



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

2 NIEUWE DOSSIERS IN HET RODE OOR



Datum: 11 april 2011
Dossiernr: 2010/00685
Uitspraak: CVB Afwijzing Bevestigd (=Afwijzing)
Product / dienst: uitgeven/uitzenden
Motivatie: Herkenbaarheid reclame
Medium: Drukpers/tijdschriften

De bestreden uiting

Het betreft het magazine 'Inzine' (nummer 5, juni 2010), een uitgave van Hogeschool INHolland, voor zover het de uiting 'Minorstudenten op hun best' betreft. In de uiting staat onder meer:

'Het was de eerste keer dat INHolland meedeed en de hogeschool sleepte meteen de eerste prijs binnen'.

'Het blad is gemaakt voor de onderneming Bagels & Beans. De klant onderdompelen in de biologische en verantwoorde levensstijl die Bagels & Beans uitstraalt is wat de winnende minorstudenten voor ogen hadden. "Dat concept wordt op een gedurfde manier uitgewerkt door een bijzonder formaat (vierkant), weldadig rijke vormgeving en aanstekelijke onderwerpskeuze en taalgebruik", aldus het juryrapport'.

'De kans bestaat dat het blad daadwerkelijk wordt geproduceerd voor Bagels & Beans. Hierover zijn de studenten in gesprek met de franchiseorganisatie en hun reclamebureau. "Het gaat langzaam, maar de eerste gesprekken zijn geweest".'

Onder de uiting zijn pagina's afgedrukt uit het door de minorstudenten gemaakte bladformat voor Bagels & Beans. In de opmaat naar het artikel zijn vijf bagels afgebeeld.

De klacht

In het magazine wordt op pagina 13 en 14 het product bagel 12 keer in beeld gebracht, het woord bagel, inclusief merknaam, vier keer genoemd en de merknaam 'Bagels & Beans' twee keer getoond. Volgens klager is het desbetreffende artikel waarin wordt verteld over minorstudenten die een 'Zilveren Pluis' hebben gewonnen, verkapte reclame voor Bagels & Beans. Gelet op het adagium 'the image is the brand' is klager van mening dat de complimenten in het artikel omtrent de door studenten gemaakte

conceptbrochure als reclame moet worden beschouwd. Een intern magazine hoort volgens klager, mede gelet op de oplage, geen reclamefolder te zijn.

Het verweer

Het magazine Inzine van Hogeschool INHolland schrijft over studentgerelateerde zaken, publiceert interviews met opmerkelijke studenten en fungeert als intern communicatie-middel. Inzine en de inhoud ervan, vormen geen reclame in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Wel staan er, zoals in alle andere universitaire en hbo-bladen, als zodanig herkenbare advertenties in die worden aangeleverd door een acquisitiebureau. Het bewuste artikel is echter gepubliceerd vanwege de nieuws waarde. Studenten van de minor 'Bladen maken' wonnen voor een in dit kader gemaakte opdracht – een bladformat voor Bagels & Beans – de Zilveren Pluis van branchevereniging Locheion. In het artikel dat daaraan gewijd is, heeft de redactie als illustratie gebruik gemaakt van een aantal pagina's uit het prijswinnende werkstuk. Dit artikel maakt deel uit van een kleine special over meerdere opmerkelijke minorprojecten. De binnencover, de pagina die de opmaat vormt voor het gedeelte over opmerkelijke minorstudenten, bevat afbeeldingen van enkele bagels tegen de achtergrond van een winkelatalage die echter betrekking heeft op een ander minorproject, de Delftse etalagedagen. De studenten van de Pabo stonden die dagen niet in een etalage van Bagels & Beans maar in de etalage van een kringloopwinkel. Het artikel betreft dan ook geen verkapte reclame maar studieresultaten en bevindingen van studenten. Overigens kan de omvang van de oplage op zichzelf geen reden zijn voor de kwalificatie 'folder' en/of het faciliteren van verkapte reclame. Ook bestrijdt verweerder dat positieve uitingen van een merk (onder alle omstandigheden) als reclame moet worden aangemerkt.

