



RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Westland Kaas Groep B.V., gevestigd te Huizen, klagster,
tegen : Stichting Wakker Dier, gevestigd te Amsterdam, adverteerder.

De procedure

Namens klagster (hierna ook: Westland) heeft mr. P.D. Olden, advocaat, bij brief van 27 juli 2015 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

De klacht is in behandeling genomen op 27 juli 2015, waarbij de voorzitter van de Reclame Code Commissie, gebruik makend van de in artikel 8 lid 1 van het Reglement betreffende de werkwijze van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep neergelegde bevoegdheid, heeft bepaald dat de zaak met spoed op een zitting wordt behandeld.

Namens adverteerder (hierna ook: Wakker Dier) heeft mr. A.H.H. Bruinhof, advocaat, verweer gevoerd bij brief van 3 augustus 2015.

De Commissie heeft de klacht behandeld ter zitting van 6 augustus 2015.

Klagster is ter zitting vertegenwoordigd door H. Postma, en B. van Aalten, bijgestaan door mr. R. van Oerle, advocaat.

Namens adverteerder zijn ter zitting verschenen mr. A. Wiltink en drs. A. Hilhorst, bijgestaan door mr. Bruinhof voornoemd.

Naar aanleiding van het behandelde ter zitting heeft Wakker Dier bij e-mail van 7 augustus 2015 nadere informatie toegezonden. Namens Westland is op deze informatie gereageerd bij e-mail van 9 augustus 2015.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de volgende uitingen, waarbij de tussen [] staande woorden in een latere versie van de uitingen zijn toegevoegd:

A. Een radioreclame waarin wordt gezegd:

“Dag. Zit u nu in de auto? Kijk eens naar links...en ook even naar rechts. Veel lege weilanden hè? De koeien die daar horen te grazen, staan altijd op stal. Dag in dag uit. Om lekker goedkoop stalmelk te produceren. Voor bijvoorbeeld Maaslander, en Old Amsterdam. Deze merken gebruiken [deels] stalmelk in hun kaas. Boeh! Meer weten? Kijk op wakkerdier.nl.”

Deze reclame wordt gevolgd door een tag-on die luidt:

“Ziet u liever een weiland met koeien? Kies dan bijvoorbeeld voor Beemster of Milner. Zij maken hun kaas wèl [volledig] van weidemelk. Kijk op wakkerdier.nl.”

B. Het op adverteerders website www.wakkerdier.nl geplaatste persbericht met de kop “Wakker Dier start radiospot tegen ‘foute kazen’”.



Dit persbericht is, in de oorspronkelijke en de later aangepaste versie, in kopie aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

De radiocommercial, de tag-on en het persbericht zijn onwaar in de zin van artikel 2 en misleidend in de zin van artikel 8 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Daartoe wordt namens Westland het volgende aangevoerd.

De kazen Maaslander en Old Amsterdam worden gemaakt in opdracht van Westland, die hiertoe overeenkomsten heeft gesloten met Nederlandse producenten, omdat deze producenten het belang van weidemelk onderschrijven en het Convenant Weidegang hebben ondertekend. Het overgrote deel van alle melk die deze producenten inzamelen - voor zover Westland bekend ca. 80% - is weidemelk. Westland heeft geen reden om aan te nemen dat het percentage weidemelk in haar kazen Maaslander en Old Amsterdam lager ligt. Overigens streeft Westland ernaar om op termijn verdergaande afspraken te maken om deze kazen uiteindelijk van 100% weidemelk te maken.

De uiting van Wakker Dier suggereert dat Westland "lekker goedkoop" produceert door stalmelk voor haar kazen te gebruiken. De waarheid is echter dat de keuze voor de Nederlandse coöperaties de kosten van de productie aanmerkelijk verhoogt.

