

# ***Gedragcode SMS-Dienstverlening***

# Deelnemende Partijen

Operators (waaronder Service Providers):

KPN  
Telfort  
Vodafone  
T-Mobile  
Tele-2

SMS-dienstverleners:

Cellgate  
CM Telecom  
Golden Bytes  
KPN Callfactory  
TargetMedia  
Mobillion  
Motricity (Infospace)  
Netsize  
Telefuture

Content Providers:

Artiq Mobile  
Yomo Concepts  
Fox Mobile  
SD&P Online

# INHOUDSOPGAVE

<b>Hoofdstuk I. Algemene Bepalingen</b> .....	04
Artikel 1. Definities.....	04
Artikel 2. Algemeen.....	06
Artikel 3. Informatievoorziening aan Eindgebruikers.....	07
Artikel 4. Disconnected numbers.....	07
<b>Hoofdstuk II. Gedragsregels voor alle SMS-diensten</b> .....	08
Artikel 5. Algemene Gedragsregels.....	08
Artikel 6. Helpfunctie.....	09
Artikel 7. Spam.....	09
<b>Hoofdstuk III. Gedragsregels geldend voor Eenmalige SMS-diensten</b> .....	10
Artikel 8. Tariefcommunicatie Eenmalige SMS-diensten .....	10
<b>Hoofdstuk IV. Gedragsregels geldend voor Abonnementsdiensten</b> .....	11
Artikel 9. Start van de SMS-Dienst.....	11
Artikel 10. Initiële aanmelding.....	11
Artikel 11. Aanmeldbevestiging.....	12
Artikel 12. Afmelden.....	13
<b>Hoofdstuk V. Klachten, naleving en handhaving</b> .....	14
Artikel 13. Klachtenafhandeling Eindgebruikers.....	14
Artikel 14. Handhaving via het Loket.....	17
Artikel 15. Commissie Handhaving Mobiele Diensten.....	19
Artikel 16. Taken en bevoegdheden van de Commissie.....	19
<b>Hoofdstuk VI. Slotbepalingen</b> .....	20
Artikel 17. Inwerkingtreding van de Gedragscode.....	20
Artikel 18. Wijziging van de Gedragscode.....	21
Artikel 19. Toepasselijkheid van de Gedragscode.....	21
Artikel 20. Secretariaat van de Gedragscode.....	22
Artikel 21. Geschillenprocedure.....	22
<b>Bijlage 1. Format voor informatievoorziening over SMS-diensten</b> .....	23
<b>Bijlage 2. Lijst met toegestane afkortingen</b> .....	25
<b>Bijlage 3. Reclamecode SMS-Dienstverlening</b> .....	26

Overwegende dat:

- Operators en Service Providers in 2003 een gedragscode zijn overeengekomen met als doel het waarborgen van rechtzekerheid en transparantie voor Eindgebruikers in de markt voor premium SMS-diensten;
- Bij gelegenheid van de herziening in 2008 hebben Partijen besloten een volledig gewijzigde integrale code op te stellen waarin tevens een eerder op 1 mei 2003 gesloten amendement op de code is opgenomen;
- Het in 2004, 2008 en 2009 noodzakelijk was deze gedragscode te herzien op basis van opgedane ervaringen en om te kunnen blijven voldoen aan nieuwe en gewijzigde eisen van Eindgebruikers;
- Partijen dientengevolge de hierna volgende tekst hebben opgesteld;

de Operators, Service Providers, SMS-Dienstverleners en Content Providers die deze code hebben ondertekend het navolgende zijn overeengekomen;

## **HOOFDSTUK I            ALGEMENE BEPALINGEN**

### **Artikel 1.            Definities**

**“Abonnementsdienst”** betekent: SMS-dienst waarvoor afmelding noodzakelijk is of die men voor een vooraf bepaalde periode afneemt, en die betrekking heeft op het ontvangen van meer dan één SMS reversed charged bericht per initiatie van de Eindgebruiker en die betrekking hebben op één dienst. De SMS reversed charged berichten hebben een periodiek terugkerend karakter, waar onder nadrukkelijk ook begrepen worden de ‘1 to many chatdiensten’ (dit is een dienst waarbij een SMS-bericht naar meerdere personen wordt gezonden (met hun toestemming) waardoor ook van meerdere personen een antwoord kan worden ontvangen).

**“Affiliate”** betekent: een derde onderneming, niet zijnde een Content Provider, die adverteert voor de SMS-diensten van die Content Provider.

**“Binaire SMS berichten”** betekent: een SMS-bericht is opgebouwd uit 140 bytes van zogenaamde "user data". Voor het versturen van SMS-tekstberichten kan deze user data met maximaal 160 GSM 7-bit karakters worden gevuld. Indien de 140 bytes niet voor tekst worden gebruikt, heten de berichten "binaire SMS-berichten". Meestal moet een grotere hoeveelheid data dan 140 bytes worden verstuurd, hiervoor worden dan meerdere binaire SMS-berichten aaneengeschakeld. Ringtones

kunnen bijvoorbeeld worden opgebouwd uit één, twee of drie binaire SMS-berichten. Picture SMS-berichten hebben bijvoorbeeld zelfs minimaal drie binaire SMS-berichten nodig.

**“Content Provider”** betekent: leverancier van de inhoud van de SMS-dienst die aan de Eindgebruiker wordt verleend.

**“Deelnemer”** betekent: Partij die is aangesloten bij de Stichting conform de richtlijnen in de statuten van de Stichting.

**“Éénmalige SMS-dienst”** betekent: er is sprake van een éénmalige SMS dienst indien de Eindgebruiker één premium SMS MO bericht verstuurd of één premium SMS MT bericht ontvangt. In uitzondering hierop is tevens sprake van een éénmalige SMS dienst indien met de aard van de dienst samenhangt dat individueel verzonden SMS berichten niet als zelfstandige dienst kunnen worden beschouwd. Dit is het geval bij diensten zoals (i) ringtones en logo's die uit meerdere Binaire SMS berichten bestaan, (ii) 1 op 1 chatdiensten en goalalerts waarvan het exacte aantal berichten niet definieerbaar is en (iii) bij diensten waarbij het noodzakelijk is (bijvoorbeeld om billing-redenen en BTW-afdracht) om meerdere SMS berichten voor een éénmalige SMS-dienst te versturen. Voor een éénmalige SMS-dienst is voor beëindiging van de dienst geen afmelding van de Eindgebruiker nodig en eindigt de dienst automatisch.

**“Eindgebruiker”** betekent: gebruiker van een vaste of mobiele aansluiting waarmee SMS-diensten kunnen worden afgenomen.

**“Gedeelde shortcode”** betekent: een verkort nummer dat bij een SMS-dienstverlener in gebruik is voor verschillende SMS-diensten aangeboden door meerdere Content Providers.

**“Gedragcode”** betekent: Gedragcode SMS-Dienstverlening zoals overeengekomen per 1 maart 2010.

**“Loket”** betekent: de instantie die de toezichthoudende en handhavende taken van de Stichting uitvoert.

**“Operators”** betekent: netwerkaanbieders via wier netwerk Eindgebruikers SMS-diensten kunnen afnemen.

**“Partijen bij deze Gedragcode” of “Partijen”** betekent: de ondertekenaars van deze Gedragcode en de partijen op wie deze Gedragcode van toepassing is als gevolg van een contractuele relatie tussen een van de ondertekenaars en een andere partij.

**“Service Providers”** betekent: aanbieders van openbare mobiele telecommunicatiediensten op het elektronische communicatie netwerk van een derde partij via wiens netwerk Eindgebruikers SMS-diensten kunnen afnemen, daaronder mede verstaan MVNO (Mobile Virtual Network Operator) en

MVNE (Mobile Virtual Network Enabler)-partijen.

**“SMS-diensten”** betekent: éénmalige SMS-diensten en/of Abonnementdiensten.

**“SMS-dienstverleners”** betekent: aanbieders die met Operators een overeenkomst hebben gesloten ten behoeve van het leveren cq. doorgeleiden van SMS-diensten aan Eindgebruikers (ook Gateway of SMS-Broker genoemd).

**“SMS-diensten Filter”** betekent: het door de Stichting onderhouden en geëxploiteerde online filter dat Eindgebruikers de mogelijkheid biedt om aan te geven dat zij willen worden uitgesloten van het gebruik van betaalde SMS-abonnementdiensten.

**“SMS premium charged bericht / Premium SMS MO bericht”** betekent: een door Eindgebruiker verstuurd SMS-bericht waarvoor door de Operator of Service Provider namens SMS-dienstverleners kosten in rekening worden gebracht bij deze Eindgebruiker, het tarief van dit verstuurd SMS-bericht kan afwijken van het tarief dat door de Operator of Service Provider normaliter bij de Eindgebruiker in rekening brengt voor het versturen van SMS-berichten. Het normale tarief voor het versturen van SMS-berichten door een Eindgebruiker dat door een Operator of Service Provider in rekening wordt gebracht is afhankelijk van de door deze Eindgebruiker gebruikte abonnementsvorm of prepaid-type.

**“SMS reversed charged bericht / Premium SMS MT bericht”** betekent: een door Eindgebruiker ontvangen SMS-bericht waarvoor door de Operators of Service Provider namens SMS-dienstverleners kosten in rekening worden gebracht bij deze Eindgebruiker.

**“Stichting”** betekent: de Stichting Gedragcodes Mobiele Diensten.

**“Unieke shortcode”** betekent: een verkort nummer dat bij een SMS-dienstverlener in gebruik is voor één Content Provider. De betreffende Content Provider kan via de Unieke shortcode één of verschillende SMS-diensten aanbieden.

## **Artikel 2. Algemeen**

1. De Partijen bij deze Gedragcode verbinden zich ertoe de bepalingen van deze Gedragcode na te leven. Indien een partij bij deze Gedragcode een overeenkomst sluit met een partij die niet bij deze Gedragcode is aangesloten en die overeenkomst ziet op diensten waar deze Gedragcode betrekking op heeft, stelt die partij de naleving van de bepalingen van deze Gedragcode verplicht bij die overeenkomst.
2. Bestaande overeenkomsten zullen worden aangepast zodat deze Gedragcode ook onderdeel wordt van reeds bestaande overeenkomsten.
3. De Partijen bij deze Gedragcode beschouwen de voorwaarden uit de Gedragcode van zodanig belang dat zij zich ervoor zullen inspannen deze voorwaarden ook te hanteren indien de Gedragcode mocht ophouden te bestaan.

4. De Reclamecode SMS-dienstverlening is een onderdeel van deze Gedragcode. In geval van tegenstrijdigheid tussen bepalingen in de Reclamecode SMS-dienstverlening en bepalingen uit de Gedragcode, prevaleren de bepalingen uit de Gedragcode.

