

Spelregels voor adverteerders, Afscheidswijzer

Calido Media, uitgever van de Afscheidswijzer® in gedrukte vorm met verschillende regionale edities en op de internetsite www.afscheidswijzer.nl

AFSCHEIDS WIJZER

Spelregels voor adverteerders

Voorwaarden voor adverteerders in

De Afscheidswijzer® in gedrukte vorm, in diverse regionale edities
De Afscheidswijzer® in digitale vorm, in de internetsite
www.afscheidswijzer.nl

Artikel 1

Advertentiemogelijkheden

Elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die op enigerlei wijze werkzaam is op het terrein van het levenseinde en de uitvaart en alles wat rondom het levenseinde en daarna nodig en nuttig kan zijn.

Indien sprake is van moeder- / dochterbedrijf verhoudingen beperkt de mogelijkheid om te adverteren zich tot één advertentie per regionale Afscheidswijzer editie indien sprake is van meerdere gewenste soortgelijke advertenties in één en dezelfde advertentiecategorie per moeder-/dochterbedrijf combinatie.

Artikel 2

Zelfregulering reclame, doel spelregels

Zelfregulering van reclame is een systeem waarbinnen het adverterende bedrijfsleven zijn eigen verantwoordelijkheid neemt voor de inhoud en verspreiding van reclame-uitingen. Ondanks het feit dat uitgever en de Landelijke Stichting Rouwbegeleiding vertrouwen hebben in deze zelfregulering binnen de uitvaartbranche zijn 'spelregels voor adverteerders opgesteld', deze spelregels geven aan waaraan reclame-uitingen in de Afscheidswijzer in gedrukte vorm en/of op Internet moeten voldoen en zorgen dat reclame-uitingen die daar tegen zondigen, snel worden gecorrigeerd of geweerd.

Niettemin heeft de uitgever conform de bepalingen in de algemene voorwaarden het recht om naar eigen redelijk inzicht door opdrachtgever aangeleverde teksten, afbeeldingen en andere gegevens geheel of gedeeltelijk voor plaatsing te weigeren, niet meer te plaatsen, dan wel zodanige maatregelen te treffen dat plaatsing ongedaan wordt gemaakt

Conformering aan de Nederlandse Reclame Code

Voor het plaatsen van advertenties in geprinte en digitale vorm zijn verschillende voorwaarden van toepassing. De adverteerder aanvaardt deze voorwaarden bij het plaatsen van een advertentie. De voorwaarden staan afgedrukt op de offertes en plaatsingsopdrachten van de uitgever en worden op verzoek zonder kosten toegezonden.

Elke advertentie zowel in print als digitaal dient in overeenstemming te zijn met de Nederlandse Code voor het Reclamewezen en aanverwante regelgeving. Hiervoor verwijst de uitgever naar de Nederlandse Reclame Code van de Reclamecode commissie (www.reclamecode.nl). Belangrijkste bepalingen daaruit zijn:

- Reclame dient in overeenstemming te zijn met de wet, de waarheid, de goede smaak en het fatsoen.
- Reclame mag niet strijdig zijn met het algemeen belang, de openbare orde of de goede zeden.
- Reclame mag niet nodeloos kwetsend zijn, noch een bedreiging inhouden voor de geestelijke en/of lichamelijke volksgezondheid.
- Reclame behoort naar vorm en inhoud zodanig te zijn dat het vertrouwen in de reclame niet wordt geschaad.
- Zonder te rechtvaardigen redenen mag reclame niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid.
- Reclame mag niet misleiden, met name niet omtrent de prijs, de inhoud, de herkomst, de samenstelling, de eigenschappen of de doelmatigheid van de aangeboden producten.
- Reclame dient zo duidelijk en volledig mogelijk te zijn, mede gelet op haar aard en vorm en het publiek waarvoor zij is bestemd.
- Duidelijk behoort ook te zijn door wie de producten worden aangeboden.
- In reclame gebruikte getuigschriften, attesten of verklaringen van deskundigen dienen op waarheid te berusten en in overeenstemming te zijn met recent aanvaarde wetenschappelijke inzichten.
- In reclame, bestemd voor het grote publiek, behoren wetenschappelijke termen, statistieken en aanhalingen met grote omzichtigheid te worden gebruikt, teneinde begripsverwarring te voorkomen. Indien van statistieken met beperkte geldigheid gebruik wordt gemaakt, moet die beperking duidelijk blijken. Het bezigen van vaktermen, beschrijvingen, afbeeldingen of beelden, die er kennelijk op gericht zijn om op quasi-wetenschappelijke of misleidende wijze het bestaan van niet aanwezige hoedanigheden van producten te suggereren, behoort achterwege te blijven.
- Reclame dient duidelijk als zodanig herkenbaar te zijn, door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins, mede gelet op het publiek waarvoor zij is bestemd.

- Het op enigerlei wijze, geheel of gedeeltelijk nabootsen van andermans reclame, waardoor met name het publiek kan worden misleid of in verwarring gebracht omtrent het product en/of omtrent degene van wie de reclame afkomstig is, is verboden.
- Onder vergelijkende reclame wordt verstaan elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd op voorwaarde dat deze:
 - niet misleidend is;
 - goederen of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;
 - op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze goederen of diensten, zoals de prijs vergelijkt;
 - er niet toe leidt dat op de markt de adverteerder wordt verward met een concurrent, of de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, goederen of diensten van de adverteerder met die van een concurrent;
 - niet de goede naam schaadt van of zich niet kleinerend uitlaat over de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, goederen of diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;
 - voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;
 - geen oneerlijk voordeel oplevert ten gevolge van de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken van een concurrent dan wel van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten; en niet goederen of diensten voorstelt als een imitatie of namaak van goederen of diensten met een beschermd merk of beschermd handelsnaam.
 - Elke vergelijking die verwijst naar een speciale aanbieding, moet duidelijk en ondubbelzinnig het einde en, zo de speciale aanbieding nog niet loopt, het begin aangeven van de periode gedurende welke de speciale prijs of andere specifieke voorwaarden gelden dan wel vermelden dat de speciale aanbieding loopt zo lang de voorraad strekt of de diensten kunnen worden verleend.

Artikel 3

Rechten derden

Adverteerders staan er voor in dat op geen enkele wijze inbreuk wordt gemaakt op rechten van derden door publicatie of openbaring van hun advertentie in de Afscheidswijzer®

Indien een adverteerder bij het plaatsen van een advertentie foto's op de internetsite plaatst, garandeert de adverteerder dat hij bevoegd is om deze openbaar te maken en vrijwaart hij de uitgever voor eventueel uit onbevoegd gebruik voortvloeiende schade.

Indien een advertentie niet aan deze voorwaarden voldoet kan deze verwijderd worden. De uitgever zal de adverteerder hierop wijzen. Bij herhaald misbruik zal de uitgever het account van de adverteerder verwijderen en het internet adres blokkeren.

Artikel 4

Adverteren op Internet

Adverteerders op de internetsite zijn verplicht een geldig e-mailadres in te vullen, zodat iemand die op de advertentie wil reageren, ook altijd de mogelijkheid daartoe heeft.

De inhoud van de internetsite is auteursrechtelijk beschermd. De auteursrechten berusten bij Calido B.V. Alle rechten zijn voorbehouden. Informatie van de internetsite mag tenzij anders aangegeven niet worden gekopieerd, overgeplaatst, verspreid of opgeslagen zonder schriftelijke toestemming van Calido B.V. Wijzigingen op de inhoud van de website zijn verboden.