Hoewel niet onwaar is dat Maaslander en Old Amsterdam een kleine hoeveelheid stalmelk bevatten, wekt de uiting ten onrechte de indruk dat Maaslander en Old Amsterdam overwegend stalmelk bevatten. Die indruk is mede het gevolg van de willekeurige selectie van deze merken uit alle denkbare kaasmerken. Die selectie zal bij de luisteraar de indruk wekken dat de kazen van de merken Maaslander en Old Amsterdam meer stalmelk bevatten dan andere kazen die in Nederland op de markt zijn. Dat is niet waar.

In de tag-on worden Maaslander en Old Amsterdam tegenover merken geplaatst die volgens Wakker Dier "wel van weidemelk gemaakt zijn", hetgeen suggereert dat Maaslander en Old Amsterdam niet van weidemelk gemaakt zijn. Nu deze kazen overwegend van weidemelk gemaakt zijn, is deze suggestie onwaar en misleidend.

De aanduiding "foute kazen" in het persbericht is om dezelfde reden onwaar en misleidend, aldus Westland.

Het verweer

De oorspronkelijke versie van de radiospot is van 25 t/m 28 juli 2015 uitgezonden via Sky Radio en nationale publieke radiozenders en één dag langer op een aantal regionale zenders. Op 27 juli 2015 heeft Wakker Dier besloten de radiospot met tag-on licht aan te passen, in die zin dat in het eerste deel van de spot nu wordt gezegd: "Deze merken [= Maaslander en Old Amsterdam] gebruiken *deels* stalmelk in hun kaas" en in de tag-on nu wordt gezegd: "Zij [= Beemster en Milner] maken hun kaas wel *volledig* van weidemelk". De aanpassing op 27 juli 2015 van het persbericht op de website van Wakker Dier, waarvan de kop hetzelfde is gebleven, houdt in dat de ondertitel van het bericht is gewijzigd van "Maaslander en Old Amsterdam bevatten stalmelk" in "*In Maaslander en Old Amsterdam zit deels stalmelk*".

De radiospot en het persbericht zijn onderdeel van de campagne van Wakker Dier tegen de afname van weidegang voor koeien en de stijgende productie van stalmelk, van koeien die nooit buiten komen. Wakker Dier vindt dat koeien in de wei horen. Weidegang is belangrijk voor de gezondheid en het welzijn van een koe (en voor het milieu). Door schaalvergroting en intensivering is het percentage melkkoeien dat altijd op stal staat echter inmiddels gestegen tot 30%. Dat betekent dat ca. 30% van de Nederlandse melkproductie uit stalmelk be-



staat. Uit onderzoek van TNS NIPO eind 2014 blijkt dat 97% van de Nederlanders wil dat koeien in de wei staan. Producenten spelen hierop in: bijna alle verse melk is tegenwoordig weidemelk, herkenbaar aan het weidemelklogo op de verpakking. Dit logo garandeert dat de melk voor 100% afkomstig is van koeien die minimaal 120 dagen per jaar zeker 6 uur per dag in de wei mogen grazen. Voor de productie van kaas wordt echter nog wel veel stalmelk gebruikt. Omdat veel consumenten zich niet bewust zijn van het feit dat de meeste kaas stalmelk bevat, wil Wakker Dier consumenten daarover voorlichten en hen oproepen om, net als ze bij melk doen, ook bij kaas te kiezen voor een 100% weidemelk product.