### **Artikel 3. Informatievoorziening aan Eindgebruikers**

1. De Stichting zal op haar website een online databank ontsluiten voor Eindgebruikers waarin een actueel overzicht beschikbaar is van alle Abonnementdiensten die via de netwerken van de Operators en Service Providers toegankelijk zijn. In de databank wordt in ieder geval de informatie opgenomen die is weergegeven in bijlage 1 bij deze Gedragcode.
2. SMS-dienstverleners en Content Providers zijn verplicht de informatie als bedoeld in lid 1 van dit artikel op wekelijkse basis aan te leveren aan de Stichting conform een door de Stichting te bepalen format.
3. De Partijen bij deze Gedragcode dragen er zorg voor dat zij op hun website – binnen twee maal doorklikken vanaf de homepage – een hyperlink aanbrengen naar de databank op de website van de Stichting als bedoeld in lid 1 van dit artikel.
4. De Partijen bij deze Gedragcode zorgen dat de databank bedoeld in lid 1 van dit artikel tevens toegankelijk wordt gemaakt voor hun eigen telefonische helpdesk.
5. De Operators dragen er zorg voor dat de informatievoorziening op de facturen en/of de communicatie rondom de facturen met betrekking tot SMS-diensten op transparante wijze plaatsvindt. Deze informatievoorziening betreft in ieder geval een verwijzing naar [www.smsgedragcode.nl](http://www.smsgedragcode.nl) op de factuur. Daarnaast hebben de Operators een inspanningsverplichting om de betreffende shortcodes zo snel mogelijk op de gespecificeerde factuur te vermelden indien dit bij de inwerkingtreding van deze Gedragcode nog niet het geval is.

### **Artikel 4. Disconnected numbers**

1. De Operators bij deze Gedragcode stellen SMS-dienstverleners op de hoogte en de SMS-dienstverleners stellen de Content Providers op de hoogte van telefoonnummers die uit dienst zijn gesteld (zgn. disconnected numbers). Voor Service Providers geldt dat indien zij zelf niet in staat zijn deze informatie aan te leveren, dit door de Operators via wiens netwerk zij hun diensten aanbieden, zal worden verstrekt.  
De Operators bij deze Gedragcode informeren SMS-dienstverleners en de SMS-dienstverleners informeren op hun beurt de Content Providers:
  - a. direct door middel van een antwoord op het door de SMS-dienstverlener verzonden SMS bericht, en/of
  - b. tweewekelijks met een digitaal aangeleverd format van disconnected numbers uiterlijk binnen één maand na afsluiting.
2. Indien de partij bij deze Gedragcode direct melding maakt van een disconnected number op de wijze zoals bedoeld in lid 1 a van dit artikel, en hij over drie dagen gemeten een dergelijke melding heeft verstrekt betreffende een bepaald nummer, zal de SMS-dienstverlener er zorg

voor dragen dat alle Abonnementdiensten op het betreffende telefoonnummer onmiddellijk gedeactiveerd worden. Zodoende zal bij hergebruik van het nummer de nieuwe Eindgebruiker niet met ongevraagde Abonnementdiensten worden geconfronteerd.

3. Bij een periodieke aanlevering van disconnected numbers op de wijze zoals bedoeld in lid 1 b van dit artikel, zal de SMS-dienstverlener er zorg voor dragen dat alle Abonnementdiensten op het betreffende telefoonnummer gedeactiveerd worden uiterlijk binnen 10 werkdagen na ontvangst van de nummers waardoor bij hergebruik van deze nummers de nieuwe Eindgebruiker niet met ongevraagde Abonnementdiensten wordt geconfronteerd.
4. Operators en Service Providers verplichten SMS-dienstverleners om in geen geval berichten te versturen naar telefoonnummers die door de Operators en/of Service Providers als afgesloten zijn gemeld. Hieronder valt nadrukkelijk ook het verzenden van herinneringsberichten bij bijvoorbeeld televoting diensten.
5. Operators en Service Providers zullen disconnected numbers niet eerder dan 6 weken na het afsluiten van het nummer wederom in dienst stellen.

## **HOOFDSTUK II           GEDRAGSREGELS GELDEND VOOR ALLE SMS-DIENSTEN**

### **Artikel 5.           Algemene Gedragsregels**

1. In elk door de Eindgebruiker ontvangen bericht wordt als afzender (in de header) de shortcode van de desbetreffende dienst vermeld.
2. Er worden alleen Premium SMS MT berichten verstuurd aan Eindgebruikers die daarom proactief vanuit het desbetreffende telefoonnummer verzocht hebben (de zogeheten 'opt-in formule').
3. SMS-dienstverleners en Content Providers zijn gehouden om telefoonnummers die door Eindgebruikers zijn aangemeld voor het SMS-diensten Filter binnen 3 werkdagen uit te sluiten van gebruik van betaalde Abonnementdiensten en de levering van betaalde Abonnementdiensten op die nummers binnen diezelfde termijn stop te zetten.
4. In alle promotionele uitingen voor SMS-diensten dient de Content Provider zich te houden aan de Nederlandse Reclame Code en de bijzondere Reclamecode SMS-Dienstverlening welke als bijlage 3 bij deze code behoort en die is erkend door de Stichting Reclame Code (zie <http://www.reclamecode.nl>). Indien de Reclame Code Commissie of College van Beroep heeft vastgesteld dat de Content Provider in strijd met Nederlandse Reclame Code en/of de bijzondere Reclamecode SMS-Dienstverlening heeft gehandeld, wordt de Content Provider geacht deze Gedragcode te hebben overtreden. In dat geval mag de Stichting en/of het Loket de uitspraak van de Reclame Code Commissie voorleggen aan de Commissie Handhaving.
5. Het is Partijen bij de Gedragcode niet toegestaan om andere nummers dan verkorte nummers (Gedeelde of Unieke shortcodes) te gebruiken voor het aanbieden van en/of adverteren voor Premium SMS diensten. Bij gebreke hiervan is de Operator gerechtigd het nummer af te sluiten, OPTA hierover te informeren en de procedures van artikel 14 Gedragcode te volgen.
6. Al het SMS-verkeer gerelateerd aan de aan- en afmelding van SMS-diensten en alle



bijbehorende betaalde berichten, dienen rechtstreeks te worden verstuurd via de SMS-dienstverlener die ook de shortcode van deze SMS-dienst afneemt.

## **Artikel 6.      Helpfunctie**

1. De SMS-dienstverlener en de Content Provider voorzien in een optimale help-functie. Er zijn tenminste de volgende twee (minimum-) opties van toepassing, waarbij het de SMS-dienstverleners en de Content Providers uiteraard vrij staat verder te gaan:
  - **Model A**  
Het sturen van het commando <keyword> + HELP naar een shortcode geeft als antwoord een SMS-bericht (tegen een kostendekkend tarief (maximaal 25 eurocent)) met daarin: frequentie en tarief van de afgenomen dienst, de afmeldprocedure (voor éénmalige diensten melden dat dit niet van toepassing is), de naam van de SMS-dienstverlener of Content-Provider plus zijn helpdesknnummer en/of website en de eventuele kosten van deze functionaliteit.
  - **Model B**  
Het sturen van alleen het commando HELP naar een shortcode, dus zónder keyword-toevoeging, geeft als antwoord een SMS-bericht met vermelding/uitleg van het commando optie A en een duidelijke verwijzing naar een voor consumenten makkelijk toegankelijke bron (zoals helpdesktelefoon of website) waarop alle onder A genoemde informatie voor alle op die shortcode geleverde diensten vermeld staan. Daarnaast wordt vermeld dat de Eindgebruiker zich voor de Abonnementdienst(en) kan afmelden door UIT of STOP te sturen naar de shortcode.
2. Indien de Eindgebruiker een bericht instuurt naar een shortcode dat niet wordt herkend, wordt het bericht beantwoord op dezelfde wijze als beschreven in Artikel 6 lid 1.

## **Artikel 7.      Spam**

1. De Content Provider houdt zich aan de beperkingen van artikel 11.7 van de Telecommunicatiewet. Indien een Content Provider zich ook na afloop van de in artikel 14, lid c genoemde termijn niet aan de beperkingen van artikel 11.7 van de Telecommunicatiewet houdt, is de SMS-Dienstverlener verplicht om de betreffende overtreding onmiddellijk te doen staken, na een daartoe strekkend verzoek van het Loket of op eigen initiatief. De SMS-Dienstverlener doet dit door technisch onmogelijk te maken dat SMS-berichten voor de betreffende dienst kunnen worden verzonden.
2. Databases/bestanden van bestaande klanten mogen door de SMS-dienstverlener of de Content Provider niet worden gebruikt voor het aanbieden van nieuwe diensten, tenzij hierin nadrukkelijk vooraf door de Eindgebruiker mee is ingestemd: actieve toestemming door de Eindgebruiker is hiervoor een vereiste.

### HOOFDSTUK III GEDRAGSREGELS GELDEND VOOR EENMALIGE SMS-DIENSTEN

#### Artikel 8. Tariefcommunicatie Eenmalige SMS-diensten

In reclame- en informatieve uitingen aan een Eindgebruiker betreffende eenmalige SMS-diensten gelden per soort SMS-dienst (uitgezonderd Abonnementdiensten), met inachtneming van de bijzondere Reclamecode SMS-Dienstverlening als bedoeld in artikel 5, lid 4 van deze Gedragcode, de navolgende eisen:

- a) Met betrekking tot Eenmalige SMS-diensten met een vooraf bekend en beperkt aantal SMS berichten (bijv. ringtones, java-games en polyfonische ringtones):
  - Wanneer de SMS-dienstverlener of Content Provider een Premium SMS MO bericht en een Premium SMS MT bericht gebruikt, worden de kosten van deze berichten bij elkaar opgeteld en wordt het totaal tarief gecommuniceerd aan de Eindgebruiker.
  - Wanneer de SMS-dienstverlener of Content Provider een Premium SMS MT bericht gebruikt en er aanvullende telefoonkosten zijn, worden de kosten van het premium bericht gecommuniceerd aan de Eindgebruiker en de zinsnede: *“plus de kosten voor het gebruik van de mobiele telefoon”* (of een gelijksoortige zinsnede of aanduiding).
  - Wanneer alleen een Premium SMS MO bericht wordt gebruikt, kan worden volstaan met het communiceren van het tarief van dit bericht aan de Eindgebruiker.
  
