

WET BEPERKING CADEAUSTESEL, WET OP DE KANSSPELEN EN RECLAME
CODE VOOR SWEEPSTAKES

Cadeau-acties en prijsvragen

MR M.C.H.I. VAN DER DUSSEN

Op grote schaal worden cadeau-acties en prijsvragen georganiseerd die tot doel hebben de verkoop van producten te bevorderen. De bedenkers van dergelijke sales promotion-acties worden in hun creativiteit beperkt door de vele regels waarmee zij rekening moeten houden. In hoofdlijnen zullen hier aan de orde komen de Wet Beperking Cadeaustelsel, de Wet op de Kansspelen en de Reclame Code voor Sweepstakes. De grootste bron van frustratie vormt de nogal ondoorzichtige en moeilijk te hanteren Wet beperking cadeaustelsel. Tot vreugde van velen, niet in de laatste plaats die van juristen, heeft de ministerraad in augustus 1996 ingestemd met een voorstel tot intrekking van de Wet beperking cadeaustelsel. Afschaffing is echter nog geen feit.

Wet beperking cadeaustelsel

De Wet beperking cadeaustelsel 1977 (WBC) legt het geven van cadeaus aan consumenten aan banden. In artikel 2 van de WBC is een principe-verbod van cadeau- en bijbetalingsacties en bepaalde koppelverkoop opgenomen. In artikel 2 lid 1 en 2 WBC wordt het aldus geformuleerd dat het verboden is in verband met de uitoefening van een bedrijf *goederen* als geschenk aan te bieden of te verstrekken (lid 1) danwel één of meer goederen aan te bieden of te verstrekken met één of meer andere goederen tegen een gezamenlijke prijs (koppelverkoop), indien dat aanbieden of verstrekken kennelijk geschiedt ter versluiering van het als geschenk aanbieden of verstrekken van goederen (lid 2).

Aan het in artikel 2 geformuleerde verbod liggen twee doelstellingen ten grondslag. In de eerste plaats is beoogd de consument te behoeden voor prijsversluiering. De consument moet beschermd worden tegen de ondernemer die bijvoorbeeld bij een groot kleurboek een pakje stiften cadeau doet, waardoor onduidelijkheid wordt gecreëerd over de werkelijke prijs van het kleurboek. In de tweede plaats is beoogd een ordelijke concurrentie te bevorderen. De wetgever heeft willen voorkomen dat bijvoorbeeld de winkel op de hoek die bestaat van de verkoop van handdoeken en theedoeken in de verdrinking komt omdat het ernaast gelegen benzinestation bij de aankoop van 15 liter benzine een handdoek met bijpassende theedoek cadeau geeft.

In de WBC wordt onder goederen verstaan: lichamelijke zaken, met uitzondering van binnenlandse en buitenlandse wettige betaalmiddelen. Uitsluitend bij het aanbieden of verstrekken van een *stoffelijk goed* als geschenk bij de *aankoop* van een ander *stoffelijk goed* dient rekening gehouden te worden met de WBC. In beginsel vallen diensten buiten de werkingssfeer van de WBC. Het aanbieden of verstrekken van een bioscoopkaartje (een dienst) bij de aankoop van 15 liter benzine (een goed) is geoorloofd. Eveneens is het geoorloofd om bij de aankoop van een vliegticket naar Wenen (een dienst) een toegangskaartje voor een opera in de Stopera te Amsterdam te geven (een dienst) of een cd van de Weense Staatsopera (een goed).

In de WBC wordt onder 'het als geschenk aanbieden of verstrekken van goederen' *onder andere* verstaan het aan degene die een bepaald goed koopt

gratis dan wel tegen bijbetaling aanbieden van een goed, het aanbieden van het recht tot gebruik van een goed en het verschaffen van de mogelijkheid om deel te nemen aan wedstrijden en prijsvragen, waarbij als prijzen goederen ter beschikking worden gesteld.

