



Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Wakker Dier, gevestigd te Amsterdam, klager

tegen : 1. Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO), gevestigd te Den Haag, verweerder sub 1
2. ZuivelNL, gevestigd te Den Haag, verweerder sub 2, tezamen te noemen verweerdere

De procedure

Klager heeft bij brief van 24 januari 2025 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen uitingen.

Namens verweerdere heeft [REDACTED]
gereageerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld tijdens de zitting van 3 april 2025.

Klager werd vertegenwoordigd door [REDACTED]
[REDACTED]

Verweerder sub 1 werd vertegenwoordigd door [REDACTED]

Verweerder sub 2 werd vertegenwoordigd door [REDACTED]

Beide verweerdere werden bijgestaan door [REDACTED]

De bestreden uitingen

Het betreft 3 lespakketten voor verschillende basisschoolgroepen (groep 1 t/m 4, groep 5-6 respectievelijk groep 7-8) over zuivel, aangeboden via het online platform www.zuivelonline.nl. Meer in het bijzonder gaat het om, zoals -voor zover hier van belang- in de klacht is gesteld: "vijf (...) uitspraken rondom dierenwelzijn".

Samenvatting van de klacht

De lespakketten moeten worden beschouwd als reclame in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). De lespakketten geven een eenzijdig en op sommige punten onjuist beeld van de melkveehouderij. De gemiddelde leerling zal hierdoor ten onrechte in zijn of haar consumptiepatroon worden beïnvloed, in de richting van een positieve keuze voor zuivelproducten. Dit is naar klager aanneemt ook de bedoeling van de zuivelproducenten die zijn verenigd in de organisaties die de lespakketten aanbieden.

Vanwege de omvang van de lespakketten beperkt klager zich in dit dossier tot vijf -hierna te noemen- in het oog springende onjuiste, oneerlijke en/of misleidende uitspraken rondom dierenwelzijn en laat uitingen rondom milieu en klimaat achterwege.



Klager verzoekt de Commissie de bestreden reclame-uitingen te toetsen aan de **NRC**, de Kinder- en Jeugdreclamecode ("**KJC**"), de Reclamecode voor Voedingsmiddelen ("**RVV**") en, via artikel 12 RVV, aan het Convenant Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring.

Vanuit de website www.zuivelonline.nl kunnen de lespakketten en het bijbehorende docentenmateriaal worden gedownload of in grotere getale besteld. De pakketten worden onder meer binnen het EU-Schoolzuivelprogramma actief gepromoot bij basisscholen als educatief materiaal over de zuivelindustrie en gezonde voeding.

Op de website is niet duidelijk te zien dat deze in stand wordt gehouden door de NZO of dat verweerders de lespakketten aanbieden. Ook in het lesmateriaal wordt slechts op onopvallende wijze verwezen naar verweerders als uitgevers van de materialen. Verder ontbreekt een disclaimer om duidelijk te maken dat op de site uitsluitend het positieve beeld van de zuivelindustrie zelf wordt getoond.

Leerkrachten kunnen de lespakketten gratis bestellen of downloaden via het platform. De lespakketten vormen ook een onderdeel van het Schoolzuivelprogramma, een gesubsidieerde actie, waarbij scholen zich kunnen opgeven voor gratis schoolmelk. Scholen die dat doen, verplichten zich het begeleidende lesmateriaal - de lespakketten van Zuivel Online- af te nemen. Verwezen wordt naar de betreffende ministeriële regeling.

De lespakketten in hun huidige vorm zijn reclame in de zin van artikel 1 NRC, omdat er sprake is van systematische (in)directe aanprijzing van goederen (zuivelproducten) en denkbelden, door adverteerders, namelijk NZO en ZuivelNL.

Het lesmateriaal propageert het eenzijdige, geïdealiseerde en deels incorrecte beeld dat de zuivelindustrie graag van de Nederlandse melkveesector schetst, aldus klager.

Ter onderbouwing van het bovenstaande verwijst klager naar een passage over boerderijbezoeken met de klas en naar een mededeling over weidegang in een video die onderdeel is van het lesmateriaal. Ook wijst klager op de beslissing van de Commissie over lesmateriaal van Greenpeace (dossier 2024/00219).

Zoals gezegd geeft het lesmateriaal een eenzijdig, deels incorrect beeld van de zuivelindustrie. Zo ontbreekt informatie over de nadelige effecten van zuivelproductie op de dieren, het milieu en het klimaat. Daarnaast worden thema's als weidegang, leefomstandigheden in de stal en zorg voor kalfjes zeer gekleurd, onvolledig en misleidend behandeld. Een en ander is zeer zorgelijk in educatieve middelen, met name waar deze gericht zijn op een zeer jonge doelgroep, aldus klager.

Klager maakt in het bijzonder bezwaar tegen vijf uitingen betreffende dierenwelzijn (in verschillende onderdelen van de lespakketten) die voorbeelden zijn van het bovenstaande. Het gaat om de hierna nader aangeduide drie interactieve klikplaten (uitingen 1, 4 en 5) en twee video's (uitingen 2 en 3).