- b) Met betrekking tot Eenmalige SMS-diensten waarvan het exacte aantal berichten niet vooraf bekend is (bijv. quiz, goal alerts):
  - Wanneer de SMS-dienstverlener of Content Provider een Premium SMS MO bericht en een Premium SMS MT bericht gebruikt, wordt het tarief per ontvangen bericht en het tarief per verzonden bericht gecommuniceerd.
  - Wanneer de SMS-dienstverlener of Content Provider een Premium SMS MT bericht gebruikt en er aanvullende telefoonkosten zijn (niet zijnde standaard MO-kosten), worden de kosten van het premium bericht gecommuniceerd aan de Eindgebruiker en de zinsnede: *“plus de kosten voor het gebruik van de mobiele telefoon”* (of een gelijksoortige zinsnede of aanduiding).
  - Wanneer alleen een Premium SMS MO bericht wordt gebruikt, kan worden volstaan met het communiceren van het tarief van dit bericht aan de Eindgebruiker.
  - Wanneer een Premium SMS MT bericht plus een normale (niet premium) MO bericht wordt gebruikt, wordt aan de Eindgebruiker het tarief per MT-bericht gecommuniceerd.
  - Wanneer een Eenmalige SMS-dienst bestaat uit meerdere berichten (bijvoorbeeld om technische redenen), zal dit vooraf ondubbelzinnig worden aangegeven met vermelding van het totaal tarief voor de gehele communicatiewisseling.

- c) Met betrekking tot 1 op 1 chat diensten waarvan het aantal MT berichten wordt bepaald door het aantal MO berichten geldt:
- Dat de prijs per bericht en het totaal aantal te ontvangen berichten per verzonden bericht dient te worden gecommuniceerd<sup>1</sup>.
  - Per SMS MO bericht – al dan niet Premium - mogen er maximaal 2 Premium SMS MT berichten worden verstuurd.

De Content Provider mag in totaal maximaal 4 Premium SMS MT berichten versturen binnen een periode van 72 uur na het laatst verzonden MO-bericht door de Eindgebruiker, zolang het maximaal aantal Premium SMS MT-berichten per SMS MO-bericht niet wordt overschreden. Na deze periode van 72 uur mogen geen Premium SMS MT-berichten verstuurd worden, tenzij de dienst opnieuw door het sturen van een MO-bericht wordt geïnitieerd door de Eindgebruiker.

#### HOOFDSTUK IV GEDRAGSREGELS GELDEND VOOR ABONNEMENTSDIENSTEN

##### Artikel 9. Start van de SMS-Dienst

1. De initiële aanmelding voor een Abonnementdienst kan zowel via (mobiel) internet als via de mobiele telefoon gebeuren.
2. Alvorens een Abonnementdienst start dient de Eindgebruiker zich te hebben aangemeld, een aanmeldbevestiging te hebben ontvangen en vervolgens zelf de initiële aanmelding als bedoeld in het eerste lid te hebben bevestigd. Deze laatste bevestiging vindt plaats indien de Eindgebruiker na ontvangst van de aanmeldbevestiging als bedoeld onder artikel 11 van deze Gedragcode zelf actief een SMS bericht verstuurt vanaf de mobiele telefoon waarnaar de berichten moeten worden gestuurd met daarin:
  - voor Gedeelde Shortcodes: **<keyword> en 'OK/JA' naar de <shortcode>**,
  - voor Unieke Shortcodes: het woord **'OK/JA'** naar de **<shortcode>**

##### Artikel 10. Initiële aanmelding

1. Bij Unieke Shortcodes kan een Abonnementdienst altijd begonnen en gestopt worden door het zenden van **AAN** of **ON** (danwel voorafgaand met een keyword), dan wel **UIT** of **STOP**, in zowel hoofdletters als kleine letters naar de shortcode. Bijvoorbeeld: men stuurt het woord **ON** naar shortcode **1234** om een dienst aan te melden en **STOP** naar shortcode **1234** om een dienst af te melden.
2. Bij Gedeelde Shortcodes dient na de shortcode het keyword gecommuniceerd te worden, eveneens gevolgd door AAN of ON dan wel UIT of STOP met een spatie tussen het keyword

---

<sup>1</sup> Voorbeeld: "150c/bericht, 1 sturen is max 2 ontvangen."

AAN of ON dan wel UIT of STOP. Bijvoorbeeld: men stuurt de woorden **ASTRO ON** naar shortcode **1234** om een dienst aan te melden en **ASTRO STOP** naar shortcode **1234** om een dienst af te melden.

#### **Artikel 11. Aanmeldbevestiging**

1. Indien er sprake is van aanmelding voor een Abonnementdienst wordt er altijd een aanmeldbevestiging per gratis SMS verstuurd aan de Eindgebruiker.
2. De aanmeldbevestiging aan de Eindgebruiker bestaat uit 1 SMS-bericht, bevat geen witregels en begint altijd met de volgende aspecten en in de volgorde zoals bepaald in het derde lid van dit artikel: de service/dienstnaam, de beschrijving van het karakter van de dienst, het tarief (totale kosten per content item, per week of per maand), de shortcode, de frequentie (het maximale aantal berichten of content items per dag, per week of per maand), het woord "abonnement", de afmeldmethode en een verwijzing naar helpdeskgegevens zoals bijvoorbeeld website, 0900-nummer of teletekst pagina met relevante achtergrondinformatie. De SMS-dienstverlener of Content Provider heeft uitsluitend het recht om in de aanmeldbevestiging afkortingen te gebruiken indien deze als toegestane afkorting zijn opgenomen in bijlage 2 bij de Gedragcode.
3. De volgorde van de tekst in de aanmeldbevestiging is altijd als volgt, met dien verstande dat de onderdelen a of f mogen worden weggelaten:
  - a. **Call to action**, waarin wordt beschreven welke handeling de Eindgebruiker moet verrichten, zoals 'antwoord nu OK naar 1234';
  - b. **De naam en het karakter van de SMS-dienst**, op logische en ondubbelzinnige wijze gekoppeld aan het feit dat het om een abonnement gaat, bijvoorbeeld: 'ABCD is een ringtone abonnement' of 'voor je ABCD-ringtone abonnement'. Het woord 'abonnement' moet hier altijd genoemd worden;
  - c. **Informatie over prijs en frequentie**, waarin ondubbelzinnig duidelijk wordt welke kosten er op weekbasis zijn verbonden aan de SMS-dienst alsmede het aantal te ontvangen content/credit items op weekbasis, bijvoorbeeld: €6/wk, 4 items/wk. In het geval dat de afrekening van de content op maandbasis gebeurt dient de prijs en het aantal content/credit items op maandbasis benoemd te worden;
  - d. **Informatie over helpdesk**, door vermelding van tenminste een website of de teletekst pagina;
  - e. **Informatie over afmelden**, door te vermelden welke handeling de eindgebruiker moet verrichten om zich voor de SMS-dienst af te melden, bijvoorbeeld: 'stoppen? SMS stop naar 1234';
  - f. **Call to action**, waarin wordt beschreven welke handeling de Eindgebruiker moet verrichten, zoals 'SMS nu OK naar 1234'.

De aanmeldbevestiging moet te allen tijde leesbaar en begrijpelijk zijn voor de Eindgebruiker, Het is daarom niet toegestaan dat de aanmeldbevestiging een aan elkaar geschreven lange zin is. Dit houdt in dat tussen bovenstaande onderdelen b,c, d, en e een leesteken geplaatst

moet worden, waardoor het voor de Eindgebruiker duidelijk is dat dit om verschillende onderdelen van de aanmeldbevestiging gaat.

Bovenstaande leidt ertoe dat bij wijze van voorbeeld, de volgende aanmeldbevestiging als in overeenstemming met het bepaalde in dit artikel kan worden beschouwd:

“SMS nu OK naar 1234 voor je abonnement op ABCD-ringtones. 3 items/wk, 6E/wk. Info: [www.xyz.nl](http://www.xyz.nl). Afmelden? sms stop naar 1234. SMS nu OK naar 1234!”

4. Bij aanmeldbevestigingen voor Abonnementdienst zal, onafhankelijk van de prijs van de dienst en in overeenstemming met artikel 9 van deze Gedragscode, na aanmelding van de Eindgebruiker een actieve instemming gevraagd worden door middel van een te beantwoorden gratis SMS MT bericht dat tevens vermeldt de in het tweede en derde lid van dit artikel genoemde informatie: dit ter herbevestiging van de wens van de Eindgebruiker dat hij deze dienst daadwerkelijk wenst af te nemen c.q. op te starten.
5. Indien de Eindgebruiker geen actieve instemming geeft conform artikel 9 (2), wordt de Abonnementdienst niet gestart, zodat aanmelding door middel van ‘stilzwijgend instemmen’ niet mogelijk is.

## **Artikel 12. Afmelden**

1. Wanneer iemand zich afmeldt voor een bepaalde dienst, zal er altijd een bevestigingsbericht van de afmelding per (Premium) SMS MT bericht verzonden worden. Dergelijke bevestigingsberichten zullen hooguit een kostendekkend tarief kennen (maximaal 25 eurocent).
2. In geval de Eindgebruiker na correcte afmelding toch nog berichten ontvangt, doen de SMS-dienstverlener en de Content Provider hun uiterste best dit probleem zo snel mogelijk op te lossen, in overeenstemming met het gestelde in artikel 13 Gedragscode. In dit geval vindt op verzoek van de Eindgebruiker terugbetaling door de SMS-dienstverlener of Content Provider plaats van de gebruikskosten aan deze Eindgebruiker.
3. Indien de Eindgebruiker bij de afmelding (UIT of STOP) op een gedeelde shortcode het keyword van de dienst niet meestuurt, wordt hij automatisch afgemeld van alle Abonnementdiensten die worden aangeboden over de desbetreffende shortcode. Dit betekent dat het afmeldcommando UIT of STOP op een gedeelde shortcode tot gevolg heeft dat de Eindgebruiker wordt afgemeld van alle Abonnementdiensten via deze shortcode.
4. In iedere content aflevering op de mobiele telefoon van een Eindgebruiker wordt melding gemaakt van de volgende tekst: 'info? [www.smsgc.nl](http://www.smsgc.nl)'. Op voorgenoemde website, welke eigendom is van de Stichting, wordt vermeld hoe een Eindgebruiker zich af kan melden van een Abonnementdienst. De website [www.smsgc.nl](http://www.smsgc.nl) hoeft niet vermeld te worden in de aanmeld- en afmeldberichten.

## **HOOFDSTUK V KLACHTEN, NALEVING EN HANDHAVING**

### **Artikel 13. Klachtenafhandeling Eindgebruikers**

Met inachtneming van onderstaande uitgangspunten staat het de Eindgebruiker vrij te bepalen of hij vragen, opmerkingen en klachten indient bij zijn Operator, Service Provider, de SMS-dienstverlener die de betreffende SMS-dienst faciliteert of de Content Provider die de dienst aanbiedt. De Partij waar de Eindgebruiker zijn klacht indient, zal de klacht zelf in behandeling nemen.

