

## **Code voor het gebruik van Postfilter 2025 (m.i.v. 1 mei 2025)**

### **Inleiding**

De Code heeft tot doel om op uniforme wijze consumenten, bedrijven en organisaties te informeren over het gebruik van het Nationaal Overledenenregister en het Postfilter van Stichting Postfilter.

### **Artikel 1. Definities**

In deze Code wordt verstaan onder:

1. Stichting Postfilter: de Stichting gevestigd te Amsterdam, die de rechthebbende is ten aanzien van Nationaal Overledenenregister en Postfilter en deze in beheer heeft;
2. Nationaal Overledenenregister: het bestand waarin persoonsgegevens zijn opgenomen van Personen die zijn overleden door inschrijving via de website [www.nationaaloverledenenregister.nl](http://www.nationaaloverledenenregister.nl) of daaraan verbonden website voor registratie van overledenen of ander communicatiekanaal;
3. Postfilter: het bestand waarin persoonsgegevens zijn opgenomen van Personen die niet willen worden benaderd via Direct Mail door inschrijving via de website [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl) of daaraan verbonden ander communicatiekanaal;
4. Postfilter Vermelding: De wijze waarop de vermelding naar het Postfilter op of in de Reclame uiting dient te worden opgenomen zoals deze van tijd tot tijd luidt en is vermeld op de website [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl)
5. Adverteerder / Opdrachtgever: de rechtspersoon of natuurlijk persoon, handelend in de uitoefening van beroep of bedrijf, die Reclame doet uitgaan of opdracht geeft tot het doen uitgaan van reclame;
6. Persoon: een natuurlijk persoon niet handelend in de uitoefening van beroep of bedrijf;
7. Reclame: het aanprijzen van goederen, diensten of denkbeelden (tezamen: producten). Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten, met uitzondering van marktonderzoek;
8. Direct Mail: elke ongevraagde Reclame, met uitzondering van marktonderzoek, die geadresseerd en fysiek, via de post naar een Persoon wordt gestuurd en geen geïntegreerd deel uitmaakt van een ander medium, zoals kranten, tijdschriften en pakketten;

### **Toelichting**

*Geadresseerd betekent met vermelding van een adres (of postbus) en woonplaats van de ontvanger. Een adres is een door de gemeente toegekend adres in Nederland, conform de Basisregistratie Adressen en Gebouwen, bestaande uit een straatnaam en huisnummer (met eventuele huisnummertoevoeging) of postbus.*

*Een Persoon is een natuurlijk persoon niet handelend in de uitoefening van beroep of bedrijf en is degene(n) voor wie de reclame bestemd is. Dit kan een met name genoemde persoon of personen zijn of deze worden aangeduid met bijvoorbeeld "de bewoners van".*

*Advertenties in en advertentiebijlagen die behoren bij een ander medium, zoals kranten, tijdschriften en pakketten – niet zijnde folderpakketten –, en die samen met dat andere medium naar een abonnee of*

*bestaande klant/relatie worden gestuurd vallen buiten de reikwijdte van Stichting Postfilter en deze Code; deze vallen niet onder de definitie "Direct Mail".*

9. Niet-klant: een Persoon met wie een Adverteerder / Opdrachtgever geen bestaande klantrelatie (\*) heeft en van wie een Adverteerder / Opdrachtgever contactgegevens rechtstreeks of via een derde heeft verwerkt.

*\* Toelichting*

*Onder een (bestaande) klantrelatie wordt in ieder geval begrepen het geval dat de gegevens zijn verkregen in het kader van een verkoop van een product of dienst. Daarbij kan rekening worden gehouden met de wijze waarop of de omstandigheden waaronder een betrokken Persoon heeft aanvaard dat een Adverteerder / Opdrachtgever zijn/haar gegevens heeft vastgelegd om te worden gebruikt voor Direct Mail in het kader van bijvoorbeeld een donatie, gift of een informatieverzoek in het verleden.*

**Artikel 2. Nationaal Overledenenregister**

Iedere erfgenaam of rechtstreeks betrokkene kan een overledene laten opnemen in het Nationaal Overledenenregister (via [www.nationaaloverledenenregister.nl](http://www.nationaaloverledenenregister.nl)), om zo te voorkomen dat een Adverteerder/ Opdrachtgever aan een overledene Direct Mail stuurt.

**Artikel 3. Postfilter**

Iedere Persoon die geen Reclame via Direct Mail wenst te ontvangen, kan zijn contactgegevens (naam en adres) of naar keuze zijn (anonieme) adresgegevens daarvoor inschrijven in het Postfilter (via [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl)).