Met betrekking tot de door Westland aangevoerde klachten stelt Wakker Dier het volgende. Westland heeft meegedeeld duurzaamheid belangrijk te vinden en haar kazen daarom alleen door Nederlandse producenten te laten produceren, omdat die het Convenant Weidegang hebben ondertekend. Het Convenant Weidegang geeft echter geen enkele garantie dat hun melkleveranciers ook daadwerkelijk weidegang (gaan) toepassen, en zeker niet dat zij dit voor 100% zullen gaan doen. Het doel van het convenant is namelijk om de daling van weidegang tegen te gaan en op het niveau van 2012 te houden. Het convenant houdt bovendien slechts een inspanningsverplichting in, waarbij geen minimale kwantitatieve eisen aan de weidegang worden gesteld. Wakker Dier streeft ernaar dat alle zuivel van 100% weidemelk gemaakt wordt, en gaat daarbij uit van de criteria van de – door de sector zelf opgerichte – Stichting Weidegang, die het weidemelklogo beheert. Voor het mogen voeren van dat logo moeten de koeien 120 dagen per jaar minimaal 6 uur per dag in de wei lopen. Die melkstroom wordt volledig gescheiden opgehaald. Westland heeft wisselende mededelingen gedaan over het percentage weidemelk in haar kazen, variërend van 70 tot 85%. Wakker Dier concludeert dat het percentage bij Westland kennelijk niet bekend is en dat daarover dus ook geen afspraken zijn gemaakt met de leveranciers. De mededeling van Westland dat zij ernaar streeft om op termijn verdergaande afspraken te maken opdat Maaslander en Old Amsterdam uiteindelijk van 100% weidemelk gemaakt zullen worden, betreft volgens Wakker Dier - mede door het ontbreken van een termijn - een vrijblijvende uitspraak die niet wordt onderbouwd met enige genoemde concrete maatregel of geïmplementeerde beleidsregel.

De opmerking van Westland dat zij door haar keuze voor Nederlandse leveranciers juist niet “lekker goedkoop” produceert, snijdt volgens Wakker Dier geen hout. Het is duidelijk dat in de bestreden uitingen een vergelijking wordt gemaakt tussen de kosten van productie met weidemelk enerzijds en die met stalmelk anderzijds, en geen vergelijking met uit het buitenland geïmporteerde melk. Vast staat dat de kostprijs van weidemelk hoger is.

Wakker Dier bestrijdt dat, zoals Westland stelt, de radiospot de indruk wekt dat Maaslander en Old Amsterdam overwegend van stalmelk zijn gemaakt. In de spot wordt gezegd “Deze merken gebruiken stalmelk *in* hun kaas”, over hoeveelheden wordt niets gezegd of gesteld. Overigens kan de 20% stalmelk die de kazen van Westland volgens haar opgave bevatten ook niet als een ‘kleine hoeveelheid’ worden aangemerkt. Het gebruik van 20% stalmelk betekent dat 1 op de 5 koeien die voor de productie van de kaas worden gebruikt dag in dag uit op stal staat. Wakker Dier heeft voorts geen “willekeurige selectie” toegepast op “alle denkbare kaasmerken”, zoals in de klacht staat. Bij de keuze om de campagne tegen stalmelk in kaas te beginnen met Old Amsterdam en Maaslander heeft Wakker Dier onder meer afgewogen dat dit zeer bekende en in bijna alle supermarkten verkrijgbare A-merk kazen zijn, waarvoor regelmatig landelijke reclamecampagnes worden gevoerd en waarmee de consument dus goed bekend is. Verder staat Westland in Nederland bekend als een van de grootste leveranciers van A-merk kazen, en zijn veel andere kazen huismerken van supermarkten die in hun beleid vaak volgend ten opzichte van de A-merken zijn. Weliswaar is Wakker Dier haar campagne begonnen met het in de spotlight plaatsen van Maaslander en Old Amster-



dam, maar in de komende maanden zullen ook andere kazen in de campagne worden genoemd. In de communicatie rond de campagne (website, persbericht en radioreclame) is duidelijk gemaakt dat Old Amsterdam en Maaslander voorbeelden zijn van merken die stal melk bevatten. Op de website, waarnaar in de commercial tweemaal uitdrukkelijk wordt verwezen, wordt actief uitgelegd dat er ook andere kazen zijn die stalmelk bevatten en andere kazen die geheel van weidemelk zijn gemaakt. Evenmin is juist dat, zoals door Westland gesteld, de selectie van de kazen bij de luisteraar de indruk wekt dat Maaslander en Old Amsterdam meer stalmelk bevatten dan andere kazen die in Nederland op de markt zijn. In de uitingen worden geen percentages stalmelk vermeld en wordt zeker niet gezegd dat dit percentage hoger is dan bij andere kazen. Ook het woord "bijvoorbeeld" maakt duidelijk dat Maaslander en Old Amsterdam niet de enige kazen met stalmelk zijn.