Uiting 1: "Goed voor de koe"

Dit betreft een informatieblok uit de interactieve klikplaat 'Op de boerderij van Jet' (lespakket voor groep 5/6), aldus klager.

In deze uiting zegt de fictieve boerin Jet:

"Mijn koeien hebben geen honger of dorst, want ze kunnen eten en drinken wanneer ze willen. Ze wonen in een half open stal, met veel ruimte, licht en frisse lucht. Kijk, ze kunnen zelfs naar binnen



en naar buiten lopen. Elke koe heeft een fijne plek om te liggen. Een ligbox is ongeveer 1,10 m breed en 2,40 m lang".

Door deze tekst wordt ten onrechte gesuggereerd dat:

(a) alle koeien in een halfopen stal wonen met veel ruimte, licht en frisse lucht en

(b) koeien zelf kunnen kiezen wanneer ze naar buiten kunnen.

Onder verwijzing naar diverse bronnen licht klager toe waarom zij deze suggesties onjuist acht.

Klager wijst -samengevat- op het volgende.

Ten eerste gelden er in Nederland geen specifieke wettelijke eisen voor ruimte, licht of frisse lucht in de melkveehouderij, waardoor elke boer zelf kan bepalen wat hij of zij doet.

Naast het feit dat lang niet alle melkveestallen halfopen zijn, schort het in veel melkveestallen aan voldoende loop- en ligruimte voor koeien.

Ten tweede wordt de indruk gewekt dat de staldeuren altijd open staan, en wel bij *alle* dieren, terwijl een kwart van de dieren nooit buiten komt. Bovendien zitten de staldeuren - ook bij weidekoeien - de gehele winter en een groot deel van de lente dicht. En op dagen dat de dieren wél naar buiten mogen, gaat het nog steeds maar om een beperkt deel van de dag.

Weidegang is goed voor koeien. Dat ze het gros van het jaar binnen staan, en *zelden* zélf kunnen bepalen of ze naar binnen of buiten willen, is iets wat NZO en ZuivelNL negeren. Door juist het tegenovergestelde te stellen, zadelen zij de kinderen van groep 5 en 6 op met **onjuiste** informatie en te rooskleurige verhalen, wat niet de bedoeling kan zijn van een lespakket.

Uiting 2: Video: Wat doet een koe op een dag?

Deze video is te zien op de webpagina's van de lespakketten voor groep 1 t/m 4, groep 5-6 en groep 7-8.

In deze video zegt de voice-over vanaf 00.16 onder meer:

"Bij de melkrobot kunnen ze even hun uiers legen. En dan nu lekker naar buiten. Alleen koeien die net melk gegeven hebben, mogen naar buiten. Hiervoor wordt de halsband van de koe gescand. Zo gaat het juiste poortje open. Nu gaat ze gras eten, het liefst de hele dag door".

Het hier geschetste beeld is zeer romantisch ingestoken op het gebied van weidegang. Zo wordt ten onrechte gesuggereerd dat:

a.

"lekker naar buiten" de standaard gang van zaken is voor alle melkkoeien in Nederland en

b.

koeien de hele dag buiten blijven om gras te eten ("het liefst de hele dag").

Ad a.

In werkelijkheid staat 25% van de koeien jaarrond op stal.

Ad b.

In werkelijkheid staan weidekoeien in Nederland gemiddeld 85% van hun tijd binnen.

Er wordt dus een onrealistisch, misleidend beeld gecreëerd van weidegang in Nederland.

Uiting 3: Video "Moderne snufjes in de stal".

Deze video is te zien op de webpagina's van de lespakketten voor groep 1 t/m 4, groep 5-6 en groep 7-8.

De video heeft betrekking op innovaties in een moderne stal, aldus klager.



In deze video zegt de voice-over vanaf 00.42 onder meer:

"Voor koeien is het heel belangrijk dat ze lekker kunnen liggen. Dan rusten ze uit en herkauwen ze hun voedsel. Ze doen dat in de wei maar ook in de stal. Zachte stalmatrassen, heel belangrijk. Wist je dat sommige boeren hun koeien op een waterbed liggen? Wat een verwennerij!"

Klager erkent het belang van een zachte ligplek, maar veel koeien krijgen deze niet. Onder verwijzing naar diverse bronnen licht klager dit toe. Klager vindt het daarom oneerlijk en misleidend om te suggereren dat alle koeien zachte stalmatrassen hebben om op te liggen.

Klager maakt ook bezwaar tegen de in de video opgenomen illustratie van waterbedden voor koeien, zoals afgedrukt in de klacht. Deze toont een koe, met hoorns, liggend op een mensenbed met een hoofdkussen.

Ten eerste worden bijna alle koeien op jonge leeftijd onthoofd. Ten tweede wordt het 'waterbed' wel heel rooskleurig verbeeld. Dit beeld staat wel erg ver af van de realiteit. Een "waterbed" voor koeien is namelijk niets meer dan een mat met twee lagen rubber waar een laagje water tussen zit. Een 'waterbed' is in totaal meestal zo'n vijf centimeter dik, aldus klager.

Uiting 4: "De stal"

Dit betreft een informatieblok uit de interactieve klikplaat "De stal".