**Artikel 4. Duur afmelding**

4.1. De contactgegevens van een Persoon worden telkens voor tien jaar vastgelegd in het Nationaal Overledenenregister.

4.2. De contactgegevens van een Persoon worden telkens voor zes jaar vastgelegd in het Postfilter. Anonieme adresgegevens worden telkens voor twee jaar vastgelegd in het Postfilter.

**Artikel 5. Direct Mail door Adverteerder / Opdrachtgever**

5.1. Voordat de Adverteerder / Opdrachtgever een adressenbestand met Personen (klanten) en / of Niet-klanten wil gebruiken voor het versturen van Direct Mail dient hij altijd het Nationaal Overledenenregister te raadplegen. Het is de Adverteerder / Opdrachtgever niet toegestaan Direct Mail te versturen aan een overledene die is opgenomen in het bestand van het Nationaal Overledenenregister.

5.2. Voordat de Adverteerder / Opdrachtgever een adressenbestand met Niet-klanten wil gebruiken voor het verzenden van Direct Mail, dient hij altijd het Postfilter te raadplegen. Het is de Adverteerder / Opdrachtgever niet toegestaan Direct Mail te versturen aan een Niet-klant die is opgenomen in het bestand van het Postfilter.

5.3. De in artikel 5.1 en 5.2 genoemde raadpleging van het Nationaal Overledenenregister en het Postfilter dient plaats te vinden binnen een periode van maximaal zes weken voor het feitelijk toesturen van Direct Mail.

5.4 Een Adverteerder / Opdrachtgever die Direct Mail wenst te versturen aan Niet-klanten, zal voor de verkrijging van een adressenbestand uitsluitend gebruik maken van leveranciers die aantoonbaar voldoen aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming, bijvoorbeeld en niet uitsluitend door een erkenning met het DDMA Privacy Waarborg.

5.5 De Adverteerder / Opdrachtgever die een Direct Mail verstuurt aan Personen (klanten) en / of Niet-klanten, vermeldt op of in zijn Reclame uiting de mogelijkheid van opname in het Postfilter zodat Personen op die wijze eenvoudig kenbaar kunnen maken geen Direct Mail te willen ontvangen (\*).

*\* Toelichting Postfilter Vermelding*

*De wijze waarop de Postfilter Vermelding dient te worden opgenomen is vermeld op de website [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl). Voorbeelden van de Postfilter Vermelding zijn:*

*“Geen reclamepost meer ontvangen? Via [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl) meldt u zich eenvoudig af voor reclamepost van adverteerders waar u niet klant bent of klant was.”*

*“Geen reclamepost meer? Maak uw bezwaar bekend via [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl)”*

## **Artikel 6. Klachten**

6.1. Een betrokkene die meent dat een Adverteerder / Opdrachtgever in strijd met deze Code handelt, kan hierover schriftelijk of per e-mail een klacht indienen bij de betreffende Adverteerder / Opdrachtgever.

6.2. De Adverteerder / Opdrachtgever is gehouden de klacht te onderzoeken en de klager binnen vier weken na ontvangst schriftelijk te informeren over de afhandeling van de klacht.

6.3. De klager die niet tijdig is geïnformeerd overeenkomstig het vorige lid van dit artikel, of de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan vervolgens een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie, conform de statuten en reglementen van de Stichting Reclame Code. De klacht moet bij gebreke van een tijdige reactie door de Adverteerder / Opdrachtgever uiterlijk binnen vier weken na het verstrijken van de in het vorige lid bedoelde termijn en bij bezwaar tegen een gegeven reactie binnen twee weken na ontvangst van die reactie worden ingediend, tenzij de klager aannemelijk maakt dat dat redelijkerwijze niet van hem verlangd kan worden.

6.4 Bij toewijzing van een klacht gelden de sancties vermeld in artikel 17 en 18 van het Reglement betreffende de Reclame Code Commissie en het College van Beroep.

## **Artikel 7. Wettelijk Recht op bezwaar**

Deze Code laat onverlet dat een Adverteerder / Opdrachtgever zelf aan een Persoon de gelegenheid biedt om geen Direct Mail te ontvangen. Artikel 14 van de Code Brievenbusreclame, Huissampling en Direct Respons Advertising (CBR) is in dat geval van toepassing.

## **Artikel 8. Inwerkingtreding en Evaluatie en/of wijziging Code**

De Code is in werking getreden op 1 januari 2011 en is op 1 januari 2015, 31 maart 2021 en op 1 mei 2025 aangepast.

*Deze Code wordt in principe iedere twee jaar geëvalueerd. Bij deze evaluatie zullen vertegenwoordigers van zowel het bedrijfsleven als de consument worden betrokken. Indien de evaluatie daartoe aanleiding geeft, kan deze Code worden aangepast. Deze Code kan eveneens tussentijds worden gewijzigd indien daartoe gerede aanleiding is.*