De mondelinge behandeling

Klager en Hogeschool INHolland handhaven hun standpunten en lichten deze toe. Hogeschool INHolland deelt mee dat Bagels & Beans geen contractspartij is en dat laatstgenoemde niet heeft betaald voor de uiting.

Het oordeel van de Commissie

1) De Commissie begrijpt de klacht aldus dat de gewraakte uiting niet als reclame herkenbaar is. Nu INHolland heeft aangevoerd dat geen sprake is van reclame, maar van een uiting van redactionele aard, dient in de eerste plaats de vraag te worden beantwoord of de bewuste publicatie is aan te merken als een reclame-uiting in de zin van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

2) De Commissie is van oordeel dat de gewraakte uiting een redactioneel artikel betreft waarin wordt bericht over het feit dat studenten van Hogeschool INHolland een prijs hebben gewonnen voor een minorproject. Het in dit verband - een aantal keer - noemen van de naam 'Bagels & Beans' of het tonen van pagina's van het prijswinnende bladformat, geschiedt slechts ter illustratie van het artikel en kan niet worden aangemerkt als een zelfstandige reclame-uiting. Nu de uiting voorts geen wervend karakter heeft ten aanzien van producten of diensten van (één van beide) verweerders, is de Commissie van oordeel dat geen sprake is van reclame in de zin van artikel 1 NRC. Gelet hierop acht de Commissie zich niet bevoegd om de gewraakte uiting verder te beoordelen.

De beslissing van de Reclame Code Commissie van 11 april 2011

De Commissie wijst de klacht af.

Het College van Beroep:

De grief

Deze kan, zakelijk weergegeven, als volgt worden samengevat.

Appellant handhaaft zijn standpunt, zoals door de Commissie samengevat onder het kopje "De klacht", en voegt daaraan toe dat sprake is van sluikreclame, nu zes keer de naam van het bedrijf "Bagels & Beans" wordt genoemd en 12 keer een daarmee verband houdende afbeelding is te zien. Volgens appellant hoort dergelijke reclame niet thuis in, wat hij noemt, schoolse "nieuws"-media.

De mondelinge behandeling

Appellant licht zijn standpunt toe dat in de gewraakte uiting sprake is van reclame en niet van student gerelateerde zaken. De uiting heeft een wervend karakter en is onvoldoende als reclame herkenbaar.

Het oordeel van het College

1. De onderhavige klacht heeft betrekking op een uiting met de aanhef "Verslag" en de titel "Minorstudenten op hun best". In de uiting wordt beschreven hoe studenten van geïntimeerde sub I invulling aan de differentiatie-minor vanaf het tweede studiejaar kunnen geven door een "passende minor uit te kiezen". In de uiting wordt vervolgens als voorbeeld de minor van de studenten Patty, Chantal en Marjola genoemd. Deze minor heeft betrekking op een project dat bestond uit het maken van een blad voor het bedrijf Bagels&Beans. In de uiting staat onder meer dat de studenten met hun project de "Zilveren Pluis" hebben gewonnen en wordt beschreven hoe de studenten invulling aan het project hebben gegeven.

2. Naar het oordeel van het College dient de onderhavige uiting te worden beschouwd als een redactioneel artikel, nu daarin op zakelijke wijze verslag wordt gedaan van het desbetreffende minorproject. Het is onmiskenbaar niet de bedoeling van de redacteur tevens de producten van Bagels & Beans aan te prijzen. Dat in de tekst van de uiting wordt verwezen naar Bagels & Beans en enkele pagina's van het project sterk verkleind in de uiting zijn afgebeeld, leidt niet tot een ander oordeel. Het College onderschrijft het oordeel van de Commissie dat sprake is van illustrerende vermeldingen die niet als een zelfstandige reclame-uiting voor Bagels & Beans kunnen worden beschouwd.

3. Op grond van het voorgaande wordt beslist als volgt.

De beslissing

Het College bevestigt de beslissing van de Commissie.