Bij klikken op de stalmuur is te lezen:

"De Stal"

Gemiddeld heeft een melkveehouderij in Nederland 107 koeien. Die koeien moeten allemaal genoeg ruimte hebben. Een stal is daarom heel groot. Elke koe heeft in de stal een fijne zachte plek om te liggen. Dat noem je een ligbox. Een ligbox is ongeveer 1,20 m breed en 2,50 m lang. Daarnaast is een stal vaak halfopen. Dat betekent dat er zo min mogelijk muren zijn.

Waarom is deze stal prettig voor koeien?

- A. Ze kunnen dan goed met elkaar communiceren*
- B. Ze kunnen de geluiden van buiten beter horen*
- C. Ze hebben dan veel licht en frisse lucht.*

Antwoord C: Met een halfopen stal is er veel licht en frisse lucht. Vaak kunnen de koeien ook zelf naar binnen en naar buiten lopen".

Ook deze tekst geeft een te rooskleurige voorstelling van zaken. Zo wordt gesteld: "koeien moeten allemaal genoeg ruimte hebben. Een stal is daarom heel groot". Zoals eerder opgemerkt, schort het regelmatig aan voldoende loop- en ligruimte voor koeien.

Ook op het aantal en de grootte van de ligplekken is qua ruimte een en ander aan te merken. Klager licht dit, onder verwijzing naar bronnen, toe. In dit verband plaatst klager ook kanttekeningen bij de in de uiting genoemde afmetingen van een ligbox.

In de uiting staat ook: "Elke koe heeft in de stal een fijne zachte plek om te liggen". In werkelijkheid hebben, zoals eerder aangegeven, zeker niet alle koeien toegang tot een zachte ligplek.

Ten slotte staat in het antwoord op de gestelde vraag: "Vaak kunnen de koeien ook zelf naar binnen en naar buiten lopen". Bij uiting 2 heeft klager al uitgelegd waarom zij deze uitspraak misleidend vindt.



Uiting 5: "Kalveren".

Wanneer een leerling in deze klikkaart op de kalveriglo klikt, krijgt deze onderstaande tekst te zien met een afbeelding van meerdere kalfjes in een ruim hok met veel stro.

"Kalveren

Als kalveren worden geboren krijgen ze een fijn plekje met stro. Waarom gaan ze niet gelijk naar de andere koeien?

A: Omdat ze beschermd moeten worden tegen ziektes.

B. Omdat ze nog niet kunnen lopen.

C. Omdat ze de eerste 4 weken nog niets kunnen zien.

Antwoord: A - Door de kalveren een apart plekje te geven kan de boer ze goed in de gaten houden. Zo weet de boer zeker dat ze genoeg voedingsstoffen binnenkrijgen. Als de kalveren bij de koeien staan, komen ze sneller in contact met bacteriën en daar kunnen ze ziek van worden. De kalveren moeten eerst ouder zijn voordat ze naar de koeien kunnen."

Klager heeft de volgende twee bezwaren:

a.

De combinatie van beeld en tekst is misleidend. Gesteld wordt: *"Als kalveren geboren worden krijgen ze een fijn plekje met stro"*, waarbij een foto van kalveren bij elkaar in een strohok staat. In werkelijkheid worden de kalveren na de geboorte individueel en gedurende twee weken in een kalveriglo gezet.

b.

Het werkelijke antwoord op de gestelde vraag wordt niet genoemd. De werkelijke reden waarom de kalfjes niet gelijk naar de andere koeien gaan is puur financieel. In dit verband wijst klager er onder meer op dat de kalfjes bij de andere koeien een deel van de melk opdrinken die voor de verkoop is bedoeld. De in de uiting genoemde reden "omdat ze beschermd moeten worden tegen ziektes" is dan ook misleidend. Onder verwijzing naar een bron licht klager dit nader toe.

Er zijn ook boeren die met succes gezonde kalfjes de eerste weken en maanden bij hun moeder houden. Deze melk is te koop bij diverse supermarkten. Doordat verweerders stellen dat kalfjes weggehaald worden bij hun moeder om ze te beschermen, kunnen kinderen onterecht denken dat het goed is om kalfjes van hun moeder te scheiden en in isolatie te houden.

Conclusie:

Klager acht de uiting in strijd met de volgende bepalingen van het algemene en bijzondere gedeelte van de NRC, en licht dit nader toe, zoals hieronder samengevat.

i.

Artikelen 2, 8 en 11 NRC.

ii.

Artikelen 1 en 2 lid 1 sub c KJC.

iii.

Artikel 12 RVV.

Ad i.

In het bovenstaande zijn diverse voorbeelden gegeven van uitingen die onjuist zijn en dus in strijd met de waarheid als bedoeld in artikel 2 NRC.



Verder zijn deze onjuiste uitingen en de meeste overige hierboven genoemde uitingen misleidend als bedoeld in artikel "8 sub b" NRC. De lespakketten als geheel, althans de door klager belichte onderdelen daarvan, zijn immers onduidelijk of dubbelzinnig over het procedé van de totstandkoming van zuivelproducten. Er wordt geen openheid van zaken gegeven over de werkelijke gang van zaken in de gangbare melkveehouderij in Nederland anno 2024.

