben hun vraagprijzen of reguliere verkoopprijzen naar eigen inzicht vast te stellen. De Commissie had zich dienen te beperken tot een marginale toetsing. De televisiecommercial bevat, anders dan de Commissie heeft geoordeeld, geen onduidelijke of

dubbelzinnige informatie. Ook op grond van dit motiveringsgebrek kan de beslissing niet in stand blijven.

Het antwoord in appel

De grieven zijn gemotiveerd weersproken.

Het oordeel van het College

1. In de televisiecommercial wordt een nader genoemd gouden vijfje “eenmalig met € 200,-- korting” aangeboden, waardoor men deze munt bij Het Nederlandsche Muntenhuis kan bestellen voor € 199,-- in plaats van € 399,--. In eerste aanleg heeft het geschil zich toegespitst op de vraag in hoeverre laatstgenoemd bedrag marktconform is. Het antwoord op deze vraag doet echter niet ter zake. Het Nederlandsche Muntenhuis voert terecht aan dat zij zelf mag bepalen voor welk bedrag zij de munt te koop aanbiedt. Derhalve hoeft niet te worden beoordeeld of het bedrag van € 399,-- in een redelijke verhouding staat tot de normale marktprijs van de munt. Wel dient Het Nederlandsche Muntenhuis, nu geïntimeerde in feite ook de hoogte van de korting betwist, aannemelijk te maken dat de reguliere verkoopprijs € 399,-- bedraagt indien men de munt bij hem bestelt. Alleen in dat geval is immers sprake van een nominale korting van € 200,--, zoals in de televisiecommercial herhaaldelijk en met nadruk wordt gezegd.

2. Het College constateert dat Het Nederlandsche Muntenhuis op geen enkele wijze heeft onderbouwd dat de munt buiten de kortingsactie € 399,-- bij hem kost.

In de televisiecommercial wordt bovendien geen einddatum van de kortingsactie genoemd, zodat blijkbaar sprake is van de situatie dat de munt standaard voor € 199,-- wordt verkocht. Aldus is niet gebleken dat men in het kader van de in de televisiecommercial bedoelde actie de munt “eenmalig met € 200,-- korting” kan kopen. Dit impliceert dat Het Nederlandsche Muntenhuis in de bestreden televisiecommercial onjuiste informatie verstrekt met betrekking tot het te behalen prijsvoordeel als bedoeld in artikel 8.2 aanhef en onder d van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Het College is voorts van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over het kopen van de munt te nemen dat hij anders niet had genomen. Er wordt immers een onjuiste korting genoemd. Om die reden is de bestreden reclameuiting misleidend en daardoor oneerlijk als bedoeld in artikel 7 NRC. Het College komt op grond van het voorgaande, zij het via een andere redenering, tot dezelfde conclusie als de Commissie.

3. Derhalve wordt beslist als volgt.

De beslissing

Het College bevestigt de beslissing van de Commissie, met wijziging van gronden.

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