

## **Reclamecode SMS-Dienstverlening**

### **Uitgangspunten**

Het doel van deze Bijzondere Reclamecode is om duidelijke criteria te stellen aan de reclame voor Premium SMS-Diensten<sup>1</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>2</sup>. Deze Reclamecode is ook niet van toepassing op gratis sms diensten<sup>3</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>4</sup>**

In deze Code wordt volstaan onder:

#### **Aanbieder van SMS-Diensten**

De aanbieder van de SMS-Dienst(en) met wie de Eindgebruiker de overeenkomst met betrekking tot het afnemen van de SMS-Dienst(en) sluit.<sup>5</sup>

#### **Aanmeldscherm**

Het internetscherms<sup>6</sup> dat verschijnt na het aanklikken van (een of meer vervolgpagina's

---

<sup>1</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>2</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>3</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>4</sup> Voor de definities is zoveel mogelijk aangesloten bij de definities in de Gedragscode SMS-Dienstverlening.

<sup>5</sup> In de Gedragscode SMS-Dienstverlening wordt de Aanbieder van SMS-Diensten aangeduid als Content Provider.

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.

**Abonnementdienst**

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>7</sup>

**Affiliate**

Een onderneming of persoon, niet zijnde de Aanbieder van SMS-Diensten, die op eigen initiatief reclame maakt voor de SMS-Diensten van de Aanbieder en die in veel gevallen zelf bepaalt hoe, waar en met welke uiting hij adverteert.<sup>8</sup>

**Eindgebruiker**

Gebruiker van een vaste of mobiele aansluiting waarmee SMS-Diensten kunnen worden afgenomen.

**Premium SMS-Diensten**

Eénmalige betaalde sms-diensten en/of betaalde Abonnementdiensten waarmee content aan een Eindgebruiker wordt aangeboden<sup>9</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-

---

<sup>6</sup> Onder internetscherm valt niet het mobiel internetscherm, dit wordt separaat beschreven in de Gedragscode voor Betaalde Mobiel Internet-diensten.

<sup>7</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>8</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.

<sup>9</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.

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 Gedragscode Promotionele Kansspelen, de Gedragscode 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 Abonnementdiensten, 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 Abonnementdienst betreft, de vermelding dat het om een betaalde abonnementdienst gaat of, indien het een betaalde eenmalige dienst betreft, de vermelding dat het om een betaalde eenmalige dienst gaat;
  - b. indien het een Abonnementdienst betreft, vermelding van de eventuele minimale duur van het abonnement en een uitleg over hoe het abonnement kan worden gestopt;
  - 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>10</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 Aanmeldschermbij is getoond dat voldoet aan alle voorwaarden die daaraan op grond van deze Reclamecode en de wet worden gesteld.
- 5.3 Indien een Aanmeldschermbij volledig voldoet aan de template zoals opgenomen in Bijlage 1 van deze Reclamecode, volledig zichtbaar<sup>11</sup> is in een beeldscherm met de minimale afmetingen van 15 inch en ook overigens niet misleidend is, geldt het Aanmeldschermbij als in overeenstemming met de eisen van deze Reclamecode en wordt het Aanmeldschermbij niet als misleidend beschouwd.
- 5.4 In geval geen gebruik wordt gemaakt van de template in Bijlage 1 van deze Reclamecode, zal het Aanmeldschermbij tenminste op duidelijk leesbare en

---

<sup>10</sup> Onder eenvoudig toegankelijk wordt verstaan binnen 2 klikken vanaf de homepage.

<sup>11</sup> Volledig zichtbaar betekent dat het gehele scherm, inclusief alle voorwaarden direct zichtbaar is op het beeldscherm bij de meest gangbare resolutiestandaard. Indien het aanmeldschermbij 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 aanmeldschermbij de Aanbieder van SMS-Diensten niet worden aangerekend. Zie hiervoor de uitspraak van de RCC van 4 juli 2007 in dossier 07.0299.

- 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 Gedragscode 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 Abonnementsdienst betreft, wordt in de titel van het Aanmeldscherm op duidelijk leesbare wijze vermeld dat het om een Abonnementsdienst 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>12</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>12</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>13</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>13</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 Aanmeldscherm

The diagram shows a rectangular form with a border. At the top right, there is a callout '1 Advertentie benoeming'. Below it, on the left, are callouts '2 Subscriptie Titel' and '3 Titel'. The main body of the form is divided into two large rectangular areas. The left area has a callout '4 Artwork'. The right area has a callout '5 Call to action' at the top and '6 Minimale Leeftijd' at the bottom. At the bottom of the form, there are three callouts: '7 Subscriptie Info', '8 Voorwaarden', and '9 Additionele Informatie Links'.

#### 1 Advertentie benoeming

In het geval het aanmeldscherm 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 abonneermentsdienst 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 abonnementsdienst is, moet worden vermeld: Dit is een betaalde abonnementsdienst.
- 2. Indien het een abonnementsdienst is, moet worden uitgelegd hoe het abonnement gestopt kan worden (Stoppen? Sms [keyword]<sup>14</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.

### 8 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>15</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.

---

<sup>14</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>15</sup> Zie voetnoot 14.

- 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 Gedragscode 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.

⑨ **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>16</sup> etc.
- 3. Privacy beleid.
- 4. SMS-Gedragscode

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:

---

<sup>16</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.

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. YYY werkt volgens de Gedragscode 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-Gedragscode](#)

## Samenvatting van de minimale Pixels en verplichte Fonts:

### NR 1. Advertentie benoeming:

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

### NR 2. Subscriptie Titel:

Font: 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

### 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>17</sup> STOP naar 'shortcode').
- 3. Verwijzing naar een website voor nadere informatie en (algemene) voorwaarden (voorwaarden: [www.zzzz.nl](http://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

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

---

<sup>17</sup> Zie voetnoot 14.

Bovenstaande regels zijn uitgewerkt in de volgende voorbeelden:

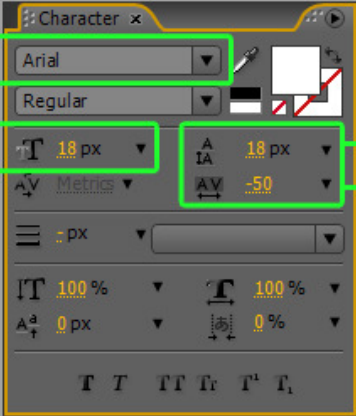
Voor 4:3

**PAL D1/DV 4:3**

**FONTTYPE**

**FONTSIZE**

**LEADING TRACKING**

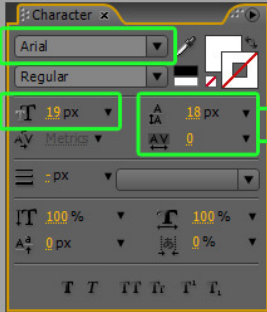


Dit is een betaalde abonnementdienst. Afmelden? Sms stop naar 'shortcode'.  
Voorwaarden: [www.voorbeeld.nl](http://www.voorbeeld.nl). Kosten: €3,00 per sound (+sms en downloadkosten)  
3 sounds per week. Ben je jonger dan 16 jaar? Vraag toestemming aan je ouders of voogd.

Action Safe

Voor 16:9

**PAL D1/DV 16:9 ANAMORPHIC**



Dit is een betaalde abonnementsdienst. 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

### 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.