

Beslissing van de Reclame Code Commissie

in de zaak van : SRM B.V., gevestigd te Amsterdam, klaagster,
tegen : Groupon Netherlands B.V., gevestigd te Amsterdam,
adverteerder.

De procedure

Voor het verloop van de procedure tot 22 december 2011 wordt verwezen naar de Beslissing van de voorzitter van de Reclame Code Commissie die op die dag in deze procedure is uitgesproken met betrekking tot het betalen van klachtengeld door klaagster.

In de onderhavige beslissing wordt ingegaan op de inhoud van de klacht.

Adverteerder heeft bij brief (met bijlagen) van 25 januari 2012 verweer gevoerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 31 januari 2012.

Namens klaagster verscheen mr. drs. M. Kohnstamm om de klacht mondeling nader toe te lichten. Namens adverteerder verschenen M. Strikwerda en L. Doets.

De bestreden reclame-uitingen

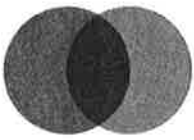
Het betreft de volgende fragmenten op de website <http://works.groupon.nl>:

- Onder het kopje: "Heb je onze leden al ontmoet?" staan verschillende cirkeldiagrammen die – kennelijk - "Leeftijd", "Opleiding", "Burgerlijke staat", "Geslacht", "Beroep" en "Inkomen" van de 'leden' van adverteerder weergeven.
- Onder het kopje: "Wat krijg je met Groupon wat je nergens anders krijgt" staat onder meer de tekst: "Ons jonge, gretige publiek ziet Groupon als een lifestyle-gids, wijzen op alle 'hotspots' in hun eigen stad die ze daarvoor niet kende of nog nooit hadden geprobeerd! (...)".
- Onder "Wat bedrijven over Groupon zeggen" staat onder meer de tekst: "97% zouden Groupon weer gebruiken".

Kopieën van de betreffende webpagina's zijn aan deze beslissing gehecht.

De klacht

De klacht luidt, samengevat, als volgt.



Dossier 2011/01166

De bewuste onderzoeksgegevens zijn in het geheel niet gebaseerd op onderzoek dat in Nederland is verricht. Uit in Nederland verricht marktonderzoek onder Groupon-gebruikers blijkt dat de samenstelling en de koopmotieven van de gebruikers in Nederland in belangrijke mate afwijken van de op de website genoemde gegevens.

Voorts is de stelling dat 97% van de ondernemers Groupon opnieuw zouden inzetten niet gebaseerd op onderzoek.

Klaagster is van oordeel dat aldus sprake is van misleidende reclame.

Het verweer

De klacht wordt gemotiveerd weersproken. Voor zover van belang voor de beslissing zal hierop in het oordeel nader worden ingegaan.

De mondelinge behandeling

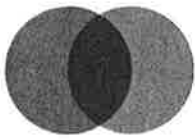
De standpunten van klaagster en adverteerder worden door de genoemde aanwezigen mondeling nader toegelicht.

Het oordeel van de Commissie

Niet in geschil is dat de uitingen zijn gericht op Nederlandse bedrijven teneinde bij hen de mogelijkheid aan te prijzen reclame-uitingen te richten op de klanten van adverteerder. In verband daarmee wordt in de uitingen onder meer een gedetailleerd overzicht gegeven van dat klantenbestand, dat wil zeggen de klanten die door bedoelde bedrijven via adverteerder kunnen worden bereikt. Het betreft onder meer specifieke gegevens over de leeftijd, opleiding, beroep en inkomen, weergegeven in diverse cirkeldiagrammen. Voorts wordt in de uitingen verwezen naar meningen van klanten over adverteerder en de tevredenheid van bedrijven die inmiddels via adverteerder reclame hebben gemaakt. In de uitingen staat geen informatie over de wijze waarop bedoelde gegevens zijn verkregen en de nationaliteit van de klanten en bedoelde bedrijven.

Vaststaat dat voormelde gegevens specifiek betrekking hebben op het Amerikaanse klantenbestand van adverteerder. Dit blijkt niet uit de gewraakte uitingen. Door het ontbreken van die informatie zal het gemiddeld bedrijf waarop de uitingen zijn gericht in de veronderstelling verkeren dat het om gegevens gaat die betrekking hebben op Nederlandse klanten van adverteerder, althans dat het gaat om gegevens die relevant zijn om zich een goed geïnformeerd oordeel te kunnen vormen over de specifieke samenstelling van de doelgroep die via adverteerder kan worden bereikt. In verband met het laatste is van belang dat klager heeft gesteld dat uit in Nederland verricht marktonderzoek onder Groupon-gebruikers blijkt dat de samenstelling en koopmotieven van Nederlandse klanten belangrijk afwijken van de in de uitingen bedoelde gegevens. Adverteerder heeft dit niet weerlegd.

