

Nieuwsbrief

Stichting Gedragscodes Mobiele Diensten

26 Mei 2011



Deze nieuwsbrief informeert over actuele zaken binnen de Stichting Gedragscodes Mobiele Diensten.

De markt voor premium sms diensten en de handhaving ervan.

Veel gebruikers van een mobiele telefoon ontvangen sinds jaar en dag een van de vele diensten die via sms geleverd kunnen worden zoals bijvoorbeeld ring-tones, het weerbericht, filenieuws en andere informatieve diensten. Deze worden soms geleverd in de vorm van een abonnement, maar vaak ook betreffen het eenmalige diensten zoals bijvoorbeeld bij het stemmen op de favoriete X-factor kandidaat. De Nederlands markt voor premium sms diensten is in de afgelopen jaren gegroeid naar een omzet van ruim 100 miljoen Euro. Elke maand worden er tussen de 6 en 7 miljoen betaalde sms berichten verzonden naar gebruikers.

In elke markt met een dergelijk groot aantal gebruikers en dito dienstenaanbieders is het onvermijdelijk dat er klachten ontstaan. Vandaar dat geruime tijd geleden de sector besloten heeft tot zelfregulering door middel van een gedragscode en een reclamecode en hebben de sms dienstenaanbieders, de gateways en de operators gezamenlijk hiervoor een stichting gevormd: de Stichting Gedragscodes mobiele Diensten. Het bestuur van de Stichting heeft op haar beurt weer een Loket ingericht dat klachten onderzoekt en de dienstenaanbieders en gateways controleert of zij zich aan de gedragscode en reclamecode houden. Daar waar dit niet het geval is en/of een klacht terecht is kan het Loket deze doorsturen aan de Commissie Handhaving met het verzoek aan de Commissie om handhavend op te treden jegens de – in het ogen van het Loket – overtredende partij. Indien een partij zich niet houdt aan de reclamecode kan eveneens een klacht bij de Reclamecode Commissie worden ingediend.

..elke maand worden er tussen de 6 en 7 miljoen betaalde sms berichten verzonden..

Verder in deze nieuwsbrief:

Nieuwe SMS Gedragscode: Deze gaat in per 15 mei 2011, de belangrijkste verschillen op een rij.

Nieuws Reclamecode SMS: Jongeren; Logo's en Voice-overs, een samenvatting





Per 15 mei j.l. is de nieuwe Reclame Code van kracht: *Wat is er nieuw ?*

Gedurende de afgelopen maanden is er hard gewerkt aan een update van zowel de SMS Gedragscode als ook de SMS Reclame code. Dank aan de vele die hieraan hebben meegewerkt, naast de diverse overleggen is er ook een hoop tijd gestoken in het schrijven van de nieuwe teksten. De meest recente versie van beide codes zijn te vinden op

www.smsgedragscode.nl

Hieronder vind u een overzicht van de belangrijkste wijzigingen:

Een Logo.

Het gebruik van het logo is verplicht in zowel televisie, internet en print uitingen, Door dit logo kan de consument eenvoudig zien wat de kosten per week en/of per content item zijn en of het een abonnements- of eenmalige dienst betreft.

Uiting in lijn met de SMS dienst.

De uiting moet qua karakter overeenkomen met de SMS dienst, het is bijvoorbeeld niet meer toegestaan een uiting te doen over het winnen van een prijs terwijl het product een ringtone abonnement is. Indien er ter ondersteuning een prijs wordt weggegeven, dient de SMS dienst ten minste met dezelfde nadruk te worden gecommuniceerd.

Reclame op jongerensites.

Het is met de nieuwe code niet meer toegestaan SMS diensten te promoten op site die geheel of gedeeltelijk zijn gericht op jongeren onder de 16 jaar.

Bewaren reclame uitingen: Internet reclame uitingen en aanmeldschermen, inclusief die van de affiliates, dienen een jaar te worden bewaard.

Voice-Over bij TV en Radio reclame: Met een duidelijk verstaanbare voice-over moeten bij abonnementsdiensten de totale kosten per week worden gecommuniceerd, bij eenmalige kosten de kosten per bericht. In geval van chat met fictieve profielen, moet ook dit worden vermeldt.

Tenslotte, bij TV reclame dient de disclaimer gedurende de gehele reclame in beeld zijn.

3 Logo varianten.

De logos zijn nauwgezet gedefinieerd in de reclame code. Er zijn 3 kleur varianten mogelijk:

Abonnement
9,00 €/week

Abonnement
9,00 €/week

Eenmalig
2,00 €/item

Nieuwe Gedragscode ook per 15 mei actief.