Westland lijkt met haar bezwaar tegen de tag-on te bedoelen dat daarin de suggestie wordt gewekt dat de kazen van Westland in het geheel geen weidemelk bevatten. Wakker Dier bestrijdt dat deze suggestie wordt gedaan. In het eerste deel van de spot wordt gezegd dat Maaslander en Old Amsterdam stalmelk *in* hun kaas gebruiken, maar niet dat hun kaas *van* stalmelk is gemaakt. In de tag-on, die terugslaat op deel 1 van de commercial, wordt duidelijk gemaakt dat Beemster en Milner hun kaas *wèl* van weidemelk maken, en er dus geen stalmelk in verwerken. Van de kazen van Westland kan alleen (taalkundig juist) worden gesteld dat zij *met* weidemelk gemaakt zijn.

De term "foute kazen" is alleen in het persbericht gebruikt en er wordt direct uitgelegd welke definitie Wakker Dier daarvoor gebruikt, namelijk "kaas waar stalmelk in zit: melk van koeien die nooit buiten komen". Daaraan wordt toegevoegd: "Maaslander en Old Amsterdam voldoen aan die voorwaarden en zijn daarom volgens ons foute kazen".

Wakker Dier concludeert op grond van het bovenstaande dat de onderhavige uitingen zorgvuldig en in overeenstemming met de NRC opgesteld zijn.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten gehandhaafd en, mede aan de hand van overgelegde pleitaantekeningen, nader toegelicht.

Naar aanleiding van de mededeling van Westland dat haar in de klacht beschreven bezwaren tegen de uitingen ook gelden voor de uitingen in de aangepaste vorm (zoals deze hiervoor, in de eerste alinea van het verweer van Wakker Dier, zijn beschreven), heeft Wakker Dier desgevraagd meegedeeld er geen bezwaar tegen te hebben dat naast de oorspronkelijke uitingen ook de aangepaste uitingen worden beoordeeld.

Op hetgeen ter zitting door partijen naar voren is gebracht wordt, voor zover nodig, teruggekomen in het oordeel.

Nadere informatie Wakker Dier

Wakker Dier legt - desgevraagd, hoewel de klacht daar niet op ziet - cijfers over ter onderbouwing van haar stelling dat er "veel lege weilanden" zijn. Uit de cijfers van het CBS blijkt dat het percentage melkkoeien dat buiten kwam in de periode 2001-2013 is gedaald van 90% naar 70%, waarbij wordt opgemerkt dat het CBS onder 'weidegang' verstaat: koeien die minimaal één keer per jaar buiten komen. In 2013 stonden ruim 300.000 minder koeien in de wei dan in 2001, een afname van 22%. Ook de verblijfstijd van de koeien in de wei is afgenomen van 9 uur per dag in 2001 tot 8 uur per dag in 2013 (-11%). Bovendien is het aantal



koeien dat 's zomers permanent in de wei staat in die periode gedaald van ruim 0,6 miljoen naar minder dan 0,4 miljoen. Het CBS heeft nog geen cijfers over het landelijke weidegangpercentage over 2014. Volgens het Convenant Weidegang is het aantal bedrijven dat weidegang toepast gedaald van 81,2% in 2012 naar 77,8% in 2014. Op grond van het voorgaande moet worden vastgesteld, aldus Wakker Dier, dat het gebruik van weilanden voor beweiding van melkkoeien sterk is afgenomen.

Reactie Westland op de nadere informatie van Wakker Dier

Hoewel de nadruk van de klacht niet is gelegen in de mededeling over de lege weiden, bestrijdt Westland de stellingen en berekeningen van Wakker Dier hieromtrent.