Uitzonderingen op verbod

Een actie waarbij aan iemand die een goed koopt een goed (al dan niet tegen bijbetaling) cadeau wordt gedaan is dus in principe verboden. De WBC kent evenwel een aantal uitzonderingen op dit verbod. De meest algemene uitzondering staat in artikel 3. Deze uitzondering wordt wel het 'zware regime' genoemd. Als aan alle vier de voorwaarden van artikel 3 wordt voldaan is het aanbieden of verstrekken van een cadeau wel toelaatbaar.

De eerste voorwaarde is dat de aanbieder aan nemelijk moet kunnen maken dat hij al gedurende ten minste drie maanden, onmiddellijk voorafgaand aan de actie, regelmatig aan particulieren het cadeau te koop heeft aangeboden. Deze voorwaarde heeft te maken met de bedoeling van de wetgever een ordelijke concurrentie te bevorderen. De tweede voorwaarde is dat het cadeau tijdens de actie ook in de losse verkoop verkrijgbaar moet zijn. Deze voorwaarde heeft te maken met de bedoeling van de wetgever om prijsversluiering tegen te gaan. De consument moet kunnen zien wat de waarde van het geschenk is. De derde voorwaarde hangt samen met de tweede. De aanbieder van een cadeau moet op duidelijke wijze de consument de gelegenheid bieden in plaats van het goed een geldbedrag te ontvangen (de helft van het geboden voordeel). De vierde voorwaarde houdt in dat de aanbieder in alle openbare mededelingen waarin het cadeau wordt aangeboden duidelijk moet vermelden wat de losse verkoopprijs is, hoe het cadeau in de losse verkoop kan worden aangeschaft, dat in plaats van het cadeau een bepaald geldbedrag kan worden verkre-

gen, alsmede hoe dat bedrag kan worden geïnd.

Overigens blijft het verbod wel gelden voor acties waarbij als geschenk wordt aangeboden de gelegenheid om deel te nemen aan een wedstrijd of prijsvraag of het recht wordt verschaft om van een bepaald goed gebruik te maken. De uitzondering van artikel 3 geldt in die gevallen niet.

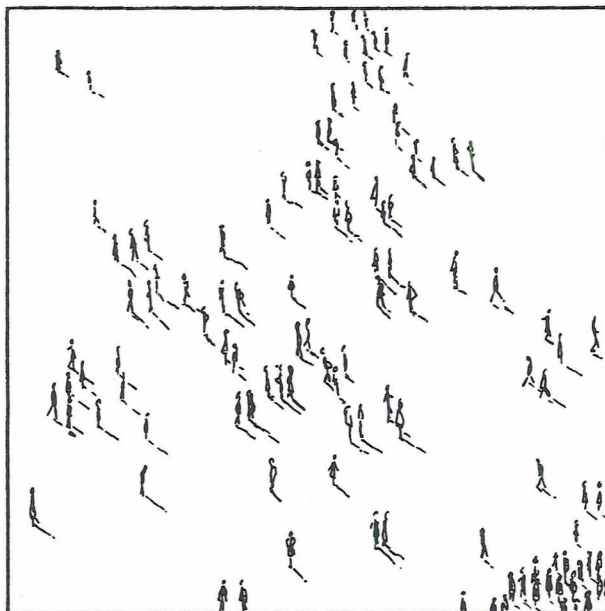
In de artikelen 4 t/m 6 van de WBC staat nog een aantal mogelijkheden voor cadeau- en bijbetalingsacties genoemd. Het aanbieden of verstrekken van een goed dat gelijk is aan het goed waarvan de aankoop het recht op het voordeel geeft is toegestaan (zogenoemde drie halen, twee betalen-acties). Eveneens is het toegestaan om geschenken aan te bieden of te verstrekken indien dat naar al-

gemeen of plaatselijk gebruik op gezette tijden geschiedt (het boekenweekgeschenk). Ook uitgezonderd van het verbod is het geven van geschenken die slechts kleinigheden van geringe waarde zijn.

