



## Code Verspreiding Reclame via E-mail aan Zakelijke Ontvangers (Code E-mail Zakelijke Ontvangers)

### 1 Algemene bepalingen

#### 1.1 Definities

In deze Code wordt verstaan onder:

1. Bedrijfsmatige reclame via e-mail: het vanuit zakelijke overwegingen ten behoeve van zakelijk gebruik per e-mail aanprijzen van goederen, diensten voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden alsmede het vragen van bedrijfsmatige diensten;<sup>1</sup>
2. Opdrachtgever: degene (natuurlijk persoon, bedrijf, bedrijfsonderdeel, organisatie of organisatieonderdeel) namens wie (Bedrijfsmatige) reclame via e-mail is verzonden of in wiens opdracht die (Bedrijfsmatige) reclame is verzonden;<sup>2</sup>
3. Zakelijk e-mailadres: ieder e-mailadres waaronder begrepen een Algemeen Adres, dat ter beschikking is gesteld aan of verworven of bestemd is door een ontvanger voor gebruik in het kader van de uitoefening van beroep of bedrijf en dat ook als zodanig wordt / is gebruikt in relatie tot degene die het adres verzamelt / heeft verzameld;
4. Niet-zakelijk e-mailadres: ieder e-mailadres dat ter beschikking is gesteld aan of verworven of bestemd is door een ontvanger voor gebruik in het kader van de uitoefening van beroep of bedrijf, maar dat voor niet-zakelijke of niet-bedrijfsmatige doeleinden is gebruikt in relatie tot degene die het adres verzamelt / heeft verzameld;
5. Zakelijke Ontvanger: degene (natuurlijk persoon, bedrijf, bedrijfsonderdeel, organisatie of organisatieonderdeel) aan wie Bedrijfsmatige reclame via e-mail is gericht en die deze ontvangt op een Zakelijk e-mailadres;

---

<sup>1</sup> Onder deze definitie vallen ook wervende uitingen per e-mail van instanties met een ideële of politieke doelstelling.

Er zijn producten en diensten die zowel voor de zakelijke markt als de consumentenmarkt relevant zijn (computers, schrijfgerei, vervoersmiddelen etc. ). Deze Code is alleen van toepassing op die reclame per e-mail die betrekking heeft op producten en diensten die (mede) geschikt zijn voor de zakelijke markt en waarvan blijkt dat ze ook gericht zijn op ontvangers, die gebruik (kunnen) maken van de aangeboden producten en diensten in het kader van hun beroep of bedrijf.

<sup>2</sup> Deze Code richt zich met name op de rechten en verplichtingen van de Opdrachtgever / adverteerder als primair verantwoordelijke voor een campagne die hij initieert. Uitgangspunt is dat de Opdrachtgever / adverteerder verantwoordelijke is voor de e-mailmarketingactie, voor de te gebruiken adressen, de verzending, de grootte van het bericht etc.

6. Verspreider: degene die al dan niet in naam en in opdracht van de Opdrachtgever Bedrijfsmatige reclame via e-mail verspreidt of laat verspreiden. Onder Verspreider wordt niet verstaan de aanbieder van te gebruiken netwerken of diensten voor elektronische communicatie, voorzover hij in een concreet geval slechts in deze functie handelt;<sup>3</sup>
7. Klager: een Zakelijke Ontvanger die een klacht heeft inzake het niet of niet-volledig naleven van de bepalingen in deze Code;
8. Algemeen Adres: een e-mailadres dat is opgebouwd uit een algemene beschrijvende term gevolgd door het @-teken en een domeinnaam.<sup>4</sup>

## 1.2 Reikwijdte

Deze Code is van toepassing op Bedrijfsmatige reclame via e-mail die door een in Nederland gevestigde Opdrachtgever aan Zakelijke Ontvangers is / wordt verzonden.

Indien reclame via e-mail door een in Nederland gevestigde Opdrachtgever is / wordt verzonden aan een Niet-zakelijk e-mailadres is de Code Verspreiding Reclame E-mail van toepassing.’ ’

Deze Code dient niet alleen naar de letter maar ook naar de geest te worden nageleefd.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> De Opdrachtgever / adverteerder is verantwoordelijk voor de partijen die hij eventueel bij zijn e-mailcampagne inschakelt (listbroker, verzendhuis). Deze partijen hebben hun eigen verplichtingen en verantwoordelijkheden, die kunnen voortvloeien uit een contract met bijv. de Opdrachtgever of met een andere tussenpersoon (als bijv. een internet provider), uit algemene rechtsregels (bijv. aansprakelijkheid in geval van onrechtmatige daad, uit regels van zelfregulering (bijv. Code listbroking) of op grond van de wet. Een Verspreider kan bijv. als bewerker van persoonsgegevens optreden namens de Opdrachtgever. Op grond daarvan heeft de Verspreider in zijn rol als bewerker een eigen beveiligingsverplichting voortvloeiende uit de Wet bescherming persoonsgegevens.