De keuze van Wakker Dier voor de periode 2001-2013 is onjuist, omdat deze geen betrekking heeft op de beleving van de consument die de radiocommercial hoort. De keuze voor de periode 2001-2013 leidt tot onjuiste conclusies over het huidige aantal koeien in Nederland en het absolute aantal koeien in de wei. De huidige situatie wordt beïnvloed door de afschaffing van het melkquotum per 1 mei 2015. Daardoor is de veestapel in Nederland toegenomen en zal nog verder toenemen, waardoor er ontegenzeggelijk meer koeien in de wei zijn komen te staan, aldus Westland.

Dat de conclusie van Wakker Dier dat het gebruik van weilanden voor beweiding van melkkoeien sterk is afgenomen onjuist is, blijkt ook uit het door CBS op 3 november 2014 gepubliceerde artikel onder de titel "Meer koeien in de wei ondanks schaalvergroting". In 2013 liepen er volgens CBS ruim veertigduizend koeien meer in de wei dan in 2012. Westland ontkent dat CBS de door Wakker Dier genoemde definitie van weidegang ('minimaal één keer per jaar naar buiten') zou hanteren.

Het oordeel van de Commissie

1. De bestreden uitingen zijn onderdeel van de campagne van Wakker Dier "tegen de afname van weidegang voor koeien en de stijgende productie van stalmelk, van koeien die nooit buiten komen". In dit verband, omdat - naar niet is weersproken - meer dan de helft van de in Nederland geproduceerde melk in kaas wordt verwerkt, vraagt Wakker Dier in de uitingen aandacht voor de naar haar mening onwenselijke situatie dat verschillende in Nederland verkrijgbare kaasmerken deels stalmelk in hun kazen verwerken in plaats van deze kazen volledig van weidemelk (van koeien die minimaal 120 dagen per jaar gedurende 6 uur per dag in de wei lopen) te maken. Aldus is sprake van reclame voor denkbeelden in de zin van artikel 1 NRC. Het feit dat reclame voor denkbeelden wordt gemaakt brengt mee dat de Commissie zich bij de beoordeling van de uitingen terughoudend opstelt, in die zin dat - indien de Commissie oordeelt dat sprake is van strijd met de NRC - aan Wakker Dier slechts een vrijblijvend advies kan worden gegeven.

2. Zoals in eerdere uitspraken door de Commissie is geoordeeld (vgl. bijvoorbeeld dossiers 2014/00123, 2013/00639 en 2013/00048), staat het Wakker Dier in beginsel vrij om als organisatie in reclame-uitingen haar mening te geven en haar denkbeelden te uiten. Daarbij is het toelaatbaar dat Wakker Dier, gelet op de haar toekomstige vrijheid van meningsuiting bij het verkondigen van denkbeelden, in bepaalde mate negatieve en/of positieve aandacht vestigt op (met name genoemde) producten waarop die denkbeelden betrekking hebben, mits de uiting op zich juist en - waar Wakker Dier zich beroept op feiten - voldoende onderbouwd is.

3. Met inachtneming van de hiervoor genoemde uitgangspunten oordeelt de Commissie met betrekking tot de verschillende uitingen als volgt.



Uiting A: de radiocommercial

4. In de radiocommercial wijst Wakker Dier erop dat er veel lege weilanden zijn en dat de koeien die in die weilanden horen te grazen altijd, dag in dag uit, op stal staan. Naar het oordeel van de Commissie is voor de gemiddelde consument voldoende duidelijk dat Wakker Dier op deze manier een algemeen beeld wil schetsen van de in haar visie onwenselijke situatie waarin steeds minder koeien buiten komen en steeds meer koeien permanent op stal blijven. Daarbij is niet gebleken dat het door Wakker Dier geschetste beeld onjuist is. Zij heeft voldoende aannemelijk gemaakt dat sinds 2001 daadwerkelijk sprake is (geweest) van een aanzienlijke afnemende weidegang en een toename van het aantal (melk)koeien dat nooit buiten komt, ook al lijken de door Westland genoemde cijfers erop te wijzen dat het aantal koeien dat buiten komt weer (licht) toeneemt.

