



# Inleiding: Aansprakelijkheid van actoren in het reclamerecht

Paul Verbruggen





Case Study Report

## **Transnational Private Regulation in the Advertising Industry**

PAUL VERBRUGGEN, European University Institute, Florence, Italy  
Paul.Verbruggen@eui.eu

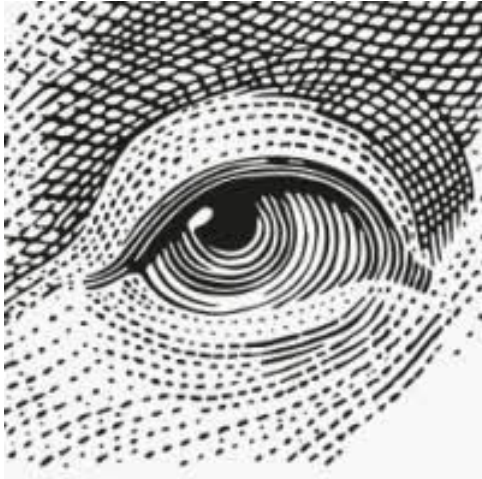
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2256043](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2256043)

Case study conducted within the framework of the

Research Project

## **Constitutional Foundations of Transnational Private Regulation**

# Wie is aansprakelijk wegens oneerlijke reclame?



GROENE BELOFTEN, GOUDEN BUSINESS

15 MAART 2024 · 3 MIN

## Follow the Money onderzoekt de reclame-industrie achter de fossiele merken. Doe mee!



TIES JOOSTEN



SJORS ROETERS

4 CONNECTIES

34 BIJDRAGEN

Reclame verspreid via massamedia is een belangrijke hinderpaal in de strijd tegen klimaatverandering. Welke bureaus bedenken de reclames voor vliegreizen, oliegiganten, fast fashion en plastic wegwerpproducten? Follow the Money richt zich op de verkopers van de fossiele industrie.

# Aansprakelijkheid is rol-afhankelijk

- Posities van kennis, controle en/of profijt
  - In het reclamerecht: invloed op inhoud, vormgeving en distributie
- Regelnemer v. regelgever
- ‘Aansprakelijkheid’?
  - Meer dan verplichting tot schadevergoeding
  - Vernietiging, rechterlijk bevel
  - Buiten-contractueel

