

Koning klant op internet

Onlangs uitte de DMSA in Adformatie haar bezorgdheid over de richtlijn E-Commerce die uiterlijk begin volgend jaar (17 januari) moet zijn geïmplementeerd.

De Nederlandse internetondernemer heeft echter sinds kort een veel acutere zorg. Op 1 februari is de zogeheten 'Wet Verkoop op Afstand' in werking getreden. Deze wet beoogt ook de consumenten te beschermen en wel door een aantal risico's van e-commerce en van andere meer traditionele vormen van verkoop op afstand weg te nemen. Verkoop op afstand kent in hoofdzaak twee nare kantjes. In de eerste plaats: voordat je 'ja' zegt, heb je het product niet kunnen zien, aanraken, voelen, passen; samengevat: onderzoeken. In de tweede plaats, en dat ligt een beetje in het verlengde van de eerste onzekerheid, leent de verkoop op afstand zich voortreffelijk voor misleidende en agressieve verkoopmethoden.

Voor het terugdringen van agressieve en/of misleidende verkoopmethoden bepaalt de wet uitdrukkelijk dat bij gebruik van de telefoon aan begin van elk gesprek de identiteit van de verkoper en het commercieel oogmerk van zijn oproep moet worden meegedeeld en dat het gebruik van automatische oproepsystemen en faxen uitsluitend is toegestaan wanneer de consument daarvoor voorafgaand toestemming heeft verleend. Hoe zo iets mogelijk is bij faxen maakt de wet niet duidelijk.

Met gebruik van andere technieken, bijvoorbeeld direct e-mail, is ook zonder voorafgaande toestemming toegestaan tenzij de consument te kennen heeft gegeven dat hij hiervan niet gediend is (de zogeheten 'opt out' oftewel 'nee'). Ten slotte geldt bij de laatstgenoemde variant dat de verkopers tenminste één keer per jaar de consument via dag-, nieuws- of huis-aan-huisbladen of op een andere geschikte wijze moeten mededelen hoe zij verschoond kunnen blijven van ongevraagde reclameboodschappen.

Het meest spectaculair in de nieuwe wet is zonder twijfel het herroepingsrecht. De consument mag de overeenkomst waarmee hij een product of dienst heeft aangeschaft binnen zeven dagen na ontvangst van



het product of aanvang van de dienstverlening zonder opgave van redenen herroepen. De verkoper moet dan binnen dertig dagen de koopprijs terugbetalen. Die zeven - dagen - termijn kan zelfs uitlopen tot een periode van drie maanden wanneer de leverancier niet voldoet aan verregaande eisen van informatievoorziening. Een volledige opsomming van wat er aan informatie moet worden verstrekt past niet binnen het bestek van deze bijdrage. Het gaat om zaken zoals het beschrijven van de belangrijkste kenmerken van het product of van de dienst, het bekendmaken van de identiteit van de verkoper, het verstrekken van informatie over leveringskosten en betalingswijze en het bekendmaken van een bezoekadres waar je met je klachten terecht kunt enz.

Een praktisch gevolg van deze vereisten is (vanzelfsprekend) dat de e-commerce ondernemers goed moeten uitkijken of de informatievoorziening op de website bij het traject van aanbieding tot en met levering helder en volledig is. Daarnaast moeten de leveringsvoorwaarden worden afgestemd op de minimum regels met betrekking tot het herroepingsrecht en de daarmee samenhangende gevolgen.

De wet is niet op alle producten en diensten van toepassing. Zo zijn financiële diensten (komen aparte regels voor), onroerend goed, internetveilingen en verkoop via automaten uitgezonderd. Ook het herroepingsrecht als zodanig kent zijn beperkingen. Het geldt bijvoorbeeld niet voor 'dagverse producten', voor goederen met een koersgevoelige waarde, voor zogeheten maatwerk (maar wanneer is daarvan sprake?) en voor enkele andere zeer voorstelbare beperkingen. Al met al zal het mij benieuwen of deze wet met zijn 'pampering' van de klant nu wel de broodnodige prikkel voor het internetshoppen zal blijken te zijn.

door Marcel de Zwaan

Tien nominaties Carl Lipp Ring

Voor de Carl Lipp Ring, die traditiegetrouw deze week op het congres van de MWG (Vereniging voor Commerciële Communicatie, v/h MediaWerkGroep) in Noordwijkerhout wordt uitgereikt, zijn tien salesmanagers genomineerd. De lijst is tot stand gekomen op basis van een 'e-enquête' van Trendbox onder 150 mediaplanners, rtv-planners, online-planners en adverteerders. Genomineerd zijn, in alfabetische volgorde: *Rob Beijersbergen* (National Geographic Channel), *Jotta Erath* (De Nationale Regiopers), *Yolanda Formanoy* (VNU Tijdschriften), *Madelon Fortuin* (TDI Buitenreclame), *Nico Kreuning* (Radio 538 Interactive), *Dennis Landman* (Sky Radio, v/h TMF), *Giovanni van Lunenburg* (IPN), *Marlene Wickel* (Mediavision Bioskoopreclame, v/h Veronica Uitgeverij), *Fokke Zandstra* (Audax Media) en *René Zeedijk* (Radio 538). Niet eerder genomineerd zijn Beijersbergen, Erath en Landman. Winnaars in voorgaande jaren blijven buiten competitie.

Jan Knaap (Van Walbeek Etcetera), voorzitter van de Carl Lipp Ring constateert dat, net als vorig jaar, de belangrijkste mediumtypen zijn vertegenwoordigd binnen de toptien. "Dat is het mooiste bewijs dat het mediavertegenwoor-

digersschap de afgelopen jaren in de breedte op een hoger plan is gekomen. Niet voor niets de belangrijke doelstelling van de Stichting".

Omdat de Ring dit jaar voor de tiende keer wordt uitgereikt, zal *André Roof* (Media Insight) namens de Stichting tijdens de jubileumuitreiking niet alleen terugblikken, maar ook in het verlengde van het congres thema van dit jaar - Nieuw! - een nieuw initiatief aankondigen.

De Ring is vernoemd naar *Carl Lipp*, die 33 jaar voor Het Beste toonde 'wat relatiemanagement was toen het woord nog niet was uitgevonden'. De winnaar van de ring is 'een waardig ambassadeur (m/v) voor z'n medium en de beroepsgroep, met veel gevoel voor zakelijke en menselijke verhoudingen en in alle opzichten een topverkoper'.

De organisatie is in handen van het bestuur van de Stichting. Daarin zitten verder *Frans Rodenburg* (Wisecrackers) en *Ton Schoonderbeek* (MindShare).

Drie sponsors ondersteunen de activiteiten van de Stichting: NRC Trendbox, Media Exposure en de MWG. De Carl Lipp Ring-stichting werkt nauw samen met Adformatie

exciting
brand
date

dick tone

FutureBrand