

Code reclame via e-mail (CODE E-MAIL) 2025

De Code e-mail is van toepassing op het toezenden van ongevraagde reclame via e-mail.

Artikel 1 Definities

In deze code wordt verstaan onder:

„Reclame via e-mail” : het verzenden van e-mails die goederen, diensten of denkbeelden aanprijzen, alsmede het vragen van diensten. Hieronder wordt niet verstaan het verzenden van serviceberichten of het verzenden van een uitnodiging uitsluitend bedoeld voor deelname aan onderzoek voor historische, statistische of wetenschappelijke doeleinden. Indien de e-mail in zijn geheel beschouwd aanprijzend van aard is, dient de e-mail als reclame via e-mail aangemerkt te worden.

Toelichting

Onder serviceberichten worden in deze Code e-mails verstaan die niet aanprijzen. Losse vermeldingen van ondergeschikte aard, zoals het attenderen op de mogelijkheid van het abonneren op een nieuwsbrief, zullen de e-mail niet onder de werking van deze Code doen vallen.

Serviceberichten, gevraagde e-mail en uitnodigingen voor onderzoek vallen niet onder de Telecommunicatiewet en deze Code. Dit betekent dat de regels omtrent afmeldmogelijkheden, die gelden voor commerciële e-mails, niet van toepassing zijn op deze categorieën e-mails.

„Adverteerder” : degene (een natuurlijk persoon in de uitoefening van beroep of bedrijf of rechtspersoon) in wiens opdracht *reclame via e-mail* is verzonden of die het mogelijk maakt dat *reclame via e-mail* wordt verzonden via een platform waarvoor de *adverteerder* verantwoordelijk is. Een *adverteerder* die ongevraagde *reclame via e-mail* toezendt aan een eigen (klant)bestand is voor de werking van deze Code tevens een *bestandseigenaar*.

„Geadresseerde” : de persoon tot wie *reclame via e-mail* is gericht.

„Bestandseigenaar” : de partij die de zeggenschap heeft over een databank met e-mailadressen. Een *bestandseigenaar* die ongevraagde *reclame via e-mail* over zijn eigen producten en diensten toezendt aan een eigen (klant)bestand is voor de werking van deze Code tevens een *adverteerder*.

„Recht van bezwaar” : het in de Telecommunicatiewet opgenomen recht van de *geadresseerde* om zich rechtstreeks bij de *adverteerder* of *bestandseigenaar* te verzetten tegen het verdere gebruik van zijn contactgegevens voor *reclame via e-mail* door de *adverteerder*.

„Derdenverstrekking” : het bekend maken of ter beschikking stellen van e-mailadressen aan een derde met als doel het toezenden van *reclame via e-mail* aan deze emailadressen. Onder een derde wordt niet verstaan een verwerker die handelt in opdracht van de *bestandseigenaar* of *adverteerder*.

„Label” : merk, charitatieve instelling en/of bedrijfsnaam waaronder toestemming is verkregen voor het toesturen van ongevraagde *reclame via e-mail*.

Artikel 2 Voorwaarden reclame via e-mail

Lid 1 *Reclame via e-mail* door een *adverteerder* of *bestandseigenaar* is uitsluitend toegestaan als;

- a. de betreffende *adverteerder* of *bestandseigenaar* kan aantonen dat de *geadresseerde* daarvoor voorafgaand toestemming heeft verleend.
- b. de betreffende *adverteerder* of *bestandseigenaar* kan aantonen dat er een klantrelatie is met de *geadresseerde* doordat
 - de *geadresseerde* klant/donateur is en geen gebruik heeft gemaakt van het *recht van bezwaar* jegens de *adverteerder*, en;
 - de contactgegevens door de *adverteerder* zijn verkregen in het kader van de verkoop van een product of dienst of in het kader van een schenking aan een ideële of charitatieve organisatie, en;
 - de *adverteerder* deze contactgegevens gebruikt voor *reclame via e-mail* met betrekking tot eigen gelijksoortige producten, diensten of schenkingen aan de ideële of charitatieve organisatie.