Ook de SMS gedragscode is nieuw, op diverse punten zijn er verbeteringen aangebracht en is hij naar de huidige markt situatie aangepast. De belangrijkste wijzigingen:

Wap Push:

Er zijn diverse wijzigingen doorgevoerd voor het gebruik van Wap push (een speciaal SMS bericht voor het versturen van een internet link). Dit is met name gedreven door het feit dat steeds minder telefoons Wap push ondersteunen, dit is o.a. het geval bij de Apple i-Phone. Hierdoor krijgt de consument een slechte gebruikerservaring, om dit zo veel mogelijk op te lossen is het volgende toegevoegd:

- Indien de content aflevering via Wap-push plaatsvindt moet dezelfde content tevens via SMS geleverd te worden.
- In het welkomst bericht toegevoegd: “Je product wordt op 2 manieren verstuurd om te garanderen dat je je product zichtbaar op je mobiele telefoon ontvangt”.
- De tekst ‘info? www.smsgc.nl’ wordt op de download pagina vermeld.

Chat:

Er wordt een welkomstbericht verstuurd waarin het karakter van de dienst duidelijk wordt gemaakt als ook de kosten en informatie hoe de dienst stop te zetten. Indien gewerkt wordt met fictieve personages mag in de MT-berichten naar de eindgebruiker niet de indruk worden gewekt dat het mogelijk is om fysieke afspraken te maken.

Automatisch eindigende abonnementen:

Als de consument gedurende twee weken geen content ontvangt, stopt het abonnement automatisch. Hier hoeft dus geen Stop voor ontvangen te zijn. Zie artikel 12.6

Meer bevoegdheden Loket:

Het Loket mag log gegevens en uitingen opvragen bij content providers en sms dienstverleners. Dit geeft het Loket de mogelijkheid gericht te werken.

SMS dienstenfilter

Vanaf 1 April worden consumenten die hun nummer blokkeren op www.smsdienstefilter.nl SMS diensten binnen 24 uur geblokkeerd.

Melding dienstenfilter

Dit filter blokkeert nu ook eenmalige diensten ! Als het filter is ingesteld en er toch een aanvraag voor een sms dienst wordt gedaan, wordt er een gratis sms bericht verstuurd met de melding: “Je kunt geen gebruik maken van de dienst omdat je nummer hiervoor is geblokkeerd. Maak de blokkade ongedaan op www.smsdienstenfilter.nl en ontvang de dienst.”

€ of E of Euro ?

‘E’ is geen toegestane afkorting meer van Euro. Het € teken mag wel, maar alleen als de content provider kan garanderen dat dit juist getoond wordt op het toestel van de consument.



Het Loket in cijfers

Sinds 1 februari zijn er meer dan 100 campagnes bekeken voornamelijk naar aanleiding van meer dan 600 eindgebruikers klachten ingediend bij de mobile netwerken.

Een vijftal shortcodes zijn gestopt en een aantal commissie zaken zijn in voorbereiding.

Voor de komende maanden verwachten we een toename van de commissie zaken vanwege herhaalde overtredingen.

Richtsnoer misleiding

Meer dan de helft van de klachten over SMS diensten komen van diensten waarbij de eindgebruiker mee doet aan een spel of dacht iets te kunnen winnen door het sturen van een SMS. Hierbij blijkt later ook een SMS abonnement te zijn afgesloten.

Veel van de uitingen die door het Loket zijn onderzocht blijken van een en dezelfde opzet:

- internet pagina waar door affiliates naar wordt doorgestuurd.
- groot wervende teksten over de te winnen prijs (het 'lokkertje')
- onduidelijkheid omtrent het te leveren product.

Het Loket treedt op tegen deze uitingen vanwege overtreding van zowel de SMS gedragscode als de SMS reclame code. Hierdoor is bij diversen partijen (SMS dienstverleners en content providers) onduidelijkheid ontstaan over wat is toegestaan en wat niet. Om hierin enige duidelijk te verschaffen is door het bestuur en het Loket een **richtsnoer misleiding** geschreven wat bij deze nieuwsbrief is gevoegd.

Onacceptabele Wervingsmethoden

Het Loket werkt intensief samen met ander partijen in de markt. Een voorbeeld hiervan zijn bijvoorbeeld dating sites. Meer en meer zien we SMS partijen die profielen aanmaken op serieuze dating site met als doel klanten werving voor erotische chat. Het profile is voor een klant van de dating site niet te onderscheiden van een serieuze kandidaat en gaat akkoord met communicatie via SMS. Zijn date blijft, hoewel enthousiast, de fysieke afspraak steeds uitstellen en de telefoonrekening loopt op.

In samenwerking met de dating site worden deze gevallen aan het Loket gemeld. Bij herhaalde overtreding door 1 partij gaat het Loket onherroepelijk naar de Commissie handhaving.

Email Spam en creatieve internet technologieën.

De laatste tijd komen er steeds meer meldingen van SMS advertenties via email en (gratis) SMS. In sommige gevallen zonder opt-in. Vanzelfsprekend worden ook deze uitingen door het Loket bekeken en moeten deze uitingen voldoen aan de SMS reclame- en gedragscode. Overbodig om te zeggen, email of SMS versturen zonder een opt-in is illegaal volgens de Nederlandse wet. De gedragscode is daarover niet van toepassing.