<sup>4</sup> Het is met name bij dit soort adressen zoals info@..., bestelling@..., inkoop@ van belang dat de bepalingen over het verzamelen van gegevens strikt in acht worden genomen om onrechtmatig gebruik van deze adressen te voorkomen. De Opdrachtgever mag dit type adressen alleen voor reclamecampagnes gebruiken indien hij er redelijkerwijs van uit mag gaan dat daartegen geen bezwaar bestaat. Het enkele feit dat het adres geïnitieerd is, is daarvoor niet voldoende. Vermelding op websites (voor dit doel), in jaarboeken, brancheoverzichten, beurscatalogus, etc. is normaliter wel voldoende.

<sup>5</sup> Deze Code is in beginsel niet van toepassing op vestigingen en bedrijfsonderdelen in het buitenland van Nederlandse bedrijven die reclame aan Nederlandse ontvangers sturen, omdat het om een nationale Code gaat, die rechtens niet van toepassing kan zijn op een onderneming in het buitenland (incl. buitenlandse vestigingen van Nederlandse bedrijven. Ten aanzien van buitenlandse vestigingen van Nederlandse bedrijven wordt de Nederlandse hoofdvestigingen geadviseerd deze vestigingen en bedrijfsonderdelen te wijzen op deze wettelijk verankerde Code en hen te verzoeken deze als ‘etiquetteregels’ voor fatsoenlijk zakendoen in acht te nemen. Met deze Code E-mail Zakelijke Ontvangers wordt tevens verhelderd dat de Code Verspreiding Reclame E-mail (alleen) van toepassing is op reclame via e-mail door in een Nederland gevestigde opdrachtgever aan consumenten.

### **1.3 Verantwoordelijkheid Opdrachtgever**

De Opdrachtgever is verantwoordelijk voor de Bedrijfsmatige reclameactie per e-mail en voor de (tussen)partijen die hij daarbij inschakelt.

## **2 Identiteit en herkenbaarheid**

**2.1** Bedrijfsmatige reclame via e-mail gericht aan een Zakelijke Ontvanger moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn, bijvoorbeeld door de adresregel of het onderwerp of door een combinatie van beide.

**2.2** De Opdrachtgever dient zich in de e-mail zodanig te identificeren dat hij gemakkelijk kenbaar en daadwerkelijk bereikbaar is voor de Zakelijke Ontvanger. Bedrijfsnaam en adres van de Opdrachtgever en de eventuele bron<sup>6</sup> van het e-mailadres dienen in de e-mail voor te komen. Volstaan kan worden met de vermelding van de bedrijfsnaam en tevens het e-mailadres of de website van de Opdrachtgever en de eventuele bron, indien daardoor kenbaarheid en bereikbaarheid verzekerd zijn.

## **3 Grootte**

**3.1** De Bedrijfsmatige reclame via e-mail mag maximaal een grootte hebben van 150 Kb, inclusief gecomprimeerde meegezonden bestanden, tenzij Opdrachtgever c.q. Verspreider en Zakelijke Ontvanger anders zijn overeengekomen of tenzij redelijkerwijs mag worden aangenomen dat reclame van een grotere omvang door de Zakelijke Ontvanger kan worden verwerkt.<sup>7</sup>

**3.2** Indien gecomprimeerde bestanden worden meegezonden, dient de e-mail de grootte van het bestand in uitgevouwen toestand te vermelden en de aard van het bestand.

**3.3** De Opdrachtgever draagt er zorg voor dat de e-mails zodanig worden verzonden dat hij er redelijkerwijs van uit mag gaan dat dit niet zal leiden tot verstoring<sup>8</sup> of onevenredige overlast tijdens de verzending.

---

<sup>6</sup> Indien bijvoorbeeld een ander dan de Opdrachtgever het e-mail adres heeft verzameld, wordt ook deze verzamelaar van het e-mailadres genoemd.

<sup>7</sup> Slechts indien bekend is bij de Opdrachtgever of de Verspreider, bijvoorbeeld door eerdere contacten, dat een bepaalde Zakelijke Ontvanger beschikt over voldoende capaciteit om ook grotere e-mails eenvoudig te kunnen verwerken, dan is het toelaatbaar ook e-mails van een grotere omvang toe te zenden.

<sup>8</sup> Om de reikwijdte van deze bepaling zo ruim mogelijk te houden is er van afgezien een opsomming te geven van mogelijke verstoringen. Zo'n opsomming kan al snel worden gezien als uitputtend, terwijl er toekomstige verstoringen denkbaar zijn, die nu nog niet of nauwelijks optreden. Neem bij twijfel contact op met uw internetserviceprovider.

