

Specsavers moet stoppen met misleidende campagne hoortoestellen

20-04-2021 09:24



Opticien en audicien Specsavers moet stoppen met zijn reclamecampagne 'De Waarheid'. De campagne misleidt de consument, zo oordeelde de rechtbank in Utrecht afgelopen maandag.

De rechtszaak is aangespannen door branchevereniging Kwaliteitsaudiciens - die de belangen van Beter Horen. Schoonenberg en Van Boxtel Hoorwinkels vertegenwoordigt. In de reclame met pianist Wibi Soerjadi beweert Specsavers dat het 'alle innovatieve toestellen vergoedt'. Dat is onjuist stelt de rechter en daarom misleidend. De klant kan denken dat alle innovatieve hoortoestellen op de markt bij Specsavers verkrijgbaar zijn en door de zorgverzekeraar vergoed worden, maar dat is niet het geval.

Kwaliteitsaudiciens meent daarnaast ook dat Specsavers met 'De Waarheid' klanten naar hoortoestellen buiten het basispakket van de zorg zou wijzen. Daar gaat de rechter niet in mee.

Specsavers hoeft de campagne niet te rectificeren. De reclame liep tot 4 april en de opticien- en audicienketen mag de campagne niet opnieuw gebruiken. Gebeurt dit wel, dan staat daarop een boete van 25 duizend euro

per dag.

Remko Berkel, directeur van Specsavers Nederland, zegt niet in hoger beroep te gaan tegen de uitspraak. De retailer is 'enigszins teleurgesteld' in de uitspraak, maar zegt dat de rechter Kwaliteitsaudiciens ook op veel vlakken in het ongelijk stelt. Specsavers wilde met de campagne naar eigen zeggen mensen met gehoorverlies waarschuwen zich niet direct te laten adviseren om te kiezen voor een mogelijk duur hoortoestel uit de private markt. Op basis van de uitspraak wil Specsavers zich samen met partners in de hoorzorgbranche beraden over hoe zij slechthorenden zo goed mogelijk kunnen voorlichten bij de aanschaf van een hoortoestel.