De lespakketten als geheel vormen daarnaast uitingen die in strijd zijn met artikel 11 NRC. Zij zijn immers niet duidelijk als reclame herkenbaar, zeker gelet op het publiek waarvoor ze zijn bestemd. De opmaak, presentatie en inhoud geven nergens een indicatie dat het om reclame gaat. In het colofon van de boekjes (zie ook bijlage 1 t/m 4 bij de klacht) is weliswaar vermeld dat het gaat om een uitgave van NZO en ZuivelNL, maar die ruimte wordt meer gebruikt om aan te geven waar nog extra informatie kan worden verkregen. Er wordt niet aangegeven dat het hier om reclame van de genoemde organisaties gaat, laat staan dat wordt vermeld dat in het materiaal maar een deel van het verhaal van de zuivelproductie wordt verteld en de akelige, dieronvriendelijke en vervullende aspecten achterwege zijn gelaten of erger: zijn verhuld.

Ad ii.

De lespakketten zijn in strijd met artikel 1 KJC dat bepaalt dat op kinderen gerichte reclame niets mag bevatten waardoor kinderen op enigerlei wijze worden misleid over de mogelijkheid en eigenschappen van het aangeboden product. Zoals al aangegeven is Wakker Dier van mening dat de lespakketten zijn bedoeld om de zuivelproductie in een positief daglicht te zetten, met als uiteindelijk doel de kinderen positief te stemmen over de consumptie van zuivelproducten. Dat gebeurt op een misleidende wijze, zoals reeds toegelicht in het kader van de artikelen 2 en 8 NRC.

Artikel 2, lid 1 sub c KJC bepaalt dat reclame gericht op kinderen niet mag profiteren van het speciale vertrouwen dat kinderen hebben in onder andere leerkrachten. Met behulp van de door NZO en ZuivelNL opgezette lespakketten worden hun eenzijdige en deels onjuiste denkbeelden met behulp van leerkrachten uit het basisonderwijs onder de leerlingen verspreid. Daarmee wordt aan deze denkbeelden een extra zetje gegeven om deze als "de waarheid" te laten opnemen. Dat is precies wat artikel 2, lid 1 sub c KJC beoogt te voorkomen.

Ad iii.

Artikel 12 RVV verwijst ten aanzien van sponsoring van scholen naar de meest recente versie van het "convenant Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring" ("het Sponsorconvenant"). De laatste versie van dit convenant verliep weliswaar op 31 december 2022 en daarna is vooralsnog geen nieuw convenant vastgesteld, maar Wakker Dier is van mening dat de beginselen van dit convenant nog altijd een richtsnoer dienen te vormen bij het beoordelen van reclame die mede gebruikt wordt in het kader van sponsoring.

Die situatie is hier aan de orde nu, zoals hierboven gesteld, voor alle scholen die deelnemen aan de sponsoring in natura die is vormgegeven in de ministeriële regeling schoolzuivel 2024. Dit is de uitwerking voor Nederland van het EU-Schoolzuivelprogramma. Daarin is sprake van sponsoring, omdat het programma voorziet in de levering van gratis zuivelproducten aan scholen, waarbij de financiële ondersteuning wordt geboden door de Europese Unie.

Het Sponsorconvenant stelt

- dat sponsoring niet misleidend mag zijn of voordeel mag trekken uit onwetendheid van leerlingen.
- dat in (digitale) lesmaterialen en (digitale) leermiddelen geen (impliciete) reclame



mag voorkomen en geen sprake mag zijn van onvolledige of subjectieve informatie.

Zoals al uitvoerig uiteengezet, is naar het oordeel van Wakker Dier in de lespakketten wel sprake van misleiding en wordt daarin wel voordeel getrokken uit de onwetendheid van kinderen (door de zaken in de Nederlandse melkveehouderij anders voor te stellen dan deze zijn). Bovendien - dat is uiteraard de basis van deze hele klacht - is er in het lesmateriaal sprake van reclame en onvolledige en subjectieve informatie.

Nogmaals: Wakker Dier is zich bewust van het feit dat er na 2022 geen nieuw Sponsorconvenant is opgesteld. De principes van dit convenant zijn echter dermate helder, scherp en overduidelijk gericht op de bescherming van kinderen dat klager zich niet kan voorstellen dat deze per 31 december 2022 plotsklaps hun gehele geldingskracht zouden hebben verloren. Naar de mening van klager zou de Commissie deze dan ook in de onderhavige zaak als richtsnoer dienen te hanteren.

Ondanks het feit dat er geen specifieke merknamen worden genoemd in het lesmateriaal, vertegenwoordigen NZO en ZuivelNL wel degelijk commerciële belangen, namelijk die van de zuivelsector als geheel. Hun lesmateriaal geeft een eenzijdig, geïdealiseerd en deels incorrect beeld van de Nederlandse melkveesector. Hierdoor is het lesmateriaal in strijd met het sponsorconvenant.