## **4 Verzamelen van e-mailadressen van Zakelijke Ontvangers**

**4.1** Bij het verzamelen van e-mail adressen ten behoeve van Bedrijfsmatige reclame dient de gebruiker van het e-mailadres duidelijk geïnformeerd te worden waarvoor zijn e-mailadres kan worden gebruikt.

**4.2** Indien het e-mailadres aan derden kan worden verstrekt voor Bedrijfsmatige reclame via e-mail dient de gebruiker van het e-mailadres daarover eveneens te worden geïnformeerd bij het verzamelen.

**4.3** Het is de verantwoordelijkheid van de Opdrachtgever om zich bij de verzameling of verkrijging van het e-mailadres onder meer ten behoeve van de toezending van Bedrijfsmatige reclame er van te vergewissen dat het e-mailadres toebehoort aan een Zakelijke Ontvanger.

**4.4** De Opdrachtgever is verplicht de door hem verzamelde of verkregen e-mailadressen van Zakelijke Ontvangers periodiek, met een interval van maximaal twee jaar, te valideren.<sup>9</sup>

## **5 Gebruik van het e-mailadres van een Zakelijke Ontvanger**

**5.1** Bedrijfsmatige reclame via e-mail gericht aan het e-mailadres van een Zakelijke Ontvanger is in beginsel slechts toegestaan als de Zakelijke Ontvanger daarvoor vooraf toestemming heeft verleend.<sup>10</sup>

**5.2** De in het eerste lid bedoelde toestemming is niet nodig:

- Indien het om promotie van eigen producten en diensten gaat aan Zakelijke Ontvangers wier e-mailadressen verkregen zijn in de context van de aanvraag van informatie over of van de verkoop van de eigen producten of diensten van de Opdrachtgever. Als eigen producten en diensten worden ook beschouwd de producten en diensten van andere ondernemingen die tot de zelfde groep behoren, mits de relaties tussen bedrijven onderling voor derden duidelijk kenbaar is of indien het gaat om producten en diensten van derden die door de Opdrachtgever in samenhang met het eigen product worden aangeboden;<sup>11</sup>
- Indien het gaat om het promoten van eigen diensten en producten aan bestaande relaties van de Opdrachtgever;

---

<sup>9</sup> De Opdrachtgever heeft de verplichting te werken met een zoveel mogelijk correct emailbestand. Hij zal de juistheid van de e-mailadressen op gezette tijden moeten controleren en zonodig de adressen moeten corrigeren of verwijderen. De Opdrachtgever kan de adressen uiteraard ook controleren via of gelijktijdig met een Bedrijfsmatige e-mailactie.

<sup>10</sup> Indien iemand zijn zakelijke visiekaartje met e-mailadres overhandigt of achterlaat wordt dit beschouwd als het geven van toestemming voor het gebruik van de contactadressen in het zakelijk verkeer.

<sup>11</sup> Denk hier bijvoorbeeld aan een telecomoperator die mobiele telefoons van derden / fabrikanten aanbiedt.

- Indien het gaat om het promoten van eigen diensten en producten aan bedrijven die tot dezelfde bedrijfskolom behoren mits de Opdrachtgever aannemelijk kan maken dat zijn aanbod aansluit bij en (eveneens) ten voordele kan zijn voor de (bedrijfs)activiteiten van de Zakelijke Ontvanger;<sup>12</sup>
- Indien het adres niet rechtstreeks van de Zakelijke Ontvanger wordt verkregen, mag de in het eerste lid van dit artikel bedoelde toestemming voor het ontvangen van Bedrijfsmatige reclame via e-mail worden verondersteld, indien dit redelijkerwijs uit de context kan worden afgeleid en de Opdrachtgever dit desgewenst kan aantonen;<sup>13</sup>
- Indien het gaat om Algemene Adressen van ondernemingen of organisaties, indien mag worden aangenomen dat zij niet alleen zijn bedoeld om met die onderneming of organisatie of bepaalde afdelingen daarvan in contact te kunnen treden, maar ook bedoeld zijn voor het ontvangen van Bedrijfsmatige reclame: info@..., bestelling@..., inkoop@;<sup>14</sup>
- indien het e-mailadres rechtmatig is verzameld voordat deze Code in werking treedt.

## 6 Recht van verzet

**6.1** Indien Bedrijfsmatige reclame wordt verstuurd per e-mail, dient de e-mail duidelijke aanwijzingen te bevatten waaruit blijkt hoe de Zakelijke Ontvanger zich bij de Opdrachtgever kan afmelden voor het ontvangen van reclame via e-mail.<sup>15</sup> Met inachtneming van het bepaalde in het tweede lid is het een Opdrachtgever niet toegestaan een Zakelijke Ontvanger die zich bij hem heeft afgemeld (verder) met Bedrijfsmatige reclame via e-mail te benaderen via één of meer afgemelde e-mailadressen.