De Commissie acht het op grond van het laatste aannemelijk dat het ontbreken van informatie over de nationaliteit van het in de uitingen bedoelde klantenbestand de beslissing van het gemiddelde bedrijf over een transactie wezenlijk zal (kunnen) beïnvloeden en aldus effect zal (kunnen) hebben op het economische gedrag van dat bedrijf, en wel in deze zin dat bedrijven zullen besluiten advertenties te richten op



Dossier 2011/01166

klanten van adverteerder in de onjuiste veronderstelling dat zij daarmee een doelgroep bereiken die is samengesteld als blijkt uit de uitingen. Daaruit volgt dat de informatie met betrekking tot het feit dat de gegevens in de uitingen specifiek betrekking hebben op de Amerikaanse markt, essentieel is in de zin van artikel 8.3 aanhef en onder c van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Door het ontbreken van die informatie is sprake van een omissie als bedoeld in dit artikel. Om die reden is de reclame misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag. Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

Mr. D.H. Beukenhorst

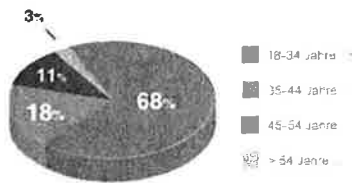
De secretaris

Mr. W. Hengeveld

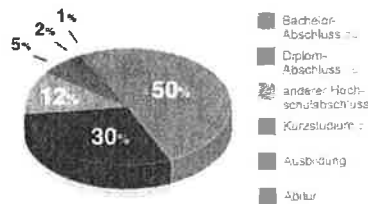
Gewezen doormr. D.H. Beukenhorst, voorzitter en M. van der Meij, T.G.H. de Rooij, mr. B.V. Vogel en H.W. Zuur, leden.

Amsterdam, 14 februari 2012

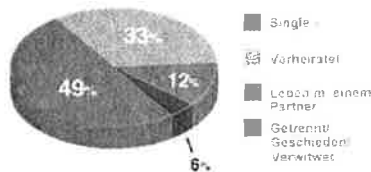
Heb je onze leden al ontmoet?



Leeftijd
Ze zijn jong



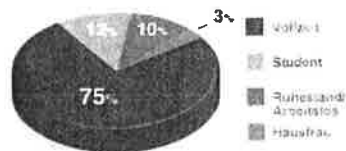
Opleiding
Ze zijn slim



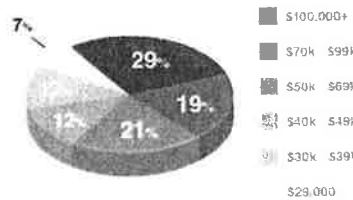
Burgerlijke staat
Overwegend single



Geslacht
Overwegend vrouw



Beroep
Ze werken



Inkomen
Ze hebben geld

CONTACT

Groupon B.V.
Asterweg 20k
1031 HN Amsterdam

Tel.: 020 435 03 73
E-mail: partner(at)groupon.nl

I clienti Groupon spendono in media il 60% in più del valore del coupon quando lo utilizzano

Sono socialmente attivi, sia online sia nella vita reale

- Il 50% escorre due volte o più a settimana
- Sono utenti abituali di Facebook, Twitter, blog e altri social media

Adorano Groupon

Secondo un recente sondaggio sui nostri iscritti:

- Il 66% legge ogni giorno le offerte Groupon
- Il 66% utilizza Groupon come guida per esplorare la città

e i nostri partner li adorano

Secondo un recente sondaggio sui nostri partner:

- Il 92% ritiene che Groupon abbia portato clienti di qualità
- L'89% afferma che i nuovi clienti sono formati successivamente anche senza coupon

In breve, gli iscritti Groupon sono una delle clientele più numerose e desiderate per ogni attività, e una delle più difficili da raggiungere con le pubblicità tradizionali

VERGELIJKING

Wat krijg je met Groupon wat je nergens anders krijgt?

Waardevolle nieuwe klanten, gegarandeerd

OMDAT een minimum aantal consumenten een aanbieding moet aanschaffen, garandeert Groupon betalende klanten. Deze gebruikers zoeken niet de ideale aanbieding maar het ideale excuus om iets nieuws te proberen. Wij leveren ze bij je onderneming aan en jij zorgt ervoor dat ze blijven terugkomen.

Efficiënte meetbare marketing

ER ZIJN geen kosten vooraf verbonden aan plaatsing van een deal op Groupon. Wij verdienen door per verkochte Groupon een succesfee in te houden. Met andere woorden, wij winnen alleen als jij wilt en jij kunt bij elke stap in het proces precies weten wat je kan verwachten.

CONTACT

Groupon B.V.
Asterweg 20K
1031 HN Amsterdam
Tel.: 020 435 03 73
E-mail: partner(at)groupon.nl

Honderden nieuwe klanten hebben dankzij de campagne op Groupon hun weg kunnen vinden naar Just Wellness. We zijn nu na 6 maanden al een begrip in Amsterdam. Net als Groupon!
Julia, O. Just Wellness Amsterdam

Wordt het gesprek van de stad

ONS JONGE, gretige publiek ziet Groupon als een lifestyle-gids wijzend op alle hotspots in hun eigen stad die ze daarvoor niet kende of nog nooit hadden geprobeerd! Ze maken kennis met bedrijven die op hun beurt meer klanten genereren dan via welke manier van adverteren dat ook.

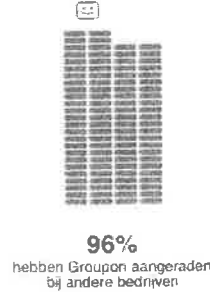
Mond-tot-mond

EEN AANBIEDING bij Groupon brengt je onder de aandacht bij duizenden leden in elke Groupon-stad. En elke dag komen er duizenden bij. Vervolgens verspreiden ze de aanbieding met iedereen die ze kennen via Facebook, Twitter, Hyves en andere social media. Hiermee werden nieuwe klanten aangetrokken die maandenlang in jouw zaak komen als gevolg van je aanbieding op Groupon.

De samenwerking met Groupon is een goed alternatief voor adverteren, en zoals voor ons is gebieden, een erg succesvol alternatief!
Thomas F. New Restaurant Amsterdam

Wij van HeliCentre zijn erg blij met Groupon omdat onze naamsbekendheid met name door Groupon steeds groter wordt.
Maaike D. HeliCentre Breda

Wat bedrijven over Groupon zeggen



terugbreng

GROUPON