# Waardeketen van de reclame-industrie

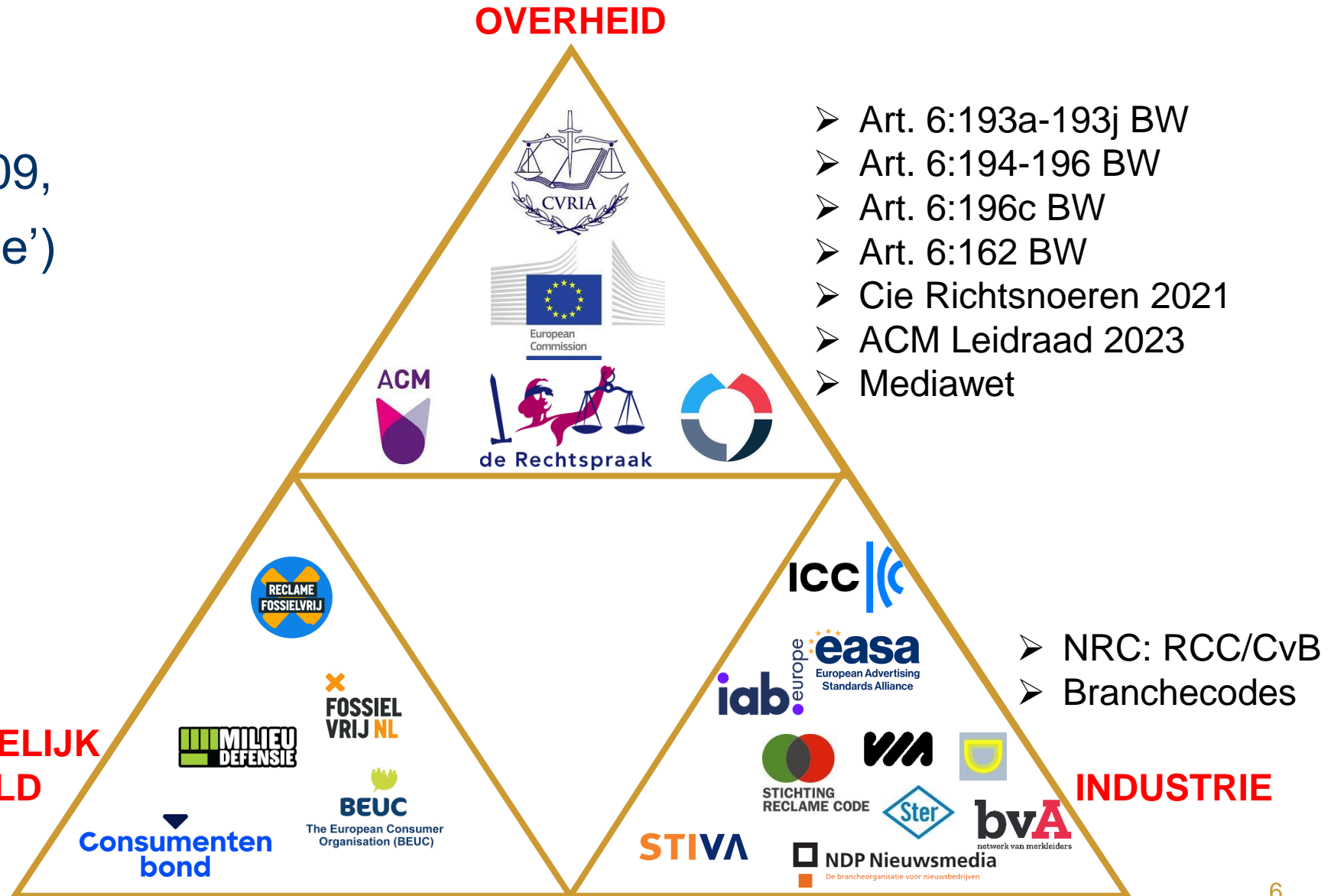


(Bergman e.a. 2009, 'The End of Advertising As We Know It')