**6.2** Indien een Zakelijke Ontvanger via afmelding bij de Opdrachtgever te kennen heeft gegeven in het vervolg geen Bedrijfsmatige reclame via e-mail te willen ontvangen van deze Opdrachtgever via één of meer opgegeven e-mailadressen, waaronder begrepen Algemene Adressen, dient de Opdrachtgever zo spoedig mogelijk, doch in ieder geval binnen één maand na ontvangst van het verzoek, afdoende maatregelen te treffen om te voorkomen dat hij naar dit e-mailadres / deze e-mailadressen nog Bedrijfsmatige reclame via e-mail toestuurt.

---

<sup>12</sup> Hierbij wordt gedacht aan bijvoorbeeld een fabrikant van fietsnaven die een nieuwe vinding onder de aandacht van fabrikanten van rijwielen wil brengen.

<sup>13</sup> Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn, omdat het e-mailadres afkomstig is uit een openbaar, zakelijk register en een dergelijke verkrijging niet in strijd is met de doeleinden van het betreffende register. De rechtsvorm van de onderneming is daarbij niet doorslaggevend. Ook het e-mailadres van bijv. een contactpersoon of van de eigenaar van een eenmansbedrijf mag als een e-mailadres worden beschouwd, dat (mede) bestemd is voor het ontvangen van Bedrijfsmatige reclame, indien de gebruiker die bestemming daaraan heeft toegekend of deze uit de context vermoed mag worden;

<sup>14</sup> Deze bepaling mag niet gelezen worden als een vrijbrief voor onrechtmatige verzameling van dit type adressen via methodes als 'harvesten' en 'dictionary attacks'. Dat is niet toegelaten onder deze Code, omdat het in strijd is met de bepalingen over het verzamelen van e-mailadressen.

<sup>15</sup> Deze aanwijzing kan bijvoorbeeld bestaan in vermelding van een hyperlink of een (e-mail)adres, waarmee men zich bij de Opdrachtgever kan afmelden voor Bedrijfsmatige reclame per e-mail van de Opdrachtgever.

**6.3** De afmelding als bedoeld in het eerste lid is geldig voor een termijn van twee jaar te rekenen vanaf het moment van bovenstaande opname.

**6.4** Opdrachtgever zal alle maatregelen en voorzieningen treffen:

- om respectering van de afmelding voor Bedrijfsmatige reclame via e-mail te bereiken;
- voor de concrete uitvoering en naleving van deze Code.

## **7 Klachten**

**7.1** Iedere Zakelijke Ontvanger die in strijd met deze Code reclame via e-mail heeft ontvangen, kan hierover schriftelijk of per e-mail een klacht indienen bij de Opdrachtgever.

**7.2** De Opdrachtgever is gehouden de klacht te onderzoeken en de Klager binnen vier weken schriftelijk of per e-mail te informeren omtrent de afhandeling van de klacht.

**7.3** De Klager die meent dat hij niet binnen vier weken is geïnformeerd zoals bepaald in artikel 7.2, of die de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan schriftelijk en/of per e-mail een klacht indienen tegen de Opdrachtgever bij de Stichting Reclame Code, conform de statuten en het reglement van deze Stichting.

## **8. Informatie over de Code**

Voor meer informatie over de werking van deze Code kan contact worden opgenomen met de Stichting Reclame Code.

Voor meer informatie over de werking van deze Code in relatie tot de wettelijke regeling in de Telecommunicatiewet kan contact opgenomen worden met het Ministerie van Economische Zaken en met de OPTA.

## **9 Inwerkingtreding**

**9.1** Deze Code treedt per 1 oktober 2007 in werking.

Artikel 4 is niet van toepassing op e-mailadressen van Zakelijke Ontvangers die rechtmatig verkregen zijn vóór de datum van inwerkingtreding van deze Code.

**9.2** Deze Code wordt voor een periode van twee jaar vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd voor een periode van twee jaar. Aan het eind van iedere tweejaarlijkse periode, dan wel indien daartoe eerder aanleiding is, zal worden onderzocht of er aanleiding is de Code aan te passen, bijv. in verband met excessieve stijging van de verspreiding van ongevraagde Bedrijfsmatige reclame via e-mail, nieuwe Europese wetgeving, beleidsregels van de OPTA.

**9.3** Opdrachtgever kan in zijn reclame-uitingen aangeven dat hij meent te werken conform deze Code. De OPTA heeft aangegeven bij de handhavingstaak daar in positieve zin rekening mee te houden.