Conclusie

Het lesmateriaal is in strijd met diverse artikelen uit het Algemene en Bijzondere gedeelte van de NRC. Er is sprake van onjuiste en anderszins misleidende (want te gekleurde) uitingen, die gepresenteerd worden aan een kwetsbare groep. Dit gebeurt ook nog in een schoolomgeving, waar leerlingen niet zouden moeten behoeven te twijfelen aan de juistheid van wat hen wordt voorgeschoteld, of in hun achterhoofd zouden moeten houden dat de afzender eigenlijk bezig is reclame te maken.

Het verweer

Verweerders hebben uitvoerig schriftelijk op de klacht gereageerd. Op een aantal klachtonderdelen hebben verweerders gemotiveerd verweer gevoerd en de Commissie gevraagd om de klacht af te wijzen. Op een aantal punten hebben verweerders besloten om aanpassingen te verrichten en hebben zij de Commissie al dan niet subsidiair gevraagd om "een advies achterwege te laten". Voor zover nodig zal de Commissie in het oordeel terugkomen op het verweer.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten nader toegelicht, elk aan de hand van een (overgelegde) pleitnota. Voor zover nodig wordt op hetgeen ter zitting aan de orde is gekomen, ingegaan in het oordeel van de Commissie.

Het oordeel van de Commissie

1.

De klacht betreft vijf onderdelen van drie lespakketten over zuivel, te vinden op www.zuivelonline.nl. Klager vindt dat deze uitingen in strijd zijn met de NRC, de KJC en de RVV. De Commissie oordeelt hierover als volgt.



2.

Mede gelet op hetgeen verweerders ter zitting hebben aangevoerd, dient eerst de vraag te worden beantwoord of de bestreden uitingen moeten worden aangemerkt als reclame in de zin van artikel 1 NRC. De Commissie beantwoordt die vraag bevestigend, en overweegt daartoe het volgende.

De bestreden uitingen maken deel uit van drie lespakketten en moeten daarom worden gezien in de context van het geheel van die pakketten. Gelet op de inhoud van die pakketten, voor zover die in deze klachtprocedure aan de orde is gekomen, bevatten deze niet alleen feitelijke informatie over zuivel, maar ook een aanprijzing als bedoeld in artikel 1 NRC, zowel van denkbeelden als van goederen. Zo staat, zoals klager heeft meegedeeld en verweerders niet hebben weersproken, op de webpagina's van de lesmaterialen voor alle leeftijdscategorieën bijvoorbeeld:

"Kan je eindelijk eens zien hoe hard een boer elke dag werkt zodat wij allemaal lekkere en gezonde zuivel kunnen eten". Deze mededeling houdt de aanprijzing in van een denkbeeld (*"Kan je eindelijk eens zien hoe hard een boer elke dag werkt"*) en van goederen, namelijk zuivelproducten (*zodat wij allemaal lekkere en gezonde zuivel kunnen eten*).

3.

Aangezien de lespakketten zijn bedoeld voor kinderen in het basisonderwijs (groepen 1 t/m 4, 5 en 6 respectievelijk 7 en 8) is de onderhavige reclame gericht op kinderen en is de KJC van toepassing. Ook is de RVV van toepassing, omdat er sprake is van reclame voor zuivelproducten zoals melk en daarmee voor voedingsmiddelen als bedoeld in de RVV.

4.

Bij de beoordeling van de bestreden uitingen onderscheidt de Commissie twee situaties waarin de lespakketten worden gebruikt:

a.

Het geval dat de lespakketten onderdeel zijn van het zogenoemde Schoolzuivelprogramma, een gesubsidieerde actie waarbij scholen zich kunnen opgeven voor gratis schoolmelk. Scholen die dat doen, verplichten zich het begeleidende lesmateriaal - de onderhavige lespakketten - af te nemen, zo staat tussen partijen vast. In dit geval is sprake van 'gesponsord lesmateriaal', aldus verweerders.

b.

De situatie dat docenten de lespakketten downloaden of in gedrukte vorm bestellen, los van voornoemde verplichting in het kader van het Schoolzuivelprogramma.

5.

Ad situatie a.

In geval van 'gesponsord lesmateriaal' is artikel 12 RVV van toepassing. Hierin staat:

"Ten aanzien van sponsoring is de meest recente versie van het convenant Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring van toepassing".

Bij verweer hebben verweerders het standpunt ingenomen dat het "Convenant "Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring" 2020-2022" (hierna: "het convenant 2020-2022") per 31 december 2022 niet meer van kracht is, dat om die reden formeel niet meer aan dit convenant kan worden getoetst en dat artikel 12 RVV niet van toepassing is.

Vervolgens heeft klager, na in de klacht over voornoemd convenant te hebben gesteld dat de laatste versie hiervan verliep op 31 december 2022 en daarna vooralsnog geen nieuw convenant was vastgesteld, ter zitting verwezen naar het "Sponsorconvenant 2025-2029" (hierna: het convenant 2025-2029), meer in het bijzonder naar de artikelen 7 en 3 daarvan.

In artikel 7 staat, voor zover hier van belang:



“• Klachten over de inhoud van sponsoring kunt u melden bij de Reclame Code Commissie”.

Artikel 3 luidt:

“Artikel 3 “Onderwijsinhoud

Sponsoring mag de onderwijsinhoud niet beïnvloeden of in strijd zijn met het onderwijsaanbod en door de school en het schoolbestuur aan het onderwijs gesteld kwalitatieve eisen. Zo mag in (digitale) lesmaterialen en (digitale) leermiddelen geen (impliciete) reclame voorkomen en mag daarin geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie”.