Lid 2 De door de *geadresseerde* voorafgaand gegeven toestemming dient te worden gegeven door middel van een duidelijke actieve handeling, waaruit blijkt dat de *geadresseerde* vrijelijk, specifiek, geïnformeerd en ondubbelzinnig met het ontvangen van *reclame via e-mail* instemt. Het is in ieder geval vereist dat;

- duidelijk is door welke *adverteerder* *reclame via e-mail* aan de *geadresseerde* verstuurd gaat worden;
- duidelijk is voor welk specifiek doel de toestemming is gegeven;
- de verkregen toestemming binnen een redelijke termijn, die past bij de dagelijkse bedrijfsvoering, wordt opgevolgd;
- de frequentie waarmee de *geadresseerde* *reclame via e-mail* ontvangt, aansluit bij diens redelijke verwachtingen bij de gegeven toestemming;
- de verkregen toestemming op makkelijke manier weer ingetrokken kan worden.

Lid 3 Indien de *adverteerder* een ideële of charitatieve organisatie is, kan de klantrelatie ook worden ingezet voor *reclame via e-mail* gericht op vrijwilligers of bijwoners van een manifestatie, naast de klantrelatie met donateurs waarmee een financiële relatie is ontstaan.

Lid 4 De *adverteerder* dient zich ervan te vergewissen dat de *bestandseigenaar* en andere (tussen)partijen die de *adverteerder* inschakelt, de bepalingen van deze Code en de toepasselijke wet- en regelgeving naleven, waaronder – maar niet beperkt tot – het feit dat de *bestandseigenaar* de noodzakelijke toestemming voor het verzenden van *reclame via email* heeft verkregen.

Lid 5 De inhoud van de *reclame via e-mail* dient te voldoen aan de algemene regels van de Nederlandse Reclame Code.

Artikel 3 Tell a friend

Lid 1 Indien *reclame via e-mail* via een platform waarvoor de *adverteerder* verantwoordelijk is wordt gestuurd op initiatief van een natuurlijk persoon die niet handelt in de uitoefening van beroep of bedrijf naar een persoonlijke relatie van die natuurlijke persoon (tell a friend), dient de *adverteerder* de naam van die natuurlijke persoon op te nemen in het “Van”-veld.

Lid 2 Indien *reclame via e-mail* wordt gestuurd conform artikel 3 lid 1 dient het “Reply To” veld het e-mailadres van de natuurlijke persoon op wiens initiatief de e-mail is verstuurd, te bevatten.

Toelichting

De Code stelt nadere eisen aan commerciële e-mail verzonden via het tell a friend systeem. Bij 'tell a friend'-systemen verzendt een website (op initiatief van en namens een gebruiker) een e-mail zonder voorafgaande toestemming van de geadresseerde om hem eenmalig een bericht namens de afzender te sturen. De Code stelt dat de naam van de vriend in het 'van-veld' moet worden opgenomen en dat de geadresseerde ook direct naar de vriend kan replet. Op deze wijze kan de geadresseerde rechtstreeks bij de vriend (die immers de afzender is) aangeven of hij prijs stelt op deze berichten. Het oordeel over tell a friend systemen van de ACM blijft onverminderd van kracht.

Artikel 4 Identiteit en herkenbaarheid

Lid 1 *Reclame via e-mail* moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins.

Lid 2 De *adverteerder* draagt er zorg voor dat de *bestandseigenaar* zich in iedere e-mail zodanig identificeert dat de *bestandseigenaar* gemakkelijk en effectief bereikbaar is voor de *geadresseerde* van de e-mail door de contactgegevens van de *bestandseigenaar*, waaronder in ieder geval diens naam, adres en contactgegevens te vermelden of naar deze te verwijzen via een werkende link.

Lid 3 De *bestandseigenaar* dient zijn *label* op te nemen in het Van-veld. Tevens dient de *bestandseigenaar* een werkend antwoordadres op te nemen in het Reply To-veld, waarop response kan worden ontvangen.