5. In het vervolg van de commercial wordt meegedeeld dat de koeien niet in de weilanden maar altijd op stal staan "om lekker goedkoop stalmelk te produceren. Voor bijvoorbeeld Maaslander en Old Amsterdam. Deze merken gebruiken [deels] stalmelk in hun kaas". Naar het oordeel van de Commissie suggereert Wakker Dier hiermee dat de keuze voor het op stal houden van melkkoeien in plaats van weidegang toe te passen en de keuze van de kaasmerken voor het (deels) verwerken van stalmelk in hun kaas alleen gelegen zijn in de lagere productiekosten van stalmelk ten opzichte van weidemelk. De Commissie acht de juistheid van deze beweringen van Wakker Dier onvoldoende aannemelijk geworden. In de eerste plaats is de Commissie gebleken dat andere overwegingen dan (alleen) de kosten een rol (kunnen) spelen bij de keuze om koeien permanent op stal te houden. Zo kan bijvoorbeeld de gezondheid van de koeien een reden zijn om ze niet buiten te laten lopen. Voorts is voor de Commissie niet komen vast te staan dat de kosten van de productie van stalmelk altijd lager zijn dan de kosten die gemoeid zijn met het produceren van weidemelk, nu de kostprijs van melk van meer factoren dan alleen het al dan niet toepassen van weidegang afhankelijk is. In zoverre gaat de radiocommercial (in beide versies) naar het oordeel van de Commissie gepaard met onjuiste informatie als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC.

6. Westland heeft aangevoerd dat de radiocommercial de suggestie wekt dat Maaslander en Old Amsterdam in overwegende mate met stalmelk gemaakt zijn. De Commissie is van oordeel dat deze klacht doel treft voor zover dit bezwaar de oorspronkelijke versie van de radiocommercial betreft. Door de mededeling "Deze merken gebruiken stalmelk in hun kaas", gevolgd door de mededeling in de tag-on met betrekking tot Beemster en Milner "Zij maken hun kaas wèl van weidemelk", kan bij de gemiddelde consument gemakkelijk de indruk ontstaan dat Maaslander en Old Amsterdam niet (overwegend) met weidemelk maar (overwegend) met stalmelk gemaakt zijn. Als erkend is komen vast te staan dat dit niet juist is; beide kaasmerken van Westland zijn voor het grootste deel met weidemelk gemaakt. Het verweer van Wakker Dier dat de bestreden suggestie niet wordt gewekt, nu met betrekking tot Maaslander en Old Amsterdam wordt gezegd dat zij stalmelk *in* hun kaas gebruiken en niet dat hun kaas *van* stalmelk is gemaakt, zoals Beemster en Milner wel van weidemelk zijn gemaakt, kan naar het oordeel van de Commissie geen stand houden. Dit onderscheid – ook al is het taalkundig juist – is zo subtiel dat het de gemiddelde luisteraar van de radiocommercial zal ontgaan. Gelet op het voorgaande is de oorspronkelijke versie van de radiocommercial op dit punt naar het oordeel van de Commissie voor de gemiddelde consument onduidelijk als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC.



7. In de aangepaste versie van de radiocommercial wordt uitdrukkelijk meegedeeld dat Maaslander en Old Amsterdam *deels* stalmelk in hun kaas gebruiken, terwijl Beemster en Milner hun kaas *volledig* van weidemelk maken. Naar het oordeel van de Commissie is de radiocommercial hierdoor zodanig genuanceerd dat de onder 6 geconstateerde misleidende indruk die in de oorspronkelijke commercial werd gewekt, is weggenomen.