#### 1. Klachtenafhandeling door SMS-dienstverleners en Content Providers

- a) Wanneer de Eindgebruiker zich tot de SMS-dienstverlener of de Content Provider wendt met klachten, vragen of opmerkingen terzake inhoud, werking of communicatie van een SMS-dienst die door de desbetreffende SMS-dienstverlener of de Content Provider wordt gerealiseerd, wordt hierop adequaat gereageerd door de SMS-dienstverlener of de Content Provider. Een klacht van een Eindgebruiker wordt te allen tijde in behandeling genomen.
- b) Indien de SMS-dienstverlener (niet zijnde de Eindgebruiker) een verzoek tot aanlevering van de (volledige) berichtgeschiedenis indient bij de desbetreffende Content Provider, dient deze Content Provider de gevraagde informatie binnen drie werkdagen na ontvangst van dit verzoek aan te leveren. Bij overschrijding van deze termijn, heeft de SMS-dienstverlener het recht om binnen de klachtenprocedure de Eindgebruiker schadeloos te stellen.
- c) Indien, in het geval van een Abonnementdienst, blijkt dat de aanmelding niet conform het bepaalde in de Gedragscode heeft plaatsgevonden, wordt de Eindgebruiker geacht geen toestemming gegeven te hebben voor deze SMS-dienst en zal de Eindgebruiker schadeloos worden gesteld voor het gedisputeerde bedrag. Uitkering van de schadeloosstelling gebeurt door de SMS-dienstverlener of Content Provider die de klacht in behandeling heeft genomen binnen 30 dagen nadat is vastgesteld dat de klacht gegrond is.
- d) De SMS-dienstverlener of Content Provider die de klacht in behandeling heeft genomen heeft een inspanningsverplichting om de klacht binnen tien werkdagen af te handelen, waarbij in het geval van overschrijding hiervan de Eindgebruiker actief wordt geïnformeerd door de partij die de klacht in behandeling heeft genomen. Indien de Eindgebruiker een schadevergoeding ontvangt, gebeurt dat door de partij die de klacht in behandeling heeft genomen binnen 30 dagen nadat is vastgesteld dat de klacht gegrond is.
- e) SMS-dienstverleners en Content Providers zien erop toe dat alle aanmeld-, instemmings-

en afmeldberichten (shortcode, dienst, tijdstip van het bericht, mobiel nummer en de inhoud) van de Eindgebruiker plus zijn volledige Premium SMS MO bericht en Premium SMS MT bericht geschiedenis en de aan de Eindgebruiker in rekening gebrachte kosten, tenminste twee jaar bewaard worden, binnen de kaders van de geldende (privacy)regelgeving, ter raadpleging bij eventuele klachten en geschillen. Tevens zijn SMS-dienstverleners en Content Providers hiertoe gehouden in het kader van informatie op verzoek van de Eindgebruiker en ter oplossing of voorkoming van fraude. De aanmeldregistratie zal tenminste twee jaar bewaard worden na beëindiging van de SMS-dienst.

- f) De in het voorgaande lid bedoelde bewaarplicht ten aanzien van de Premium SMS MO en Premium SMS MT berichtsgeschiedenis is niet van toepassing indien aanmelding van de SMS-dienst heeft plaatsgevonden vóór inwerkingtreding van deze Gedragcode; in dat geval geldt een bewaarplicht van één jaar, binnen de kaders van de geldende (privacy)regelgeving.
- g) In geval de Eindgebruiker na correcte afmelding toch nog berichten ontvangt, zullen de SMS-dienstverlener en de Content Provider hun uiterste best doen dit probleem zo snel mogelijk op te lossen en zijn zij verantwoordelijk voor onmiddellijke terugbetaling aan de Eindgebruiker van de gebruikskosten die na de afmelding zijn ontstaan.

## 2. Klachtenafhandeling door Operator

- a) Wanneer de Eindgebruiker zich tot de Operator wendt met klachten, vragen of opmerkingen, wordt hierop adequaat gereageerd door de Operator. Een klacht van een Eindgebruiker wordt te allen tijde in behandeling genomen.
- b) Indien de Operator (niet zijnde de Eindgebruiker) een verzoek tot aanlevering van de (volledige) berichtsgeschiedenis indient bij de desbetreffende SMS-Dienstverlener of Content Provider, dient deze SMS-Dienstverlener of Content Provider de gevraagde informatie binnen drie werkdagen na ontvangst van dit verzoek aan te leveren. Bij overschrijding van deze termijn, heeft de Operator het recht om binnen de klachtenprocedure de Eindgebruiker schadeloos te stellen.
- c) Indien, in het geval van een Abonnementdienst, blijkt dat de aanmelding niet conform het bepaalde in de Gedragcode heeft plaatsgevonden, wordt de Eindgebruiker geacht geen toestemming gegeven te hebben voor deze SMS-dienst en zal de Eindgebruiker schadeloos worden gesteld voor het gedisputeerde bedrag. Uitkering van de schadeloosstelling gebeurt door de Operator binnen 30 dagen nadat is vastgesteld dat de klacht gegrond is.
- d) De Operator heeft een inspanningsverplichting om de klacht van de Eindgebruiker binnen tien werkdagen af te handelen, waarbij in het geval van overschrijding hiervan de

Eindgebruiker actief wordt geïnformeerd door de Operator die de klacht in behandeling heeft genomen. Indien de Eindgebruiker een schadevergoeding ontvangt, gebeurt dat door de partij die de klacht in behandeling heeft genomen binnen 30 dagen nadat is vastgesteld dat de klacht gegrond is.

- e) SMS-dienstverleners en Content Providers zien erop toe dat alle aan-, instemmings- en afmeldberichten (shortcode, dienst, tijdstip van het bericht, mobiel nummer en de inhoud) van de Eindgebruiker plus zijn volledige Premium SMS MO bericht en Premium SMS MT bericht geschiedenis en de aan de Eindgebruiker in rekening gebrachte kosten, tenminste twee jaar bewaard worden, ter raadpleging bij eventuele klachten en geschillen. Tevens zijn SMS-dienstverleners en Content Providers hiertoe gehouden in het kader van informatie op verzoek van de Eindgebruiker en ter oplossing of voorkoming van fraude. De aanmeldregistratie zal tenminste twee jaar bewaard worden na beëindiging van de SMS-dienst binnen de kaders van de geldende (privacy)regelgeving.
- f) De in het voorgaande lid bedoelde bewaarplicht ten aanzien van de Premium SMS MO en Premium SMS MT berichtsgeschiedenis is niet van toepassing indien aanmelding van de SMS-dienst heeft plaatsgevonden vóór inwerkingtreding van deze Gedragscode; in dat geval geldt een bewaarplicht van één jaar.
- g) Operators zijn namens Partijen gerechtigd de ingevolge sub e) van dit artikel 13 lid 2 verkregen registratie van de aan- en afmelding plus het overzicht van de volledige Premium SMS MO bericht en Premium SMS MT bericht geschiedenis te verstrekken aan de Eindgebruiker aan wie de betreffende kosten in rekening zijn gebracht en garanderen dat zij gerechtigd zijn tot het opvragen van deze gegevens.
- h) Daarnaast hebben de Operators een inspanningsverplichting om een regeling op te stellen voor het opschorten van de betalingsverplichting ten aanzien van geleverde premium SMS diensten wanneer de Eindgebruiker de betaling betwist en/of een klacht indient bij de Geschillencommissie Telecom indien dit bij de inwerkingtreding van deze Gedragscode nog niet het geval is. De definitieve regeling zal deel uitmaken van de Gedragscode.

### 3. Geschillencommissie Telecommunicatie

- a) De Operators bij deze Gedragscode zijn aangesloten bij de Geschillencommissie Telecommunicatie.
- b) Geschillen tussen de Eindgebruiker, die natuurlijk persoon is en niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf, en een van de Partijen bij deze Gedragscode over de totstandkoming of de uitvoering van de overeenkomst met betrekking tot de door de betreffende partij af te leveren of geleverde diensten kunnen zowel door de Eindgebruiker als door de betreffende partij worden voorgelegd aan de



Geschillencommissie Telecommunicatie indien gebleken is dat beide partijen hun geschil niet op minnelijke wijze kunnen oplossen.

- c) De Operators zeggen toe in geval van geschillen betreffende het in rekening brengen van kosten verbonden aan SMS-diensten niet het verweer te zullen voeren dat de Eindgebruiker niet-ontvankelijk is omdat het niet de diensten van de Operator zelf betreft of omdat de Geschillencommissie ten aanzien van deze diensten niet bevoegd zou zijn.

#### **Artikel 14. Handhaving via het Loket**

- a) De Stichting wijst een instantie (hierna genoemd het "Loket") aan die de handhavende en toezichthoudende taken van de Stichting uitvoert.
- b) Het Loket is bevoegd om op verzoek van belanghebbenden binnen de sector of op eigen initiatief handhavend op te treden tegen geconstateerde overtredingen van de Gedragscode.
- c) Het Loket kan een Partij ( hierna genoemd "de overtredende Partij"), of één of meer natuurlijke personen die daaraan verbonden zijn dan wel zijn geweest door in belangrijke mate het beleid te bepalen of hebben bepaald van deze Partij of Affiliate, aanspreken.
- d) Indien een Partij een of meer van de bepalingen uit de Gedragscode niet naleeft, dan zal de deelnemer van de Stichting die de overtreding van die Partij geconstateerd heeft, zo spoedig mogelijk (uiterlijk binnen een week) nadat hij daarvan kennis heeft genomen, de overtreding melden bij het Loket.
- e) Het Loket bepaalt of de gedraging in strijd is met de Gedragscode en zal, indien zij van oordeel is dat dit het geval is:
  - (i) de overtredende Partij rechtstreeks hierop aanspreken en opdragen de dienstverlening onmiddellijk en uiterlijk binnen twee werkdagen nadat de melding van het Loket in verband met deze overtreding is ontvangen, aan te passen of de betreffende SMS-dienst op te schorten of af te sluiten zodat de overtreding van de Gedragscode binnen twee werkdagen beëindigd wordt, en/of
  - (ii) de betreffende SMS dienstverlener een kopie van de overtreding geven indien de overtredende partij een Content Provider is, en/of
  - (iii) in geval van een duidelijk aantoonbare overtreding en in geval de dienst niet binnen de twee werkdagen termijn is aangepast door de overtreder, deze overtreder opdragen te stoppen met het promoten van de betreffende dienst, de betreffende SMS-dienst op te schorten of af te sluiten, en/of