Een in de praktijk zeer belangrijke uitzondering is die van artikel 4 lid 3. Dit betreft het zogenoemde 'lichte regime' inzake consumptieverwante cadeau- en bijbetalingsartikelen. Wil op deze uitzondering een beroep kunnen worden gedaan dan moet aan drie

voorwaarden zijn voldaan. Het cadeau moet consumptieverwant zijn, voorzien zijn van een bij het gebruik in het oog vallend en onuitwisbaar reclamenmerk, en het voordeel moet beperkt zijn tot 4% van de door de consument betaalde prijs voor de goederen waarbij het cadeau wordt gegeven. Een cadeau is consumptieverwant als het pleegt te worden gebruikt of verbruikt bij het gebruiken of verbruiken van alle goederen waarvan het verkopen de grond is voor het aanbieden of verstrekken. Consumptieverwant zijn bijvoorbeeld een theeblad en thee en een keukenhanddoek en wasmiddel. Niet consumptieverwant zijn een encyclopedie en een boek.

In artikel 8 van de WBC is tenslotte voorzien in de mogelijkheid dat door de minister van Econo-



mische Zaken (op bepaalde door de minister te stellen voorwaarden) een ontheffing of vrijstelling wordt verleend van het cadeauverbod.

Strafbepaling

Gedragingen die in strijd zijn met de WBC zijn overtredingen en worden aangemerkt als economische delicten in de zin van de Wet economische delicten. Omdat de ministerraad heeft ingestemd met het voorstel tot intrekking van de WBC is denkbaar dat het Openbaar Ministerie bij overtreding niet tot vervolging zal overgaan. Uit te sluiten valt dit echter niet.

Het voorstel tot intrekking van de WBC ligt ten tijde van het schrijven van deze bijdrage voor advies bij de Raad van State. Nadat de Raad van State advies heeft uitgebracht moet het voorstel nog worden behandeld door de Tweede en Eerste Kamer. Als de WBC uiteindelijk daadwerkelijk wordt afgeschaft zal dit een grote verlichting geven. Niet vergeten moet echter worden dat een aantal bijzondere regels voor premium-acties ten aanzien van bepaalde producten (drank, tabak e.d.) - vooralsnog - blijft gelden. Evenmin verdwijnt de Wet op de kansspelen, waarin geregeld is op welke voorwaarden prijsvragen geoorloofd zijn.

Wet op de kansspelen

In artikel 1 van de Wet op de kansspelen (WoK) is bepaald dat het, behoudens vergunning, verboden is gelegenheid te geven *om mee te dingen* naar prijzen of premies (geld, goederen en diensten), indien de aanwijzing van de winnaars geschiedt door enige *kansbepaling* waarop de deelnemers in het algemeen *geen overwegende invloed* kunnen uitoefenen (de winnaar wordt bijvoorbeeld bepaald door het lot). Het gelegenheid geven tot *mededingen* wil zeggen dat iemand de keuze moet hebben om wel of niet aan een bepaald kansspel deel te nemen. Er is geen sprake van een verboden kansspel als iemand toevallig de 10.000ste bezoeker van het zwembad is en om die reden een grote bos bloemen krijgt en een gratis abonnement. De winnaar is weliswaar bepaald door enige kansbepaling waarop door de deelnemers geen overwegende invloed is uitgeoefend, maar aan de bezoeker is geen gelegenheid gegeven om mee te dingen. De bezoekers zijn als deelnemers aangewezen.

Prijsvragen

Als deelnemers aan een bepaalde actie een over-

wegende invloed kunnen uitoefenen zou er sprake kunnen zijn van een prijsvraag die in beginsel toelaatbaar is. In artikel 28 van de WoK is met betrekking tot prijsvragen bepaald dat het onverminderd het in artikel 1 geformuleerde verbod, verboden is om zonder vergunning de gelegenheid open te stellen tot het mededingen naar een prijs of premie verbonden aan een prijsvraag van welke aard ook, indien aan die mededinging andere voorwaarden zijn gesteld dan het verrichten van een wetenschappelijke, kunstzinnige of technische prestatie en de uitgeloopte prijs of premie een waarde heeft van meer dan f 5.000.