De Commissie stelt vast dat artikel 3 van het convenant 2025-2029 overeenkomt met de inhoud van de eerste twee volzinnen van artikel 5 van het convenant 2020-2022.

Verder staat in artikel 7 van laatstgenoemd convenant:

“Partijen zullen met kracht bevorderen dat alle bij het onderwijs betrokkenen duidelijk is dat zij zich met klachten over sponsoring kunnen melden bij de klachtencommissie als bedoeld in artikel 1. Partijen zullen daarnaast bekendheid geven aan het feit dat klachten over de inhoud van concrete reclame-uitingen kunnen worden ingediend bij de Reclame Code Commissie”.

In artikel 1 van hetzelfde convenant staat, voor zover hier van belang:

“Reclame Code

Regels waaraan reclame moet voldoen en waaraan reclame wordt getoetst door de Reclame Code Commissie.

Klachtencommissie

De klachtencommissie, bedoeld in artikel 14 van de Wet op het primair onderwijs, artikel 23 van de Wet op de expertisecentra of artikel 24b van de Wet op het voortgezet onderwijs.

Reclame Code Commissie

De door de Stichting Reclame Code ingestelde klachtencommissie die beoordeelt of adverteerders en anderen die verantwoordelijk zijn voor het maken van reclame, zich aan de Reclame Code hebben gehouden”.

Naar aanleiding van het bovenstaande overweegt de Commissie het volgende.

Niet is komen vast te staan of er ten tijde van de indiening van de onderhavige klacht (24 januari 2025) een geldig sponsorconvenant was. Zoals ook in de klacht is gesteld, verliep het convenant 2020-2022 op 31 december 2022, waarna vooralsnog geen nieuw convenant was vastgesteld. Verder is niet gesteld of gebleken dat het convenant 2025-2029, waar klager ter zitting naar heeft verwezen, op 24 januari 2025 al in werking was getreden zoals bedoeld in artikel 12 van dat convenant, namelijk met ingang van de datum van de ondertekening ervan.

Gelet op het bovenstaande zal de Commissie zich bij de beoordeling van de bestreden uitingen beperken tot toetsing van deze uitingen aan de NRC, daaronder begrepen het Bijzondere gedeelte van de NRC, overeenkomstig hetgeen hierna over situatie b, is vermeld.

6.

Ad situatie b.

Voor het geval dat docenten de lespakketten downloaden of in gedrukte vorm bestellen, zonder dat er sprake is van sponsoring, oordeelt de Commissie als volgt.

Zoals hiervoor overwogen, is de KJC van toepassing.



KJC onder III Algemeen (Herkenbaarheid)

In de zogeheten 'preambule' van de KJC staat onder meer:

"Bij het maken van reclame gericht op kinderen en minderjarigen/jeugdigen is de herkenbaarheid van de reclame belangrijk".

In de KJC onder III Algemeen is bepaald:

"Reclame dient duidelijk als zodanig herkenbaar te zijn door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins, mede gelet op het publiek waarvoor zij is bestemd (zie artikel 11 NRC)".

Deze bepaling is identiek aan artikel 11 lid 1 NRC.

Gezien het publiek waarop de bestreden uitingen zijn gericht, is niet voldoende duidelijk dat het reclame betreft. Meer in het bijzonder is voor basisschoolleerlingen niet voldoende duidelijk dat de lespakketten afkomstig zijn van verweerders en dat verweerders, zoals in de volgens het verweer inmiddels aangepaste tekst staat: "werken voor de Nederlandse melkveehouders en zuivelfabrieken" en graag "ons verhaal over melk, zuivel en koeien" vertellen.

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie de uitingen niet duidelijk als reclame herkenbaar en daardoor in strijd met het bepaalde in de KJC onder III Algemeen en met artikel 11.1 NRC.

De Commissie heeft kennis genomen van de mededeling van verweerders dat zij geen enkel misverstand willen laten ontstaan over de aard of herkomst van de website www.zuivelonline.nl en dat daarom is besloten om explicieter op de website en in het lesmateriaal te vermelden dat deze afkomstig zijn van NZO en ZuivelNL.

In dit verband hebben verweerders wijzigingen genoemd op diverse plaatsen van de website en in het digitale en gedrukte lesmateriaal, in bovenbedoelde zin:

"werken voor de Nederlandse melkveehouders en zuivelfabrieken" en graag "ons verhaal over melk, zuivel en koeien" vertellen. Deze wijzigingen zijn, naar verweerders hebben gesteld, inmiddels doorgevoerd.

In deze aanpassingen ziet de Commissie aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

Artikel 1 KJC

Artikel 1 KJC luidt:

"Reclame gericht op kinderen mag niets in woord, geluid of beeld bevatten waardoor kinderen op enigerlei wijze worden misleid over de mogelijkheid en eigenschappen van het aangeboden product".

De toelichting bij artikel 1 KJC luidt, voor zover hier van belang:

"In reclame gericht op kinderen dient rekening te worden gehouden met hun bevattingvermogen en verwachtingspatroon, (...)".

