

Tip en tricks over reclame vanuit de overheid van Rob Mouris (IMMA)

Reclame is ongevraagd iets toesturen. Dus een wervingsbrief is reclame. Het gaat om wat reclame-/marketingwise mag in combinatie met wat u als overheid wilt doen.

Definitie van de Reclame Code Commissie (RCC)

‘Onder reclame wordt verstaan: iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van goederen, diensten en/of denkbeelden door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze, al dan niet met behulp van derden. Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten.’ (Bron: www.reclamecode.nl)

De Code brievenbus reclame, huissampling en direct response advertising (CBR)

Deze code schrijft voor: ‘De opdrachtgever dient zich in de brievenbusreclame, huissampling en direct response advertising zodanig te identificeren, dat hij gemakkelijk kenbaar en daadwerkelijk bereikbaar is voor de ontvanger. Naam en adres van de opdrachtgever dienen in het aanbod voor te komen, waarbij niet kan worden volstaan met de vermelding van het postbusnummer.’ (Bron: Stichting Reclame Code)

Verplichte elementen voor mailings als gevolg van de regels van de RCC

1. Naam, toenaam en bezoekadres van de afzender van de uitnodiging moeten altijd worden vermeld. Dit is de opdrachtgever achter de uitnodiging, vaak RWS, een provincie of een andere overheidspartij. Dit is **niet** het adres van de opdrachtnemer van het project.
2. Ontdubbelen op Nationaal Post- en Overledenenregister (zie www.postfilter.nl) op ten minste de rubriek ‘Auto’s & Toebehoren’. De stichting Postfilter, die deze registers beheert, is ontstaan vanuit zelfregulering van direct marketing-partijen. Het ministerie van IenM heeft een contract voor gebruik van deze registers voor alle Beter Benutten-projecten met deze stichting tot eind 2017. Daarna is dus actie vereist!

Verplichte elementen voor mailings gebaseerd op kentekenregistratie vanuit de regels van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp, vanaf mei 2018 AVG)

In de brief moet een verwijzing staan naar de veelgestelde vragen over de naleving van de privacyregels:

1. Hoe komt u aan mijn persoonsgegevens? (Uitleg dat dit met kentekenregistratie op grond van een publiekrechtelijke taak heeft plaatsgevonden.)
2. Hoe zit het met mijn privacy? (Verwijzing naar privacystatement met daarin uitgebreide uitleg over hoe privacy geborgd wordt.)
3. Waar kan ik mij afmelden? (Informatie geven over hoe de aangeschrevene zich kan afmelden voor kentekenregistraties en/of verwijdering van persoonsgegevens uit systemen (Verwijzing naar procedure ‘recht op verzet’: vaak ingevuld door te verwijzen naar een servicedesk en de afmeldregisters www.registreer-me.niet.nl of www.scanmijniet.nl.)
4. Hoe ontvang ik geen ongevraagde reclame meer? (Informatie geven over hoe de aangeschrevene zich structureel kan afmelden voor postreclame met verwijzing naar het Nationaal Postregister.)

Spanningsveld overheid en opdrachtnemers

Uit marketingoogpunt willen veel opdrachtnemers liever minder dan meer informatie in een brief opnemen. Overheidspartijen zijn hier vaak terughoudender in. Een overheidspartij wil vaak volledig en niet misleidend zijn, een marktpartij houdt het liever kort, bondig en wervend.

Als marktpartijen kentekenregistraties gebruiken voor hun werving, dan vindt deze wijze van benaderen plaats op de juridische grondslag van een overheidspartij. Hierdoor heeft de opdrachtnemer zich te houden aan de wensen en ‘tone of voice’ van de betreffende overheidspartij op wiens grondslag betrokkenen worden aangeschreven.

Geef als opdrachtgever duidelijk de kaders mee als een soort ‘merkpersoonlijkheid’. Werken voor een overheid heeft altijd restricties. Alleen de overheden hebben nog geen eenduidige merkpersoonlijkheid beschreven. Dus als u dit al doet, kan het alleen in grote lijnen.