De deelnemers aan een prijsvraag moeten een zogenoemde 'jureerbare prestatie' leveren. Een jureerbare prestatie is bijvoorbeeld het afmaken van een slagzin of het maken van een limerick. Een deskundige jury moet aan de hand van van te voren vastgestelde criteria kunnen bepalen wie de beste prestatie heeft geleverd en wie de op een na beste, etc. De deelnemers moet voldoende ruimte worden gegeven om op een eigen originele wijze een prestatie te leveren. Van een jureerbare prestatie is geen sprake als er voor de deelnemer nauwelijks enige keuze wordt gelaten bij het afmaken van een slagzin. Om een voorselectie te maken mag aan de jureerbare prestatie wel een niet-jureerbare prestatie voorafgaan, zoals het oplossen van een kruiswoordraadsel of een rebus.

Het organiseren van een prijsvraag is niet verboden als de waarde van de prijs niet meer dan f 5.000 bedraagt, óf als het gaat om een prijsvraag waarbij een wetenschappelijke, kunstzinnige of artistieke prestatie wordt verlangd (het moet dan wel gaan om een 'moeilijke' prestatie), én wanneer er een vergunning is verleend. Een vergunning kan alleen worden verleend voor gelegenheden die zijn opengesteld om met de opbrengst daarvan een algemeen belang te dienen.

Mits aan bepaalde voorwaarden wordt voldaan is het houden van winkelweekacties en het organiseren van kleine kansspelen (kienspel, vogelpikspel, rad van avontuur) niet verboden. Onder winkelweekacties worden verstaan kansspelen die hooguit twee keer per jaar voor bijzondere gelegenheden voor een periode van ten hoogste vier weken worden georganiseerd door een groep van tien of meer ondernemers of filiaalhouders in de detailhandel, het ambacht of het horecabedrijf, die in één of aan elkaar grenzende gemeente(n) hun bedrijf uitoefenen. Voor het houden van een dergelijke

lijke actie is een vergunning nodig van de Kamer van Koophandel.

Toetsing aan WBC

Als een consument verplicht is een stoffelijk goed te kopen om mee te doen aan een prijsvraag dan moet de prijsvraag ook getoetst worden aan de WBC. De WBC is niet van toepassing als het kopen van een stoffelijk goed geen voorwaarde is om aan een prijsvraag te kunnen deelnemen. Evenmin is dit het geval als deelname afhankelijk is van de aankoop van een dienst. Als de WBC op een prijsvraag van toepassing is dan mogen er, enkele uitzonderingen daargelaten, geen stoffelijke goederen als prijs worden uitgelooft. De uitzondering van artikel 3 WBC is niet van toepassing.

Strafbepaling

Gedragingen die in strijd zijn met artikel 1 van de WoK zijn misdrijven als zij opzettelijk zijn begaan en overigens overtredingen. Gedragingen die in strijd zijn met artikel 28 van de WoK (betreffende prijsvragen) zijn overtredingen. Dergelijke gedragingen worden aangemerkt als economische delicten in de zin van de Wet op de economische delicten.

Code voor Sweepstakes

Veel reclame gaat gepaard met een zogenoemde sweepstake. Een sweepstake is volgens de Reclame Code voor Sweepstakes een actie waarbij prijzen ter beschikking worden gesteld en de toekenning van de prijzen afhankelijk is van een door trekking vooraf toegekend nummer en van terugzending of andere wijze van controle van dat nummer door de ontvanger ervan. Hiermee wordt bedoeld de veel voorkomende actie waarbij er door een adverteerder, voordat zijn reclamemateriaal wordt verspreid, een aantal nummers wordt getrokken waarop door de adverteerder een prijs wordt uitgelooft. De winnende nummers worden voor de ontvanger van het reclamemateriaal in eerste instantie geheim gehouden. De ontvanger krijgt een brochure met daarop een uniek nummer en wordt uitgenodigd om bij de adverteerder te informeren of op dat nummer een prijs is gevallen. Dergelijke acties dienen ertoe om te bevorderen dat de ontvanger (ook) informatie inwint over bepaalde producten van de adverteerder of, liever nog, bepaalde producten gaat bestellen.

In het verleden werd bij iedere consument vrij-

wel wekelijks door vele adverteerders de indruk gewekt dat er alweer een nieuwe auto kon worden opgehaald. Tegenwoordig is dat minder het geval. Reclame die vergezeld gaat van een sweepstake moet namelijk voldoen aan de Bijzondere Reclame Code voor Sweepstakes. Uit een sweepstake dient bijvoorbeeld duidelijk de doelstelling te blijken en een sweepstake mag door de wijze waarop deze onder de aandacht van het publiek wordt gebracht geen valse verwachtingen wekken ten aanzien van de kans op het winnen van een prijs. Ook mogen goederen, diensten en geldbedragen die uitgelooft worden aan iedereen die reageert niet aangemerkt worden als prijzen.