Gegeven deze bepaling zal de Commissie beoordelen of de verschillende, specifiek door klager bestreden uitingen van dien aard zijn dat kinderen op enigerlei wijze worden misleid over de eigenschappen van zuivelproducten. Daarbij zal de Commissie rekening houden met de context waarin deze uitingen zijn geopenbaard. Ook zal de Commissie bij haar oordeel acht slaan op het verweer dat inmiddels aanpassingen zijn verricht.

Uiting 1



In reactie op klagers bezwaar tegen uiting 1 hebben verweerders verschillende stellingen van klager gemotiveerd weersproken. Zo hebben verweerders meegedeeld dat het Besluit houders van dieren wel wettelijke verplichtingen voor melkveehouders ten aanzien van ruimte, licht en frisse lucht bevat. Ook hebben zij kritische kanttekeningen geplaatst bij de wijze waarop klager heeft verwezen naar een artikel van Wageningen University & Research (WUR) en naar de zogenoemde Ongeriefanalyse van WUR.

Ten slotte hebben verweerders ook meegedeeld dat zij wel besloten hebben de tekst van uiting 1 te nuanceren, om iedere mogelijke onduidelijkheid of verwarring bij leerlingen te voorkomen, en dat deze wijziging reeds is doorgevoerd. De nieuwe tekst luidt:

"Mijn koeien hebben geen honger of dorst, want ze kunnen eten en drinken wanneer ze willen. Er zijn verschillende soorten stallen voor koeien. Zo zijn er stallen waar koeien zelf kunnen kiezen wanneer ze naar binnen en naar buiten gaan. In halfopen stallen, zoals op mijn boerderij, zijn niet alle buitenmuren dicht. De koeien hebben daardoor meer licht en frisse lucht. En in mijn stal hebben koeien een plek om te liggen."

Uit deze wijziging maakt de Commissie op dat verweerders de bestreden uiting te stellig vinden, in die zin dat bij kinderen ten onrechte de indruk zou kunnen ontstaan dat voor alle koeien geldt dat zij in een halfopen stal met veel ruimte, licht en frisse lucht wonen, zelf kunnen kiezen wanneer ze naar binnen en buiten gaan en een fijne plek hebben om te liggen. Gelet hierop wordt een te rooskleurig beeld gegeven van de leefomstandigheden van koeien in het algemeen en is de uiting misleidend als bedoeld in artikel 1 KJC.

In het bovenstaande ziet de Commissie aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

Uiting 2

Zoals te zien in de afdruk van dit lesmateriaal, zoals opgenomen in de klacht, is de titel van het hier bestreden filmpje: "Wat doet een koe op een dag".

In het filmpje wordt over koeien onder meer gezegd:

"Bij de melkrobot kunnen ze even hun uiers legen. En dan nu lekker naar buiten. Alleen koeien die net melk gegeven hebben, mogen naar buiten. Hiervoor wordt de halsband van de koe gescand. Zo gaat het juiste poortje open. Nu gaat ze gras eten, het liefst de hele dag door".

Door deze tekst over wat "een koe op een dag" doet, kan bij kinderen gemakkelijk de indruk ontstaan dat alle melkkoeien, na het geven van melk naar buiten gaan, en in de gelegenheid zijn om de hele dag door gras te eten. Deze indruk is onjuist, aangezien klager onweersproken heeft meegedeeld dat 25% van de koeien jaarrond op stal staan en weidekoeien in Nederland gemiddeld 85% van hun tijd binnen staan. Gelet hierop acht de Commissie de video misleidend als bedoeld in artikel 1 KJC.

Het verweer dat elders op de website www.zuivelonline.nl meer informatie te vinden is over weidegang, waardoor leerlingen een helder en volledig(er) beeld van de weidegang zouden krijgen, waaronder het gegeven dat niet alle melkveebedrijven aan weidegang doen, maakt bovenstaand oordeel over de video niet anders.



De Commissie heeft nota genomen van de mededeling bij verweer dat besloten is om de video geheel te verwijderen, en dat de video reeds verwijderd is van de website en het lesmateriaal, en van YouTube, een en ander om iedere mogelijke onduidelijkheid of verwarring te voorkomen.

In het bovenstaande ziet de Commissie aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

Uiting 3

In het begin van de video "Moderne snuffjes in de stal" zegt de voice-over:

"Moderne snuffjes in de stal. Welkom in deze moderne stal" waarna aandacht wordt besteed aan onder meer zonnepanelen, een aanduwrobot die hooi aanduwt en een melkrobot, waar de koeien worden gemolken wanneer zij daar zelf behoefte aan hebben. Ook wordt gezegd, bij beelden van koeien liggend in de wei en in de stal:

"Voor koeien is het heel belangrijk dat ze lekker kunnen liggen. Dan rusten ze uit en herkauwen ze hun voedsel. Ze doen dat in de wei maar ook in de stal. Zachte stalmatrassen, heel belangrijk. Wist je dat sommige boeren hun koeien op een waterbed liggen? Wat een verwennerij!"