# Regulering van de reclame-industrie

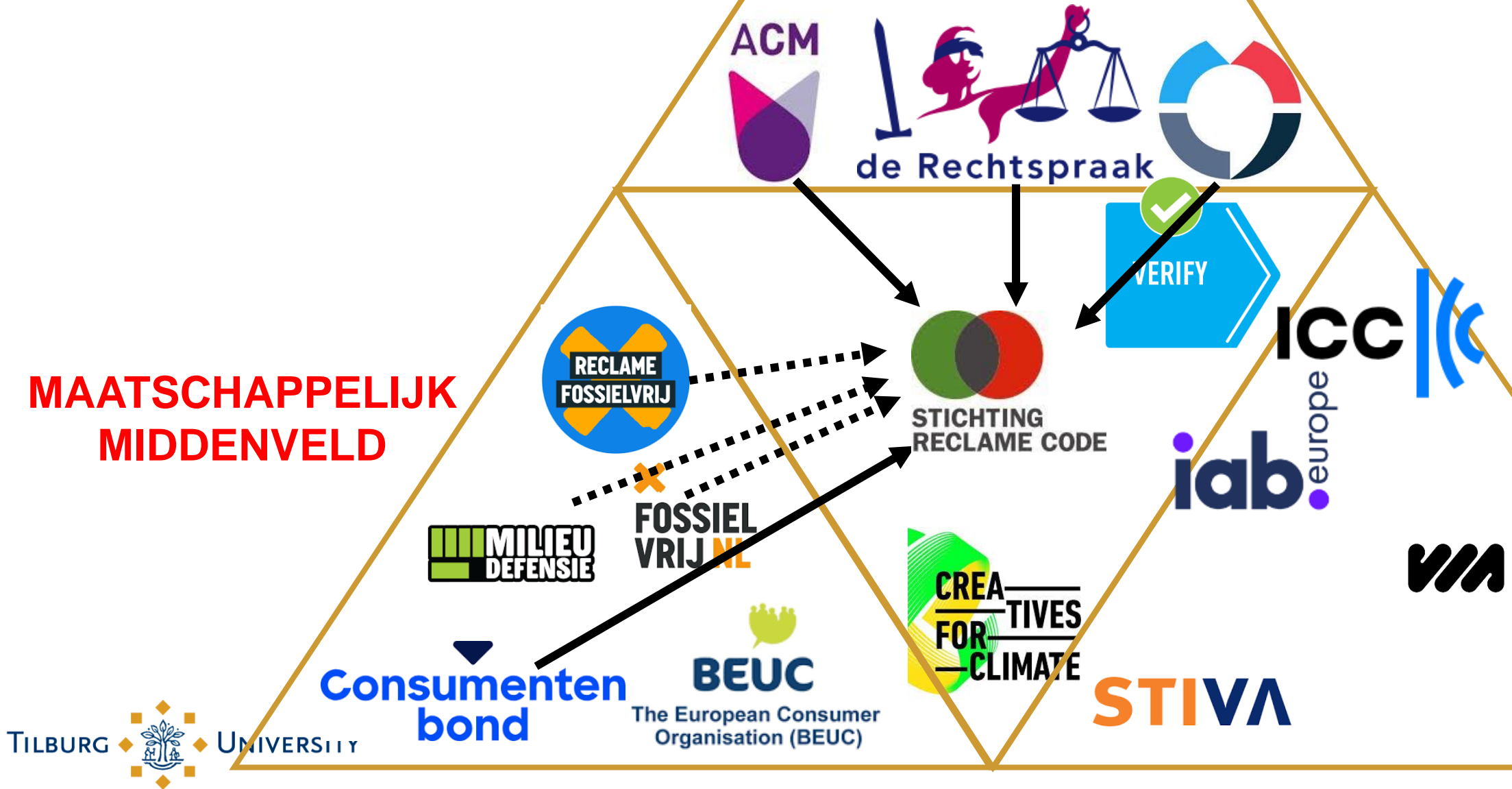
(Abbott & Snidal 2009, 'Governance Triangle')

- Belang
- Niveau
- Rol



# Regulering van de reclame-industrie

**MAATSCHAPPELIJK  
MIDDENVELD**



# Aansprakelijkheid van reclamebureaus

- Art. 6:194 BW: B2B-reclame

*“Hij die omtrent goederen of diensten die door hem of degene ten behoeve van wie hij handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf worden aangeboden, een mededeling openbaar maakt of laat openbaar maken, handelt onrechtmatig jegens een ander die handelt in de uitoefening van zijn bedrijf, indien deze mededeling in een of meer opzichten misleidend is”*

- MvT: reclamebureaus en media als ‘openbaar maker’
- Ketenaansprakelijkheid
- Ontsnappingsroute in art. 6:195 lid 2 BW
  - Voor digitale media → art. 6:196c BW / art. 6 DSA



# Aansprakelijkheid van reclamebureaus

- Art. 6:193a-193j BW: B2C-reclame

*“handelspraktijk: iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten.*

- Breed begrip ‘handelaar’, maar primair adverteerder
  - Cie Richtsnoeren 2021, jurisprudentie HvJEU

# Aansprakelijkheid van reclamebureaus

- SRC (NRC): ketenverantwoordelijkheid, ook B2C-reclame
  - ICC Code / EASA *best practice recommendations*
  - Ook de ratio van art. 6:194-196 BW
  - ‘Creative’ als ‘kolom’ SRC
- Schending brancheregel als indicatie van handelen in strijd met maatschappelijke zorgplicht (art. 6:162 lid 2 BW)