Een sweepstake mag niet de suggestie bevatten dat de toekenning van de prijs gekoppeld is aan een verplichting tot bestellen. De prijs mag ook niet worden gekoppeld aan gehele of gedeeltelijke creditering van eventueel bestelde goederen. De prijs mag evenmin bestaan uit een waardebon tot aanschaf van de producten die worden aangeboden. De ontvanger van een reclamefolder met daarin een sweepstakenummer die niet voornemens is om een bepaald product te bestellen moet onder dezelfde voorwaarden voor een prijs in aanmerking komen als degene die wel tot bestelling overgaat. Wel mogen de reële afwikkelingskosten in rekening worden gebracht.

De adverteerder moet duidelijk vermelden op welke wijze de sweepstake (controleerbaar) is georganiseerd alsmede dat de Nederlandse Reclame Code, waarvan de Code voor Sweepstakes onderdeel uitmaakt, op de actie van toepassing is. De adverteerder dient ook aan te geven of alle prijzen worden uitgekeerd en, zo ja, op welke wijze dit zal geschieden. Tevens moet hij vermelden wat de uiterste datum van inzending is, op welke datum de winnaar bekend zal worden gemaakt, hoe de uitslag bekend wordt gemaakt, en wat de uiterste datum is waarop de prijzen aan de prijswinnaars ter beschikking worden gesteld (deze datum mag niet later liggen dan vier weken na de datum van bekendmaking). Ook moet duidelijk gemaakt worden dat de prijswinnaars het recht hebben om hun medewerking te weigeren aan publiciteit en moet er voor worden gezorgd dat de identiteit van de prijswinnaars en de aan hen toegekende nummers - tot na een te vermelden uiterste inzenddatum van de betreffende sweepstake - uitsluitend bekend is bij een onpartijdige derde.

Als een consument geen prijs stelt op toezien-

ding van nummers voor een sweepstake en dit meedeelt aan de adverteerder, dan dient deze er zorg voor te dragen dat hij uiterlijk drie maanden na mededeling de toezending staakt.

Het voert in het kader van deze bijdrage te ver om alle vereisten waaraan een sweepstake moet voldoen te noemen. Bedacht dient te worden dat er nog een aantal vereisten is. Tevens moet de reclameuiting waarin een sweepstake is opgenomen in overeenstemming zijn met de Nederlandse Reclame Code en niet misleidend zijn in de zin van de artikelen 6: 194 t/m 196 BW (de bepalingen in het Burgerlijk Wetboek betreffende misleidende reclame).

Als iemand van mening is dat een bepaalde sweepstake niet voldoet aan de vereisten die daaraan gesteld worden kan een klacht worden ingediend bij de Reclame Code Commissie. Als de Re-

clame Code Commissie de klacht toewijst dan zal zij de adverteerder aanbevelen de betreffende reclame niet meer te gebruiken. De aanbeveling van de Commissie kan onderhands zijn. In dat geval wordt de aanbeveling alleen bekend gemaakt aan de betrokken partijen. Is de aanbeveling van de Commissie openbaar dan wordt de aanbeveling niet alleen aan partijen maar ook aan verschillende media bekend gemaakt, alsmede verstuurd naar een aantal instanties zoals het ministerie van Economische Zaken en de SER. Als de aanbeveling een algemeen voorkomende overtreding betreft en/of het algemeen belang dat rechtvaardigt kan de aanbeveling ook nog openbaar worden gemaakt op de wijze zoals hierboven beschreven, met dien verstande dat de namen van partijen geheim worden gehouden.

MEVR. MR M.C.H.I. VAN DER DUSSEN IS ADVocaAT BIJ DERKS.STAR BUSMANN.HANOTIAU ADVOCATEN - NOTARISSSEN - BELASTINGADVISEURS TE AMSTERDAM.