

## **De Keuringsraad in beweging**

### **Klantentevredenheidsonderzoek**

### **Monitoringsbeleid**

### **Bestuurswisselingen**

#### **DE KEURINGSRAAD IN BEWEGING**

Het is al een tijd geleden dat er een nieuwsbrief vanuit de Keuringsraad is verstuurd. Het is uiteraard niet zo dat er geen nieuws is of is geweest. De Keuringsraad kampt de afgelopen jaren structureel met een krappe bezetting waardoor communicatie middels nieuwsbrieven wat op de achtergrond is geraakt. Dit willen wij graag veranderen, omdat wij ons realiseren dat wij veel kennis te delen hebben en hier ook behoefte aan is. Daarom verschijnt er deze maand weer een 1<sup>e</sup> Nieuwsbrief waarbij wij ernaar streven u op tweemaandelijks basis op deze manier te informeren.

De Keuringsraad is in beweging. Hier wordt u de komende periode over geïnformeerd. In deze nieuwsbrief de aankondiging van een klantentevredenheidsonderzoek met het verzoek hier enkele minuten voor vrij te maken. Daarnaast is er vanuit de Codepartijen een monitoringsbeleid geformuleerd waarop u in deze Nieuwsbrief een toelichting vindt. Tot slot hebben er ook binnen het bestuur enkele wisselingen plaatsgevonden.

#### **KLANTENTEVREDENHEIDSONDERZOEK**

Reclame verandert continu en de Keuringsraad KOAG/KAG wil zich daarbij zo goed mogelijk aanpassen. Daarom zijn wij benieuwd naar uw mening over onze huidige dienstverlening en willen wij graag weten hoe wij u nog beter van dienst kunnen zijn. Mogen we daarom enkele minuten van uw tijd voor het invullen van een korte [vragenlijst](#)? Om reclame mogelijk te maken én te houden! Hartelijk dank voor uw hulp.

#### **MONITORINGSBELEID**

Binnen de werkzaamheden van de Keuringsraad omvat monitoring het achteraf aanschrijven van partijen over uitingen die naar de mening van de Keuringsraad niet in lijn zijn met de Codes. Dit gebeurt op basis van meldingen of eigen bevindingen. Op verzoek van de Codepartijen is de Keuringsraad hier in 1997 mee

gestart om adverteerders die al hun uitingen preventief door de Keuringsraad laten toetsen tegen oneerlijke concurrentie te beschermen.

Het uitdrukkelijke doel van monitoring is om de aangeschreven adverteerders te bewegen zich alsnog aan de zelfregulering te conformeren. Monitoring vormt dus het sluitstuk van de zelfregulering die primair gebaseerd is op preventief toezicht. Monitoring komt daarvoor niet in de plaats, maar moet aan het preventieve toezicht bijdragen.

De Keuringsraad wordt geheel gefinancierd uit keuringsinkomsten. De werkzaamheden die met monitoring gemoeid zijn, worden daaruit ook betaald. Omdat monitoring ertoe moet leiden dat betreffende adverteerders hun uitingen alsnog ter preventieve toetsing voorleggen, 'gaan de kosten voor de baten uit', maar moet die 'baat' er uiteindelijk wel komen.

Aangezien monitoringswerkzaamheden vaak arbeidsintensiever zijn dan het preventief keuren van een reclame-uiting, is het aantal monitoringszaken dat kan worden opgepakt niet alleen om financiële, maar ook om capaciteitsredenen vanzelfsprekend beperkt.

Het aantal monitoringsverzoeken neemt de laatste tijd echter onuitvoerbare proporties aan en staat niet meer in redelijke verhouding tot het aantal ter keuring voorgelegde uitingen. Het aanbrenge van een monitoringszaak wordt ook door adverteerders die zelf niet of nauwelijks uitingen ter keuring voorleggen als instrument gebruikt om het hun concurrenten lastig te maken. Ook lijken monitoring-activiteiten in steeds mindere mate te leiden tot het ter preventieve toetsing voorleggen van reclame-uitingen.

Dit alles maakt dat het noodzakelijk is voor de Keuringsraad prioriteiten te stellen bij het uitvoeren van monitoringsactiviteiten om de doelen van monitoring te waarborgen:

- Het 'schoon' houden van reclame voor het assortiment van zelfzorg waarvoor de zelfregulering verantwoordelijkheid draagt om daarmee imago-schade en overheidsingrijpen te voorkomen
- De deelnemers aan de zelfregulering te beschermen tegen oneerlijke concurrentie

Hiertoe is een prioriteringsbeleid geformuleerd dat u [hier](#) kunt nalezen. Bovendien dient elke aanvraag tot monitoring ingediend te worden middels het digitale meldingsformulier, te vinden op [www.koagkag.nl/digitaal-meldingsformulier](http://www.koagkag.nl/digitaal-meldingsformulier).

### **KAG-nummer op verpakkingsmaterialen**

Om transparant te maken of een verpakking van een gezondheidsproduct (inclusief voedingssupplement) door de Keuringsraad toegelaten is, is het vanaf heden (1 juni 2016) toegestaan om het KAG nummer op de verpakking op een niet wervende wijze te vermelden. Dit is niet verplicht. Bedrijven kunnen dit toelatingsnummer ook invoeren in GS1.

## BESTUURSWISSELINGEN

Per november 2015 is Susanne de Joode namens het NUV toegetreden tot het bestuur van de Keuringsraad.

Per februari 2016 is Jos Vis – in plaats van Jacques Suijddorp - namens de VEA toegetreden tot het bestuur van de Keuringsraad.

Per mei 2016 heeft Bertie Starmans namens NPN afscheid genomen van het bestuur en zal Marjan Strijland haar opvolgen.

**Concept:** LMP Communicatie & Creatie

**Vormgeving:** SDA

**Directie:** Janine Galjaard, directeur Keuringsraad KOAG/KAG

**Aangesloten organisaties:** CBD, KNMP, Nefprofarm, NPN, NUV, VEA

**KOAG/KAG Postadres:** Postbus 9087, 1006 AB Amsterdam

**E-mail:** [keuringsraad@koagkag.nl](mailto:keuringsraad@koagkag.nl)

**Internet:** [www.koagkag.nl](http://www.koagkag.nl)

**Telefoon:** 020 – 408 06 86 (**dagelijks spreekuur tussen 10:00 – 12:00 uur**)

**Bezoekadres:** Buitenveldertselaan 106, 1081 AB Amsterdam