# Aansprakelijkheid van reclamebureaus

## ■ Maar...

- Informatiepositie: afhankelijkheid van adverteerder
  - Hoever reikt de onderzoeksplicht van het bureau?
- Remedies
  - Is een schadevergoeding passend; leidde de fout wel tot de schade?
  - Kan een bureau opvolging geven aan vernietiging / rechterlijk bevel?
- Contractuele exoneraties en vrijwaringen
  - Hoe verdelen partijen de aansprakelijkheidsrisico's?
  - Kan een bureau de adverteerder in vrijwaring oproepen?



# Aansprakelijkheid van SRC

- Controle door burgerlijke rechter
- Schending van de maatschappelijke zorgvuldigheidsnorm
  - Belangenafweging: vrijheid van meningsuiting v. eerlijke en verantwoorde reclame
  - Procedurele waarborgen: vooraf bepaalde procedure, met hoor en wederhoor, deugdelijk motivatie, niet leidend tot een voorzienbaar onjuist oordeel
- Hof Amsterdam 7 maart 2017, ECLI:NL:GHAMS:2017:739 (*Skyscanner/SRC*)
- Maar... ideële reclame
  - Hof Amsterdam 30 oktober 1980, NJ 1981/422 (*Boycot Outspan Aksie*)



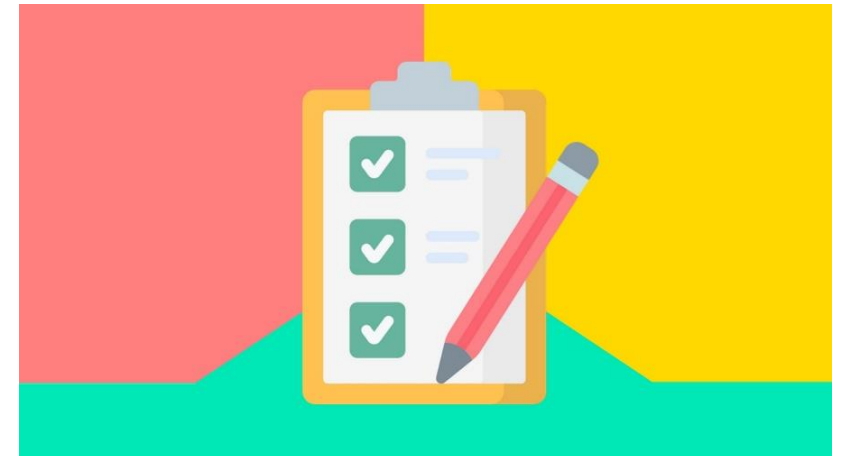
# Aansprakelijkheid van ‘de verificateur’

- Voorstel ‘Richtlijn Groene Claims’ – COM(2023) 166 final
  - Rol: verificatie van staving en communicatie van milieclaims en milieukeurmerken
- Risico’s op belangenconflicten
  - Professionele plicht v. financiële afhankelijkheid
  - Ook certificeerders/credit rating agencies/conformiteitsbeoordelaars/keuringsbureaus/etc.
- Naleving van specifieke wettelijke voorschriften (art. 10-11 Voorstel)
- Maatschappelijke zorgvuldigheidsnorm van ‘redelijk handelende en bekwame beroepsbeoefenaar’
- Secundaire aansprakelijkheid



# Conclusies

- Aansprakelijkheid is rol-afhankelijk
- Rollen verschuiven door nieuwe actoren en regels
- Adverteerders blijven primair verantwoordelijk
  - B2B-reclame: ook reclamebureaus en media
  - Toekomstige 'verificateurs' hebben secundaire verantwoordelijkheid
- SRC (zeer) beperkt aansprakelijk







# Q&A