



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

STICHTING RECLAME CODE PUBLICEERT JAARVERSLAG 2010  

Datum: 24 mei 2011
Dossiernr: 2011/00299
Uitspraak: Aanbeveling
Product / dienst: Vrije tijd, amusement, cultuur en sport
Motivatie: Misleiding (overig)
Medium: Drukpers/tijdschriften, Digitale marketing communicatie

De bestreden uitingen

Het betreft:

1. Een uiting op www.walibi.com/holland inhoudende een plattegrond van het pretpark Walibi.
 2. Drukwerk in de vorm van een folder met dezelfde inhoud.
- In beide uitingen staat:

“NIEUW
RATTLE
SNAKE”.

De klacht

Gesuggereerd wordt dat er een nieuwe attractie is, terwijl de achtbaan Rattle Snake er al sinds 1992 staat.

Het verweer

De klacht is ongegrond.

Allereerst is de folder geen reclamefolder. Het gaat om een parkplattegrond die gratis wordt verstrekt aan gasten, die al in het park aanwezig zijn. De folder dient als intern communicatiemiddel en niet om potentiële bezoekers te enthousiasmeren. Voorts heeft de achtbaan om de volgende twee redenen een nieuwe naam gekregen.

a.

De achtbaan bevindt zich op een geheel andere locatie dan vorig jaar. Dit moet aan de gasten, van wie er velen jaarlijks terugkeren, worden gecommuniceerd.

b.

De thematisering is aangepast aan het gebied waar de achtbaan zich nu bevindt:

“Wild Wild West”. De trein is voorzien van een slangenkop en -staart. Voorheen heette de achtbaan ‘Wok’s Waanzin’, naar een van de characters die tot en met vorig seizoen konden worden ontmoet in het park. Met ingang van dit seizoen zijn, op een na, alle characters nieuw.

Het oordeel van de Commissie

De Commissie stelt voorop dat beide bestreden uitingen kunnen worden aangemerkt als reclame in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC), zoals die bepaling sinds 1 januari 2011 luidt. Voor zover het verweer moet worden opgevat in die zin dat het drukwerk in de vorm van een folder geen openbare aanprijzing is, omdat deze alleen wordt verstrekt aan bezoekers van het park, is er in elk geval sprake van systematische aanprijzing, omdat de folder kennelijk aan alle bezoekers wordt verstrekt.

Gezien de wervende woorden “NIEUW RATTLE SNAKE”, die deze attractie duidelijk speciaal onder de aandacht van het publiek brengen, houden beide uitingen een aanprijzing in van goederen.

Van de woorden “NIEUW RATTLE SNAKE” gaat naar het oordeel van de Commissie de suggestie uit dat het park over een geheel nieuwe attractie beschikt. In werkelijkheid blijkt het echter te gaan om een achtbaan die -naar niet is weersproken- al sinds 1992 in het park aanwezig is, maar die is verplaatst en van een andere naam en een ander thema is voorzien. De attractie is veeleer vernieuwd dan nieuw.

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie de aanduiding “nieuw” in relatie tot de onderhavige achtbaan onjuist en in zoverre acht zij de reclame in strijd met de waarheid.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uiting in strijd met artikel 2 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC (nieuw) art. 2 (waarheid)