- (iv) in de situatie zoals omschreven in artikel 14, sub e onder (iii) kan het Loket ook de SMS-Dienstverlener opdragen ervoor zorg te dragen dat de betreffende SMS-dienst wordt opgeschort of wordt afgesloten.
- f) De SMS-Dienstverleners zijn verantwoordelijk voor het up-to-date-houden van de contact gegevens van de Content Providers bij het Loket.
- g) Voorts kan het Loket, indien het van oordeel is dat niet (volledig) voldaan is aan de opdracht (en) die ingevolge sub e) van dit artikel door het Loket is/zijn gegeven, een verzoek tot handhaving indienen bij de Commissie Handhaving in geval van overtreding van de SMS-Gedragcode, zoals verder bepaald in artikel 15 en 16 van de Gedragcode. Een dergelijk verzoek wordt binnen twee weken na het verstrijken van de in artikel 14 sub e (i) genoemde termijn ingediend. Ook indien naar het oordeel van het Loket om een andere gegronde reden een uitspraak over de dienstverlening of gedraging(en) van de overtredende Partij gewenst is, bijvoorbeeld vanwege het feit dat de dienstverlening of gedraging bij herhaling niet voldoet aan de Gedragcode kan het Loket een verzoek tot handhaving indienen bij de Commissie Handhaving in geval van overtreding van de SMS-Gedragcode, zoals verder bepaald in artikel 15 en 16 van de Gedragcode.
- h) Voorts kan het Loket, indien het van oordeel is dat niet (volledig) voldaan is aan de opdracht (en) die ingevolge sub e) van dit artikel door het Loket is/zijn gegeven een spoedprocedure aanhangig maken bij de Reclame Code Commissie (RCC). Het Loket dient op basis van de opdracht voornoemd een klacht in bij de RCC omdat het Loket van oordeel is dat de bijzondere Reclamecode SMS-Dienstverlening door de vermeende overtredende Partij wordt overtreden. De vermeende overtredende Partij en het Loket verbinden zich om bij de eerst volgende beschikbare datum van de zitting bij de Reclame Code Commissie aanwezig te zijn om de klacht c.q. het verweer nader toe te lichten. Zowel het Loket als de vermeende overtredende Partij verplichten zich om de RCC zo spoedig als mogelijk te voorzien van informatie c.q. relevante schriftelijke stukken zodat de RCC op basis van goede voorlichting een beslissing kan nemen. De uitspraak van de Reclame Code Commissie zal binnen 3 werkdagen na de zitting schriftelijk worden gegeven en zal gelden als "uitvoerbaar bij voorraad". Dit betekent dat in geval de RCC bevestigt dat de vermeende overtredende Partij de bijzondere reclamecode SMS-Dienstverlening heeft overtreden, de gewraakte uiting(en), en alle andere uitingen van de overtredende Partij, die in de kern gelijk zijn aan de gewraakte uiting(en), met directe ingang niet meer word(en)(t) geopenbaard. Tegen de beslissing van de RCC kan binnen 7 dagen na dagtekening van de uitspraak beroep worden ingesteld bij het College van Beroep (CVB). Voor de procedure bij het CVB gelden de zelfde voorwaarden als die worden gesteld bij de RCC. Indien blijkt dat de overtredende Partij geen onmiddellijk gevolg geeft aan de beslissing van de RCC, zal het Loket een verzoek tot handhaving indienen bij de Commissie Handhaving. Een dergelijk verzoek wordt ingediend bij de Commissie Handhaving uiterlijk twee weken nadat het Loket heeft geconstateerd dat de uitspraak van de Reclame Code Commissie niet wordt nageleefd.

- i) Deelnemers van de Stichting kunnen binnen dertig dagen na het verzoek van het Loket zoals vermeld in artikel 14 sub e tegen het oordeel van het Loket in beroep bij de Commissie Handhaving. Indien een Partij beroep wil aantekenen tegen een oordeel van het Loket, dient deze Partij deelnemer te zijn van de Stichting en kan dat beroep worden ingediend bij het secretariaat van de Stichting. Indien een Partij beroep wil aantekenen tegen een oordeel van het Loket en deze Partij geen deelnemer is van de Stichting, kan dat beroep worden ingediend bij het secretariaat van de Stichting tegen betaling van een jaarlijks door de Stichting te bepalen vergoeding.

#### **Artikel 15. Commissie Handhaving Mobiele Diensten**

1. Er is een Commissie Handhaving Mobiele Diensten (hierna genoemd de "Commissie").
2. De Commissie heeft zitting met drie leden. De leden worden benoemd op een door de Stichting te bepalen wijze voor een periode van 3 jaar. De leden zijn herbenoembaar.
3. De leden voeren hun taken op onafhankelijke wijze uit en hebben geen belangen van welke aard dan ook in of bij de Partijen bij de Gedragcode.
4. De leden van de Commissie kunnen gedurende hun zittingsperiode niet worden ontheven van hun taak, tenzij zij daar op eigen initiatief om verzoeken, zij in strijd handelen met het derde lid van dit artikel of indien zij blijken te geven van een ernstige verwaarlozing van hun taak.
5. De Commissie wordt secretariaal en financieel ondersteund door de Stichting.
6. De leden van de Commissie ontvangen ieder een door het bestuur te bepalen onkostenvergoeding per behandeld verzoek tot handhaving.

#### **Artikel 16. Taken en bevoegdheden van de Commissie**

1. De Commissie heeft als taak om op verzoek van het Loket of een Partij die beroep aantekent tegen het oordeel van het Loket op grond van artikel 14 lid e van de Gedragcode te oordelen over een door het Loket behandelde gedraging van een Partij of één of meer natuurlijke personen die verbonden zijn danwel geweest door in belangrijke mate het beleid te bepalen of hebben bepaald van deze SMS-dienstverlener, Content Provider of Affiliate. Zij bepaalt of de gedraging in strijd is met de Gedragcode en zal, indien de Commissie tot het oordeel komt dat dit het geval is, een passende sanctie opleggen overeenkomstig het tweede lid van dit artikel.
2. De Commissie legt alleen een sanctie op indien de Commissie ervan overtuigd is dat er sprake is van overtreding van de Gedragcode en de procedure van artikel 14 van de Gedragcode is gevolgd.
3. In afwijking van het tweede lid kan de Commissie ook een strafmaatregel opleggen indien overtredingen van de Gedragcode wel op eerste aanzegging ongedaan zijn gemaakt, maar er sprake is van het meerdere malen overtreden van de Gedragcode door de Operator, SMS-dienstverlener, Content Provider, Affiliate of één of meer natuurlijke personen zoals aangegeven in artikel 16 lid 1 Gedragcode, zodanig dat het overtreden een structureel karakter krijgt.

4. De Commissie kan als strafmaatregel, afzonderlijk of in combinatie:
  - a. een berisping uitspreken;
  - b. een boete opleggen tot een maximum van € 100.000, = per geconstateerde overtreding;
  - c. in geval van een (herhaaldelijke) overtreding van een en dezelfde Affiliate of Content Provider van een SMS-dienstverlener van de bijzondere reclame code voor het aanbieden van SMS-diensten kan de Commissie een boete opleggen van € 5.000,- per Affiliate of Content Provider;
  - d. verbieden om bepaalde diensten gedurende een bepaalde periode aan te bieden;
  - e. verbieden dat een rechtspersoon, of de natuurlijke persoon die daar als bestuurder aan is verbonden, gedurende een bepaalde periode SMS-diensten aan Eindgebruikers mag aanbieden (zwarte lijst);
  - f. verplichten om rectificaties te plaatsen;
  - g. verplichten tot het vergoeden van aantoonbaar geleden schade;
  - h. het opleggen van een last onder dwangsom in geval de overtreder de strafmaatregel niet tijdig naleeft;
  - i. andere maatregelen nemen die zij proportioneel en gepast acht.

De Commissie kan daarnaast bepalen dat de kosten van de behandeling van het verzoek worden vergoed door de Partij of Partijen die binnen de strafmaatregel als overtreder(s) is/zijn aangemerkt, met een maximum van € 4.500,=.
5. Uitspraken van de Commissie zijn bindend voor alle Partijen bij de Gedragscode.
6. Het Loket ziet toe op naleving van de uitspraak van de Commissie.
7. Uitspraken van de Commissie worden gepubliceerd op de website van de Stichting, rekening houdend met de eisen van bedrijfsvertrouwelijkheid.
8. De Commissie onthoudt zich van het geven van een oordeel of het opleggen van een straf indien het verzoek daaraan voorafgaand wordt ingetrokken.
9. De Commissie stelt een Reglement Handhaving SMS Gedragscode op dat aan de Partijen bij de Gedragscode is bekend gemaakt. Het Reglement beschrijft onder meer de procedure en de termijnen die door de Commissie worden gehanteerd alvorens tot een uitspraak te komen. De procedure voldoet aan de redelijke eisen van transparantie, objectiviteit en non-discriminatie.

## **HOOFDSTUK VI      SLOTBEPALINGEN**

### **Artikel 17. Inwerkingtreding van de Gedragscode**

1. Deze Gedragscode treedt in werking op 1 maart 2010.
2. Zonder afbreuk te doen aan artikel 14 van deze Gedragscode, mag een Operator of een SMS-dienstverlener SMS-diensten die bij de totstandkoming van deze Gedragscode niet voldoen aan de Gedragscode, staken of opschorten totdat aanpassing conform de Gedragscode heeft plaatsgevonden.

## Artikel 18 Wijziging van de Gedragscode

1. Deze Gedragscode kan alleen als volgt worden gewijzigd:
  - de drie categorieën deelnemende partijen zoals beschreven in artikel 19 van deze Gedragscode hebben ieder 1/3 stem ("Stem"); en
  - binnen iedere categorie wordt de Stem verdeeld conform de stemverhouding binnen de categorie, waarbij ieder lid een gelijk aandeel heeft in de uiteindelijke Stem van de categorie.
  - indien de optelling van de "voor"-stemmen groter is dan 2/3, wordt de wijziging aangenomen.

Bijvoorbeeld:

Categorie 1: indien 4 van de 5 leden binnen deze categorie vóór zijn, betekent dit dat  $4/5 \times 1/3$  (=0,264) de totale Stem is van deze categorie;

Categorie 2: indien alle leden binnen deze categorie vóór zijn, betekent dit dat  $8/8 \times 1/3$  (=0,333) de totale Stem is van deze categorie;

Categorie 3: indien twee van de leden binnen deze categorie vóór zijn, betekent dit dat  $2/4 \times 1/3$  (=0,165) de totale Stem is van deze categorie.

De uitkomst van de totale stemming is dus 0,762, waarmee het wijzigingsvoorstel is aangenomen.

2. Wijzigingsvoorstellen op de Gedragscode kunnen worden ingediend door aangesloten Operators, Service Providers, SMS-dienstverleners, Content Providers, OPTA en rechtspersonen die als statutaire doelstelling hebben de behartiging van de belangen van consumenten. Voorstellen worden ingediend via het postadres van de Stichting.
3. De Stichting spant zich ertoe in om binnen 1 maand na de ontvangst van een wijzigingsvoorstel een eerste reactie daarop te verstrekken aan de indiener van het voorstel.