Artikel 5 Technische aspecten e-mail

Lid 1 De bijlagen voor *reclame via e-mail* mogen gezamenlijk niet groter zijn dan 500kb.

Lid 2 Indien de bijlagen groter zijn dan bedoeld in artikel 5 lid 1 moeten deze via een URL worden opgenomen zodat de *geadresseerde* deze niet bij openen van de mail automatisch downloadt.

Lid 3 Indien in de *reclame via e-mail* een URL wordt opgenomen naar een rechtstreeks te downloaden bestand, dient in de e-mail de omvang en het type bestand te worden aangegeven.

Artikel 6 Verzamelen van e-mailadressen

Lid 1 De *adverteerder* draagt er zorg voor dat de *bestandseigenaar* bij het verzamelen van e-mailadressen degene wiens e-mailadres wordt verzameld duidelijk en op eenvoudig toegankelijke wijze informeert over de navolgende punten:

- a) dat het e-mailadres voor het toezenden van reclame zal worden gebruikt;
- b) de identiteit van de *bestandseigenaar/bestandseigenaren*; en
- c) de *bestandseigenaar* het e-mailadres verzamelt voor eigen gebruik, dan wel (mede) voor gebruik ten behoeve van derden of *derdenverstrekking* van het e-mailadres.

Lid 2 Aan de verplichting van artikel 6 lid 1 kan niet worden voldaan uitsluitend door middel van een bepaling in de algemene voorwaarden of een privacy statement.

Artikel 7 Recht van bezwaar

Lid 1 De *adverteerder* dient er zorg voor te dragen dat de *geadresseerde* zich in iedere uiting kosteloos en eenvoudig op elektronische wijze bij de *bestandseigenaar* af kan melden voor het gebruik van zijn e-mailadres voor *reclame via e-mail*. Dit recht van bezwaar dient op eenvoudige, duidelijke en bij voorkeur uniforme wijze mogelijk gemaakt te worden. De *bestandseigenaar* draagt er zorg voor dat het verzoek onverwijld, en in ieder geval binnen 7 dagen nadat het verzoek is ingediend, wordt ingewilligd. Indien de *geadresseerde* nog *reclame via e-mail* kan verwachten in de periode die nodig is om het recht van bezwaar te verwerken, dient dit expliciet te worden gecommuniceerd.

Mocht de *bestandseigenaar* om gegronde redenen niet in staat zijn om aan de hier vastgestelde of afwijkende termijn te voldoen, dient de *bestandseigenaar* de *geadresseerde* hierover in te lichten. De overschrijding van de verwerkingstermijn dient te allen tijde redelijk en uitlegbaar te zijn.

Toelichting

Waar wordt gewezen op een 'eenvoudige, duidelijke en bij voorkeur uniforme wijze' van afmelding, wordt in ieder geval niet verstaan:

- *het moeilijk vindbaar maken van een afmeldlink in de reclame e-mail;*
- *het verplicht stellen van een opgave van reden van de afmelding;*
- *het doorlopen van onnodig veel stappen bij het afmelden;*
- *het verplicht laten inloggen van de ontvanger om zich voor e-mails af te melden.*

Lid 2 De *geadresseerde* dient de mogelijkheid te hebben om de in artikel 7 lid 1 genoemde afmelding in ieder geval te doen voor het *label*, product of dienst ten behoeve waarvan het e-mailadres verzameld is. Een afmelding mag betrekking hebben op meerdere of alle labels, producten of diensten.

Artikel 8 Evaluatie en inwerkingtreding

- Lid 1 Deze Code is opgesteld en ingebracht bij de Stichting Reclame Code door:
- DDMA
 - Thuiswinkel.org

De inhoud van deze Code is opgesteld in samenwerking met VNO-NCW en MKB Nederland.

- Lid 2 Deze Code wordt voor een periode van vijf (5) jaar vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd voor een periode van een jaar. Aan het eind van iedere periode, dan wel indien daartoe eerder aanleiding is, zal deze geëvalueerd worden door de partijen die deze Code hebben ingebracht en de Stichting Reclame Code.

- Lid 3 Deze Code is herzien op 28 maart 2025.