



UW BUSINESS • APRIL 2019

# Mag ik refer-a-friend acties gebruiken als direct marketing tool?

## Wat u moet weten.

Steeds vaker zien we dat ondernemingen hun klanten aanmoedigen om contactgegevens, bijvoorbeeld een e-mailadres, van vrienden en kennissen door te geven. Ondernemingen gebruiken die gegevens vervolgens om direct marketing te versturen naar deze vrienden en kennissen. In ruil voor deze contactgegevens ontvangen alle betrokken personen bijvoorbeeld een kortingsbon. Zo'n "refer-a-friend" actie of virale marketing actie vormt zonder meer direct marketing.

Voor het versturen van direct marketing raadt de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit aan om toestemming te vragen aan de bestemming. Voor direct marketing via elektronische communicatie, zoals e-mail, is dat in principe zelfs wettelijk verplicht. Bij refer-a-friend acties heeft een onderneming ook de toestemming nodig van de vriend wiens gegevens worden doorgegeven.

En hier knelt meteen het schoentje: het is praktisch onmogelijk om (voorafgaand) toestemming te krijgen van deze vrienden of minstens zal dit niet kunnen bewezen worden. Refer-a-friend acties als direct marketing tool zijn dan ook niet toegelaten. In haar [aanbeveling van 2013 omtrent direct marketing](#) bevestigt de Belgische Gegevensbeschermingsautoriteit dit uitdrukkelijk.

## Wat u moet doen.

U mag als onderneming geen refer-a-friend acties gebruiken als direct marketing tool en moet (eventueel) lopende acties stopzetten. Indien niet, loopt u het risico dat de gegevensbeschermingsautoriteit deze acties als een inbreuk op de privacywetgeving zal kwalificeren. In geval van een inbreuk kan de gegevensbeschermingsautoriteit een passende sanctie opleggen, bijvoorbeeld een waarschuwing of zelfs een geldboete. Vergeet niet dat dergelijke acties een bijzonder "publieke" inbreuk vormen die ook aanleiding kunnen geven tot verdergaande onderzoeken van de autoriteit.

## • • • contrast • • • •

Bestaat er dan geen alternatief voor refer-a-friend acties? Toch wel! Zo kan u als onderneming bijvoorbeeld een kortingscode toesturen aan uw klanten, die deze code op hun beurt kunnen doorgeven aan hun vrienden. Indien deze vrienden bij hun bestelling deze code gebruiken, ontvangt ook de initiële klant een kortingsbon voor zijn volgende bestelling.