## Artikel 19. Toepasselijkheid van de Gedragscode

Partijen kunnen Deelnemer worden van de Stichting en zijn in drie categorieën ingedeeld, te weten:

- Categorie 1: Operators ofwel andere partijen, indien deze eigen SMS-diensten of SMS-diensten van SMS- dienstverleners faciliteren en in rekening brengen bij Eindgebruikers, waaronder mobiele en vaste netwerkaanbieders voorzover zij SMS-diensten bieden aan Eindgebruikers en/of Service Providers, voor zover zij SMS-diensten bij hun Eindgebruikers in rekening brengen, hetzij expliciet, hetzij als gevolg van de doorwerking van deze Gedragscode in hun overeenkomst met de operator;
- Categorie 2: SMS-dienstverleners;
- Categorie 3: Content Providers, hetzij expliciet, hetzij als gevolg van de doorwerking van deze Gedragscode in hun overeenkomst met de SMS-Dienstverlener en/of de resellers van SMS dienstverleners.

**Artikel 20. Secretariaat van de Gedragcode**

Het secretariaat van de Gedragcode en het beheer daarvan wordt gevoerd door de Stichting. Correspondentie inzake de Gedragcode kan worden gericht aan het postadres van de Stichting.

**Artikel 21. Geschillenprocedure**

Onverminderd het bepaald in Hoofdstuk 5 van deze Gedragcode, zullen geschillen over deze Gedragcode eerst schriftelijk kenbaar worden gemaakt aan de betrokken partijen en het bestuur van de Stichting. Indien dit niet binnen 6 weken leidt tot een voor alle partijen bij het geschil acceptabele oplossing, kunnen geschillen worden voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechtbank te Den Haag.

**Bijlage 1      Format voor informatievoorziening over sms-diensten**

**INFORMATIE T.B.V. ONLINE DATABANK STICHTING SMS  
GEDRAGSCODE**

**VOORBEELD:**

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Naam van de dienst	Shortcode	Afzender	Aanmelden	Afmelden	Kosten	Frequentie	SMS service provider	Contentaanbieder
10	11	12	13	14	15			
Telefoonnr CS/Helpdesk	Openingstijden/kosten	Website/teletekst	e-mail	Dienst-beschrijving	Bijzonderheden			

UITLEG BOVENSTAANDE VELDEN:		
1	Naam van de dienst:	De naam van de SMS dienst (incl. SMS abonnement) die wordt aangeboden (ofwel dezelfde naam als de in alle communicatie gebruikte naam, ofwel naam in combinatie met dienstenaanbieder)
2	Shortcode:	Dit is het verkorte nummer waarop de SMS dienst wordt aangeboden
3	Afzender:	Dit is de numerieke of alfanumerieke aanduiding van de Dienstenaanbieder die de ontvanger in ofwel het MT SMS bericht zelf., ofwel in de titel van dit SMS bericht kan lezen
4	Aanmelden	Activering SMS abonnement overeenkomstig art. 9 en 10 van de Gedragscode: a. bij unieke shortcodes door AAN en ON te sturen naar de betreffende shortcode en b. bij gedeelde shortcode door <keyword> AAN en ON te sturen naar de betreffende shortcode
5	Afmelden:	De-activering SMS abonnement overeenkomstig 9 en 10 van de Gedragscode:: a. bij unieke shortcodes door UIT en STOP te sturen naar de betreffende shortcode en b. bij gedeelde shortcode door <keyword> UIT en STOP te sturen naar de betreffende shortcode
6	Kosten in Euro:	Tarief/tarieven in Euro per ontvangen Premium SMS MT bericht en indien van toepassing per verstuurd Premium SMS MO bericht of tarief per dienst in Euro (bijv. per Ringtone of Logo waarbij bijv. 3 ontvangen SMS berichten als een (1) totaal/maximaal tarief worden gecommuniceerd)

*Gedragscode SMS-Dienstverlening, Final versie 10-12-2009*

7	Frequentie	Hoe vaak ontvangt de eindgebruiker een SMS (1 maal per week, elke dag, elk uur, bij elk doelpunt van een bepaalde club tijdens een wedstrijd); indien mogelijk ook het maximale aantal berichten per 'eenheid' (uur/dag/week/maand etc.) vermelden.
8	SMS-Dienstverlener	Naam, adres, woonplaats (lees: postadres) van de SMS-Dienstverlener, indien naam, adres en woonplaats onder 9. zijn ingevuld kan worden volstaan met alleen de vermelding van de naam
9	Content Provider:	Naam, adres, woonplaats (lees: postadres) van Content Provider, indien naam, adres en woonplaats onder 8. zijn ingevuld kan worden volstaan met alleen de vermelding van de naam
10	Telefoonnr CS/Helpdesk:	Telefoonnummer(s) van SMS-Dienstverlener en/of Content Provider vragen en klachten door eindgebruikers kunnen worden gedeponeed
11	Openingstijden/kosten	Tijden waarop de onder 10. genoemde CS/Helpdesk bereikbaar zijn en de daarmee gemoede (premium) kosten in Euro per minuut
12	Website/Teletekst	Website(s) of Teletekst pagina('s) waar meer informatie over de SMS dienst wordt verstrekt
13	E-mail:	E-mail adres(sen) van SMS –Dienstverlener en/of Content Provider waar vragen en klachten door eindgebruikers kunnen worden gedeponeed
14	Dienstbeschrijving:	Beschrijving van de SMS dienst t.b.v. consumenten, welke indien van toepassing in ieder geval de term "abonnement" bevat.
15	Bijzonderheden:	Veld voor overige informatie



## **Bijlage 2 Lijst met toegestane afkortingen**

---

### **Woorden die niet afgekort mogen worden:**

Abonnementdienst  
Abonnement  
Stop / Stoppen  
Afmelden  
Kost / Kosten  
Dag  
Download  
Downloadkosten  
Kosten  
SMS  
Per verzonden bericht  
Per ontvangen bericht  
Wallpaper  
Ringtone  
Realtone  
Sound  
Item  
Produkt  
Info  
Help

### **Afkortingen die gebruikt mogen worden:**

Per bericht = /bericht  
Per content item = /item  
Per chat = /chat  
Maximaal = max  
Minimaal = min  
Per week = /wk  
Per maand = /mnd  
Euro = E of € (bijvoorbeeld €0,70 of 0,70 E/bericht )  
Cent = c (bijvoorbeeld 150c/item)  
Inclusief = Incl  
Keer = x (bijvoorbeeld 3x een funsound)  
Bijvoorbeeld = bijv

### **Voorbeelden van afkortingen die NIET gebruikt mogen worden:**

/o.b. (per ontvangen bericht)  
/b. (per bericht)  
p.w. (per week)  
pob en p.o.b.  
pvb en p.v.b.  
pb en p.b.  
pw

---

## **Reclamecode SMS-Dienstverlening**

### **Uitgangspunten**

Het doel van deze Bijzondere Reclamecode is om duidelijke criteria te stellen aan de reclame voor Premium SMS-Diensten<sup>2</sup> teneinde misleiding bij de Eindgebruikers over de aard en prijs van de diensten te voorkomen.

### **Artikel 1 Toepassing**

- 1.1. Reclame voor Premium 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 Premium 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 Premium 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<sup>3</sup>. Deze Reclamecode is ook niet van toepassing op gratis sms diensten<sup>4</sup>.
- 1.4. Deze Reclamecode laat bestaande wettelijke en zelfreguleringsverplichtingen, met name verplichtingen op grond van de wet- en regelgeving op het gebied van privacybescherming en verkoop op afstand onverlet.

### **Artikel 2 Definities<sup>5</sup>**

In deze Code wordt volstaan onder:

---

<sup>2</sup> Voorbeelden van deze SMS-Diensten zijn ringtones, realtones, wallpapers, sounds, games, quizzes, full track muziek en tekst diensten (zoals bijvoorbeeld horoscopen, chat diensten en grappen) voor op de mobiele telefoon. De Reclamecode ziet niet alleen op het aanbieden via advertenties, maar ook op de wijze waarop SMS-Diensten worden aangeboden op internetsites, waaronder webwinkels.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> Voor de definities is zoveel mogelijk aangesloten bij de definities in de Gedragcode SMS-Dienstverlening.

<b>Aanbieder van SMS-Diensten</b>	De aanbieder van de SMS-Dienst(en) met wie de Eindgebruiker de overeenkomst met betrekking tot het afnemen van de SMS-Dienst(en) sluit. <sup>6</sup>
<b>Aanmeldscherm</b>	Het internetscherm <sup>7</sup> dat verschijnt na het aanklikken van (een of meer vervolgpagina's van) een banner of een pop-up op een webpagina of na het aanklikken van een dienst of product op een winkelsite en dat de Eindgebruiker in staat stelt om een aankoop te doen en daartoe een antwoord- of bestelmechanisme bevat.
<b>Abonnementdienst</b>	SMS-dienst waarbij de Eindgebruiker meer dan één betaald sms bericht ontvangt en waarvoor 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'. <sup>8</sup>
<b>Affiliate</b>	Een onderneming of persoon, niet zijnde de Aanbieder van SMS-Diensten, die op eigen initiatief reclame maakt voor de SMS-Diensten van de Aanbieder en die in veel gevallen zelf bepaalt hoe, waar en met welke uiting hij adverteert. <sup>9</sup>
<b>Eindgebruiker</b>	Gebruiker van een vaste of mobiele aansluiting waarmee SMS-Diensten kunnen worden afgenomen.
<b>Premium SMS-Diensten</b>	Eénmalige betaalde sms-diensten en/of betaalde Abonnementdiensten waarmee content aan een

---

<sup>6</sup> In de Gedragcode SMS-Dienstverlening wordt de Aanbieder van SMS-Diensten aangeduid als Content Provider.

<sup>7</sup> Onder internetscherm valt niet het mobiel internetscherm, dit wordt separaat beschreven in de Gedragcode voor Betaalde Mobiel Internet-diensten.

<sup>8</sup> Onder 1 to many chatdiensten wordt verstaan een dienst waarbij een SMS bericht naar meerdere personen wordt gezonden (met hun toestemming) waardoor ook van meerdere personen een antwoord kan worden ontvangen.

<sup>9</sup> 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 rechtstreeks dan wel met het mediabureau of de media-agent van de Aanbieder van SMS-Diensten.

Eindgebruiker wordt aangeboden<sup>10</sup>, ook wel genoemd SMS-Diensten.

**Operators**

Netwerkaanbieders via wier netwerk Eindgebruikers SMS-diensten kunnen afnemen.

**SMS-Diensten**

Zie Premium SMS-Diensten.

**SMS-Dienstverlener**

Degene die met Operators een overeenkomst heeft gesloten ten behoeve van het leveren cq. doorgeleiden van SMS-Diensten aan Eindgebruikers (ook Gateway of SMS-Broker genoemd).