8. Westland heeft (ter zitting) aangevoerd dat de toevoeging van het woord “deels” de misleiding niet wegneemt, nu in de uiting niet wordt vermeld dat Maaslander en Old Amsterdam voor het grootste deel - 80% volgens Westland - met weidemelk gemaakt worden en dus maar een beetje ‘minder goed’ zijn dan de volledig van weidemelk gemaakte Beemster en Milner. De Commissie volgt Westland niet in dit oordeel. Wakker Dier wil immers met de commercial aan de orde stellen dat naar haar mening voor kaas alleen weidemelk en in het geheel geen stalmelk gebruikt zou moeten worden, terwijl dat bij de genoemde kazen van Westland niet gebeurt. Van Wakker Dier kan niet worden verlangd dat zij in haar boodschap meldt dat Westland kazen het maar een beetje minder goed doen dan kaasmerken die volledig van weidemelk gemaakt worden, nog daargelaten dat Wakker Dier het gebruik van 20% stalmelk - gelet op het aantal koeien dat blijkens haar berekening daarvoor op stal wordt gehouden - niet als een geringe hoeveelheid en dus niet als slechts ‘een beetje minder goed’ beschouwt.

9. Westland heeft voorts bezwaar gemaakt tegen het noemen van de merken Maaslander en Old Amsterdam en het in negatieve zin afzetten van deze merken tegen de concurrerende kaasmerken Beemster en Milner, waardoor afbreuk wordt gedaan aan de goede naam van de Westland kazen.

Zoals reeds onder 2 is overwogen, acht de Commissie het in beginsel toelaatbaar dat Wakker Dier, om aandacht te vragen voor haar visie dat kaas volledig van weidemelk gemaakt zou moeten worden, producten en/of merken noemt die wel of niet aan dit denkbeeld voldoen. Als erkend is komen vast te staan dat Beemster en Milner daadwerkelijk volledig van weidemelk gemaakt zijn en Maaslander en Old Amsterdam niet. In de commercial wordt voorts voldoende duidelijk gemaakt dat de genoemde merken voorbeelden zijn van de kaasmerken die het volgens Wakker Dier verkeerd of juist goed doen, waaruit blijkt dat ook andere kaasmerken voor deze kwalificatie van Wakker Dier in aanmerking komen. Op de website, waarnaar in de commercial wordt verwezen, worden andere kazen genoemd die wel of niet volledig van weidemelk gemaakt zijn.

10. De Commissie is van oordeel dat de gemiddelde consument door de onjuiste informatie (zie onder 5) en – voor zover het de eerste versie van de commercial betreft – onduidelijke informatie (zie onder 6) in de radiocommercial ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. Daardoor is de radiocommercial (in beide versies) misleidend en om die reden oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

Uiting B: de kop van het persbericht

11. Westland maakt bezwaar tegen de aanduiding ‘fout’ in de kop van het op de website van Wakker Dier geplaatste persbericht, welke kop luidt: “Wakker Dier start radiospot tegen ‘foute kazen’”. Westland acht deze aanduiding ontoelaatbaar, nu ‘fout’ een negatieve connotatie heeft en een ernstige misstand suggereert, terwijl de Westland kazen voor 80% ‘goed’ zijn. Deze klacht treft naar het oordeel van de Commissie geen doel.

Nu ‘foute kazen’ tussen aanhalingstekens is geplaatst, is direct duidelijk dat hier de mening van Wakker Dier wordt weergegeven. Bovendien wordt aan het begin van het persbericht



uitgelegd wat Wakker Dier onder 'foute kaas' verstaat, namelijk kaas waar deels stalmelk in zit. De tegen uiting B gerichte klacht wordt daarom afgewezen.

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

De beslissing

De Commissie acht de radiocommercial (in beide versies) in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. Zij adviseert adverteerder om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag. Het beroepschrift dient, nu sprake is van een spoedeisende zaak, binnen **7 dagen** na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

Mr. J.A.J. Peeters

De secretaris

Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. J.A.J. Peeters, voorzitter, mr. A.J.S. Lokin, N Rietman en L.G. Schram, leden, en mr. S.L. Brons, plaatsvervangend lid en secretaris.

Amsterdam, 11 augustus 2015