**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 overigens niet misleitend zijn in de zin van artikel 8 NRC.
- 3.2 Geen enkele SMS-Dienst mag worden aangeboden op een manier waardoor de dienst 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. Het voorgaande laat onverlet dat promotionele acties mogen worden gehouden, mits deze voldoen aan de Gedragcode Promotionele Kansspelen, de Gedragcode SMS-Dienstverlening, de Nederlandse Reclame Code en andere regelgeving op dat gebied.
- 3.3 In alle gevallen waarbij de aankoop of de aan te gane relatie tussen Aanbieder van SMS-Diensten en Eindgebruiker niet beperkt is tot de enkele aankoop van één enkele SMS-Dienst zoals één ringtone of één game, maar bestaat uit een (mogelijk) langdurige(r) relatie zoals bij chatdiensten en Abonnementsdiensten, dient de Aanbieder van SMS-Diensten de Eindgebruiker ondubbelzinnig en duidelijk te wijzen op dat (mogelijk) langdurige(r) karakter 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. indien het een betaalde Abonnementsdienst betreft, de vermelding dat het om een betaalde abonnementsdienst gaat of, indien het een betaalde eenmalige dienst betreft, de vermelding dat het om een betaalde eenmalige dienst gaat;
  - b. indien het een Abonnementsdienst betreft, vermelding van de eventuele minimale duur van het abonnement en een uitleg over hoe het abonnement kan worden gestopt;

---

<sup>10</sup> Zie voor wat onder content verstaan moet worden de voorbeelden genoemd in noot 1, de opsomming in deze noot is overigens geen uitputtende opsomming.

- c. de voornaamste kenmerken van de dienst. In geval van een chat dienst moet de toelichting worden opgenomen dat het een 1:1 dan wel 1: to many chat dienst betreft. Artikel 3.3 van Bijlage 2 is van overeenkomstige toepassing op chatdiensten die via internet worden aangeboden;
  - d. de prijs per content item of credit en content of credit frequentie per week of de prijs van de dienst per bericht, per dag, week of maand en het aantal te ontvangen content items, dan wel de prijs per chat en de hoeveelheid te ontvangen berichten per chat;
  - e. verwijzing naar het website adres van de Aanbieder van de SMS-Dienst. Op deze website dient tenminste aanwezig te zijn: naam en vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Dienst zoals ingeschreven bij de KvK, kosten van de dienst, hoe af te melden van de dienst en contact gegevens van de klantenservice, KvK nummer, BTW nummer en het privacybeleid. Voorgaande informatie dient op een duidelijk leesbare en eenvoudig toegankelijke manier beschikbaar te zijn.<sup>11</sup>
- 4.2 Bij het vermelden van de prijs mag geen gebruik worden gemaakt van afkortingen.
- 4.3 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. Als het is toegestaan het woord gratis of een woord met dezelfde betekenis te gebruiken, geldt dat in visuele uitingen in de nabijheid van het woord "gratis" (of woorden van gelijke strekking) op duidelijke wijze en in een goed leesbaar lettertype, dat in redelijke verhouding staat tot de omvang van het lettertype van het woord "gratis" en waarbij de rest van de tekst niet kleiner mag zijn dan 1/3 van het woord "gratis", moet worden vermeld dat de dienst of het product uitsluitend gratis is bij het afnemen van de SMS-Dienst.

## Artikel 5 Aanvullende eisen voor Internet Reclame

- 5.1 Het bepaalde in dit artikel laat onverlet dat internet reclame tevens moet voldoen aan de eisen van artikel 4 van deze Reclamecode.

### Aanmeldschermen

- 5.2 Een SMS-Dienst mag niet worden gestart indien niet op duidelijk leesbare wijze een Aanmeldscrem is getoond dat voldoet aan alle voorwaarden die daaraan op grond van deze Reclamecode en de wet worden gesteld.
- 5.3 Indien een Aanmeldscrem volledig voldoet aan de template zoals opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode, volledig zichtbaar<sup>12</sup> is in een beeldscrem met de minimale afmetingen van 15 inch en ook overigens niet misleidend is, geldt het Aanmeldscrem als in

---

<sup>11</sup> Onder eenvoudig toegankelijk wordt verstaan binnen 2 klikken vanaf de homepage.

<sup>12</sup> Volledig zichtbaar betekent dat het gehele scherm, inclusief alle voorwaarden direct zichtbaar is op het beeldscrem bij de meest gangbare resolutiestandaard. Indien het aanmeldscrem 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 scherm 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 aanmeldscrem de Aanbieder van SMS-Diensten niet worden aangerekend. Zie hiervoor de uitspraak van de RCC van 4 juli 2007 in dossier 07.0299.

overeenstemming met de eisen van deze Reclamecode en wordt het Aanmeldscherm niet als misleidend beschouwd.

- 5.4 In geval geen gebruik wordt gemaakt van de template in Bijlage 1 van deze Reclamecode, zal het Aanmeldscherm tenminste op duidelijk leesbare en ondubbelzinnige wijze en volledig zichtbaar in het computerscherm naast de informatie genoemd in artikel 4 ook de volgende informatie dienen te bevatten:
- a. minimum leeftijd voor bestellen;
  - b. naam en vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Diensten zoals ingeschreven bij de KvK, 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 leveringsvoorwaarden alsmede privacy statement en vermelding waar deze zijn te vinden;
  - e. vermelding dat de Reclamecode SMS-Dienstverlening en de Gedragcode SMS-Dienstverlening worden nageleefd;
  - f. de (overige) informatie zoals vermeld in de velden 7, 8 en 9 in de template opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode.
- 5.5 Indien het een Abonnementdienst betreft, wordt in de titel van het Aanmeldscherm op duidelijk leesbare wijze vermeld dat het om een Abonnementdienst gaat. De vermelding mag nooit kleiner zijn dan 1/3 van de rest van de tekst in de titel zoals weergegeven in veld 2 en 3 in de template zoals opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode.

#### Banners en pop-ups

- 5.6 Ten aanzien van banners en pop-ups geldt dat deze niet hoeven te voldoen aan de eisen genoemd in de artikelen 3.3 en 4 mits het eerste scherm dat zichtbaar is na het aanklikken van de banner of pop-up wel volledig aan deze eisen voldoet. <sup>13</sup>

### **Artikel 6 Aanvullende eisen voor TV-commercials en print**

- 6.1 Het bepaalde in dit artikel laat onverlet dat de in dit artikel bedoelde vormen van reclame tevens moeten voldoen aan de eisen van artikel 4 van deze Reclamecode.

#### Tv-commercial

- 6.2 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 en wordt de commercial niet als misleidend beschouwd.
- 6.3 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 3.1 van Bijlage 2.

#### Print

- 6.4 Een reclame-uiting in print dient altijd tenminste te voldoen aan de eisen genoemd in de artikelen 5.4 en 5.5, alsmede (voor zover relevant) artikel 3.3 onder 1 en 2 van Bijlage 2.

---

<sup>13</sup> 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.

- 6.5 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 6.4 niet. In dat geval hoeft alleen te worden voldaan aan de eisen van artikel 4 van deze Reclamecode.

### **Artikel 7 Reclame op teletekst, radio en mobiele telefoon**

Voor teletekst advertenties en radio-commercials gelden geen aanvullende eisen, deze vormen van reclame behoeven alleen te voldoen aan artikel 4 van deze Reclamecode. Dit geldt ook voor reclame-uitingen op de mobiele telefoon bestaande uit een tekstbericht dat noodzakelijkerwijs uit niet meer kan bestaan dan maximaal 160 karakters.

### **Artikel 8 Affiliates**

- 8.1 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-Dienstverlening<sup>14</sup>;
  - 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.
- 8.2 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 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. Ook andere Aanbieders van SMS-Diensten zullen in dat geval de desbetreffende Affiliate dienen uit te sluiten.
- 8.3 Indien een Aanbieder van SMS-Diensten voldaan heeft aan zijn verplichtingen uit hoofde van de artikelen 8.1 en 8.2, heeft de Aanbieder de maximale inspanning verricht die redelijkerwijs van hem verwacht mag worden om ervoor te zorgen dat Affiliates de regels naleven.

---

<sup>14</sup> De zelfde verplichting is opgenomen in de Gedragscode SMS-Dienstverlening.

### **Artikel 9 Klachten**

- 9.1 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.
- 9.2 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 10 Inwerkingtreding**

- 10.1 Deze Code treedt per 1 april 2009 in werking. Aanbieders van SMS-Diensten hebben tot 6 weken na de datum van inwerkingtreding de gelegenheid om bestaande reclame-uitingen en hun algemene voorwaarden dan wel hun reglement voor Affiliates aan deze Reclamecode aan te passen.
- 10.2 Deze Reclamecode is in principe voor twee jaren vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd met een periode van twee jaren. Na ommekomst van één jaar – dus 1 april 2010 zal de Reclamecode worden geëvalueerd met name wat betreft artikel 8 en waar nodig worden bijgesteld.



## Bijlage 1 Reclamecode SMS-Dienstverlening

### Template Internet Aanmeldschem

The diagram shows a rectangular form template with a border. It is divided into several sections:

- Top Right:** A small box labeled '1 Advertentie benoeming'.
- Top Center:** Two lines of text: '2 Subscriptie Titel' and '3 Titel'.
- Left Side:** A large rectangular area labeled '4 Artwork'.
- Right Side:** A rectangular area labeled '5 Call to action' at the top and '6 Minimale Leeftijd' at the bottom.
- Bottom Section:** A horizontal bar divided into three parts: '7 Subscriptie Info', '8 Voorwaarden', and '9 Additionele Informatie Links'.

#### 1 Advertentie benoeming

In het geval het aanmeldschem te zien is op of via een banner geplaatst op een site gericht op kinderen of jeugdigen, 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 abonnementsdienst minimaal als volgt omschreven worden: [**Abonneer nu....of Bij dit abonnement** gevolgd door een eventuele wervings-tekst].

Font: Variabel Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), en in ieder geval **niet kleiner** dan 1/3 van de font grootte van de Titel (punt ③).

Bijvoorbeeld: als Titel (punt ③) 75 PTS/72 DPI groot is, dan moet de Subscriptie Titel (punt ②) minimaal 25 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). Het font en de font grootte kunnen variabel zijn, maar de letter grootte binnen het font dient wel voor de gehele titel gelijk te zijn.

#### ④ Artwork

Hiermee wordt het materiaal bedoeld dat visueel de campagne ondersteunt en dat bestaat uit de product naam, product illustratie en de product beschrijving. Deze kan links of rechts van de Call to action worden geplaatst.

#### 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.

#### ⑥ Minimale leeftijd

Hier dient te worden vermeld: **Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders of voogd**

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).

#### ⑦ Subscriptie informatie:

Deze informatie moet minimaal de volgende gegevens omvatten:

- 1. Indien het een betaalde abonedmentsdienst is, moet worden vermeld: Dit is een betaalde abonedmentsdienst.

- 2. Indien het een abonnementsdienst is, moet worden uitgelegd hoe het abonnement gestopt kan worden (Stoppen? Sms [keyword]<sup>15</sup> STOP naar 'shortcode').
- 3. Prijs per content item of credit en content of credit frequentie per week (€ 3,00 per item, 3 items per week).
- 4. Indien niet wordt voldaan aan 7.3, moet de prijs van de dienst per bericht, per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items) worden vermeld.

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

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

Tussen tekst bij 7 en de tekstblokken 8 en 9 die daarop volgen mag slechts 1 witregel zitten. Ook tussen de tekst van 8 en 9 zelf mag slechts 1 witregel zitten.

#### ⑤ Voorwaarden:

Hier moeten de belangrijkste voorwaarden worden vermeld die van toepassing zijn op de dienst.

Het gaat daarbij in ieder geval om de volgende vermeldingen:

- 1. Het betreft wel of niet een betaalde abonnementsdienst.
- 2. Vermelding van een eventuele minimale duur van het abonnement.
- 3. Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden. (Stoppen? Sms [keyword]<sup>16</sup> STOP naar 'shortcode').
- 4. Als er sprake is van een gratis item moet worden vermeld dat er kan worden gestopt na ontvangst van het gratis item.
- 5. Prijs per content item of credit en content of credit frequentie per week (€ 3,00 per item + sms downloadkosten. 3 items per week).
- 6. Indien niet wordt voldaan aan 8.5, moet de prijs van de dienst per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items) worden vermeld.
- 7. Er geldt geen herroepingsrecht of zichttermijn (of als dat wel het geval is vermelding van dat recht of die termijn).
- 8. Minimale leeftijd.
- 9. Contact gegevens (telefoon en e-mailgegevens van de klantenservice van de Aanbieder van de SMS-Dienst alsmede de naam en vestigingsadres van de Aanbieder van de SMS-Dienst zoals ingeschreven bij de KvK, het KvK nummer en het BTW nummer).
- 10. Algemene voorwaarden, inclusief een link naar de algemene voorwaarden.
- 11. Vermelding dat de Reclamecode SMS-Dienstverlening en de Gedragcode SMS-Dienstverlening worden nageleefd.

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI).

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

#### ⑥ 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. Geschikte toestellen voor de dienst.
- 2. Algemene voorwaarden / Specifieke voorwaarden<sup>17</sup> etc.

---

<sup>15</sup> De vermelding van een keyword is verplicht bij gedeelde shortcodes (een shortcode waarop meerdere Aanbieders van SMS-Diensten actief zijn). Voor unieke shortcodes (een shortcode met één Aanbieder van SMS-Diensten) is de vermelding van een keyword niet verplicht.

<sup>16</sup> Zie voetnoot 14.

- 3. Privacy beleid.
- 4. SMS-Gedragcode

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI).

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

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

1 Advertentie

2 SUBSCRIPTIE TITEL

3 PRODUKT TITEL

4 PRODUKT NAAM

5 LUISTER HIER

6 Ben je jonger dan 16? vraag toestemming aan je ouders.

7 Eerste item is gratis. Dit is een betaalde abonnementsdienst, €3.00 per item, max. 3 items per week. Afmelden? Sms STOP naar XXXX.

8 \*Dit is een betaalde abonnementsdienst. Het eerste item is gratis. De kosten bedragen € 3.00 per item (+ sms download kosten), er zijn drie items per week. Stoppen? Stuur STOP naar XXXX. Ben je jonger dan 16 jaar? Vraag toestemming aan je ouders of voogd. Op deze dienst zijn de leveringsvoorwaarden van YYYY van toepassing, voor inzage in de leveringsvoorwaarden klik hier. Aanmelden voor de dienst betekent acceptatie van deze voorwaarden. YYYY werkt volgens de Gedragcode SMS-Dienstverlening en de Reclamecode SMS-Dienstverlening. Na ontvangst van het gratis item kun je je afmelden. Er geldt geen herroepingsrecht of inzichttermijn. Voor vragen kan je contact opnemen met 'telefoongegevens en emailgegevens van de Klantenservice van de Aanbieder'. Het vestigingsadres van YYYY is AAAA, het KvK nummer is BBB en het BTW nummer is CCC.

9 Geschikte toestellen | Leveringsvoorwaarden | Privacy beleid | Copyright beleid | Contact | SMS-Gedragcode

### 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: Variabel Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), verder afhankelijk van grootte font Titel, te weten in ieder geval **niet kleiner** dan 1/3 van de font-grootte van de Titel

<sup>17</sup> 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.

NR 3. Titel:

Font: Variabel Font grootte: Variabel. Lettergrootte moet wel altijd één geheel zijn en mag binnen de Titel niet verschillen

NR 6. Minimale leeftijd:

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

NR 7. Subscriptie informatie:

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

NR 8. Voorwaarden:

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI)

NR 9. Additionele informatie links:

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 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 genoemd onder 2. 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. Kleurstelling tekst voorwaarden in TV-commercials

Er moet een duidelijk contrast zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur zodat de tekst voorwaarden duidelijk te lezen zijn (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

#### 3. Vermelding tekst voorwaarden

##### 3.1 Een TV-commercial moet minimaal gedurende 2/3 deel van de commercial op goed leesbare wijze de tekst voorwaarden in beeld hebben met daarin tenminste de volgende informatie:

- 1. (indien van toepassing) Het betreft een betaalde abonnementsdienst (Dit is een betaalde abonnementsdienst).
- 2. (indien van toepassing) Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden (Afmelden? Sms [keyword]<sup>18</sup> STOP naar 'shortcode').
- 3. Verwijzing naar een website voor nadere informatie en (algemene) voorwaarden (voorwaarden: www.zzzz.nl).
- 4. Prijs per content item of credit en content of credit frequentie per week (€ 3,00 per item + sms downloadkosten. 3 items per week).
- 5. Indien niet wordt voldaan aan 3.1.4, moet de prijs van de dienst per bericht, per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items) worden vermeld.
- 6. Minimale leeftijd (Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders of voogd).

##### 3.2. Ten aanzien van de grootte van de tekst voorwaarden gelden de volgende regels:

Voor 4:3 format commercials:

- Duidelijk leesbaar Font: bijvoorbeeld ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 18 pixels
- Ruimte tussen de regels (Leading) moet minimaal zijn: 20
- Ruimte tussen de letters (Tracking) moet minimaal zijn: 0

---

<sup>18</sup> Zie voetnoot 14.

Voor 16:9 format commercials:

- Duidelijk leesbaar Font: bijvoorbeeld ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 19 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:

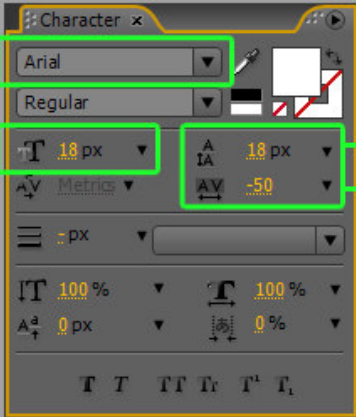
Voor 4:3

**PAL D1/DV 4:3**

**FONTTYPE**

**FONTSIZE**

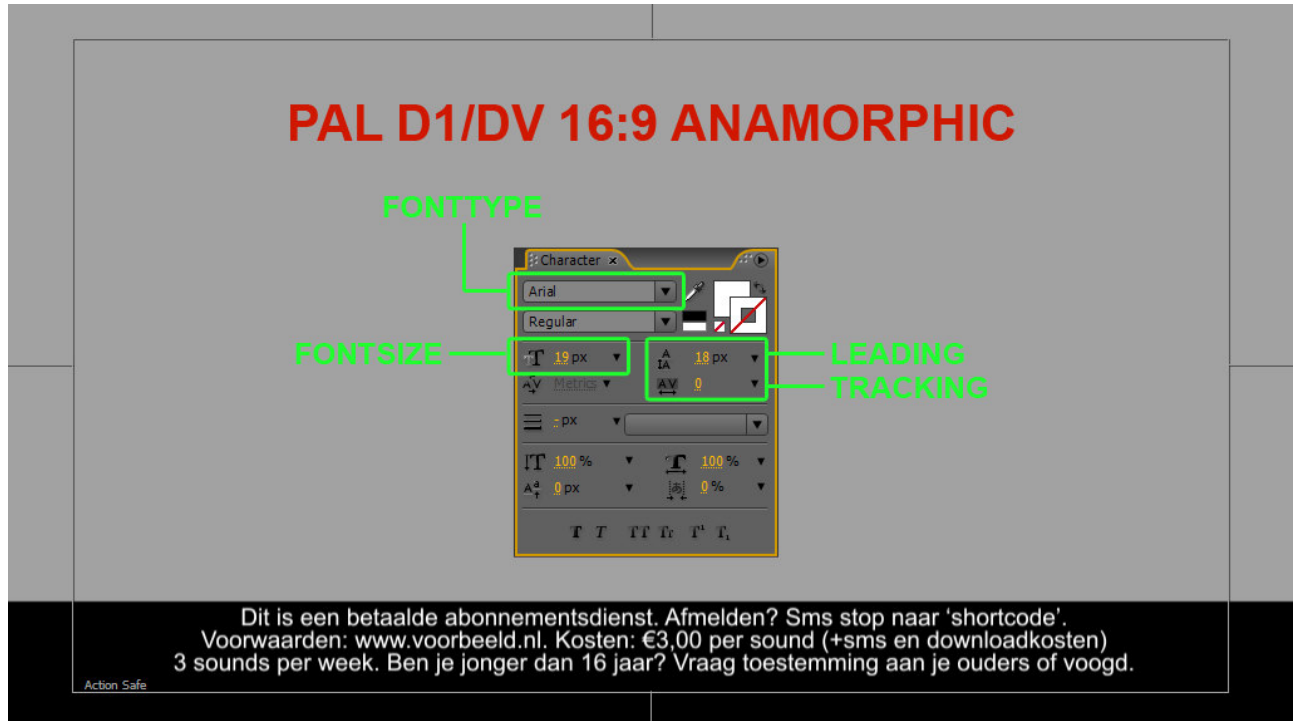
**LEADING TRACKING**



Dit is een betaalde abonneerdersdienst. Afmelden? Sms stop naar 'shortcode'.  
Voorwaarden: [www.voorbeeld.nl](http://www.voorbeeld.nl). Kosten: €3,00 per sound (+sms en downloadkosten)  
3 sounds per week. Ben je jonger dan 16 jaar? Vraag toestemming aan je ouders of voogd.

Action Safe

Voor 16:9



### 3.3. Specifieke tekst voorwaarden voor Adult-Chat diensten

- 1. Aanvullend op artikel 3.1 geldt de toevoeging: “fictieve profielen - geen afspraken mogelijk” voor alle fictieve Adult chat diensten.
- 2. In afwijking van artikel 3.1.6 geldt een minimale leeftijd van 18 jaar.
- 3. In afwijking van artikel 3.2 geldt voor alle tekstvoorwaarden van fictieve Adult-Chat diensten een minimale toegestane lettergrootte 18 voor 16:9 format commercials met lettertype Arial of soortgelijk.