Naar het oordeel van de Commissie ligt in deze uiting, die betrekking heeft op een "moderne stal" in het bijzonder, niet de suggestie besloten dat "alle koeien" zachte stalmatrassen hebben om op te liggen. In zoverre acht de Commissie de klacht ongegrond.

In reactie op het bezwaar tegen de in video opgenomen illustratie van een waterbed voor koeien, hebben verweerders meegedeeld dat leerlingen zullen begrijpen dat de afbeelding is bedoeld als metafoor en niet als weergave van de realiteit. In dit kader hebben verweerders opgemerkt dat waterbedden voor koeien niet hetzelfde zijn als waterbedden voor mensen; in het geval van koeien is er sprake van een mat met twee rubberen lagen met daartussen water.

Nu waterbedden voor koeien in deze zin afwijken van waterbedden voor mensen, en in de onderhavige reclame gericht op kinderen ter illustratie van een waterbed voor koeien zonder nadere toelichting een waterbed voor mensen is afgebeeld, acht de Commissie de uiting reeds op deze grond misleidend als bedoeld in artikel 1 KJC. Zij komt niet meer toe aan het beoordelen van de illustratie van het waterbed, voor zover in die illustratie een niet-onthoornde koe is te zien.

De Commissie heeft nota genomen van de mededeling bij verweer dat de video zodanig is ingekort dat iedere verwijzing naar een waterbed is verwijderd. Hierin, in combinatie met hetgeen verder is aangevoerd, ziet de Commissie aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

Uiting 4

Door de mededeling "Een stal is daarom heel groot" wordt gesuggereerd dat een stal altijd heel groot is. Klager heeft gemotiveerd betwist dat dit het geval is. Het lag daarom op de weg van verweerders om de juistheid van deze uitspraak aannemelijk te maken. Daarin zijn verweerders niet geslaagd.

Dit laatste geldt ook voor de door klager gemotiveerd bestreden, absolute mededeling "Elke koe heeft in de stal een fijne zachte plek om te liggen".

Aangezien klager onweersproken heeft meegedeeld dat 25% van de koeien jaarrond op stal staan en weidekoeien in Nederland gemiddeld 85% van hun tijd binnen staan, geeft de mededeling



"Vaak kunnen de koeien ook zelf naar binnen en naar buiten lopen" een te rooskleurige voorstelling van zaken.

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie de uiting misleidend als bedoeld in artikel 1 KJC.

De Commissie heeft nota genomen van de mededeling bij verweer dat besloten is om de tekst van uiting 4 te nuanceren om iedere mogelijke onduidelijkheid of verwarring bij leerlingen te voorkomen. De betreffende wijziging is reeds doorgevoerd en de oude tekst zal niet worden gebruikt, aldus verweerders.

De nieuwe tekst luidt:

"Op een melkveehouderij in Nederland hebben boeren gemiddeld 110 koeien. Er zijn verschillende soorten stallen voor de koeien. In sommige stallen kunnen koeien zelf kiezen wanneer ze naar binnen of naar buiten gaan. Soms is de stal halfopen. Dat betekent dat niet alle buitenmuren dicht zijn, waardoor koeien in zo'n stal meer licht en frisse lucht hebben.

Waarom is deze halfopen stal prettig voor koeien?

A: Ze kunnen dan goed met elkaar communiceren.

B: Ze kunnen de geluiden van buiten beter horen.

C: Ze hebben meer licht en frisse lucht.

Antwoord C: Met een halfopen stal is er meer licht en frisse lucht. Bij sommige stallen kunnen de koeien ook zelf naar binnen en naar buiten lopen".

Hierin, in combinatie met hetgeen verder is aangevoerd, ziet de Commissie aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

Uiting 5

De foto

In reactie op het bezwaar tegen de foto van kalveren bij elkaar in een strohok, inhoudende dat de kalveren na de geboorte in werkelijkheid individueel in een kalveriglo worden gezet, hebben verweerders -samengevat- het volgende meegedeeld:

De bewuste foto toont de situatie na de eerste 14 dagen na de geboorte. Om iedere mogelijke onduidelijkheid of verwarring bij leerlingen te voorkomen, hebben verweerders besloten om deze foto te verwijderen en te vervangen door de in het verweer opgenomen foto van twee kalveriglo's waarin kalveren afzonderlijk van elkaar zijn gehuisvest, aldus het verweer.

Uit het bovenstaande concludeert de Commissie dat de uiting voor wat betreft de bestreden afbeelding misleidend is als bedoeld in artikel 1 KJC. In de aanpassing van de foto ziet zij aanleiding om een aanbeveling voor zover nog nodig te doen.

De vraag met antwoord

Partijen verschillen van mening over het belang van verschillende redenen waarom kalveren na de geboorte niet direct naar de andere koeien gaan. Volgens klager gaat het met name om economische redenen, terwijl het volgens verweerders met name om gezondheid gaat. Wat hiervan zij, in reactie op de klacht hebben verweerders het hier bestreden tekstgedeelte met een vraag en een antwoord aangepast in die zin dat de vraag nu luidt:

"Wat is een belangrijke reden om kalveren niet gelijk naar de andere koeien te laten gaan?" in plaats van de oorspronkelijke vraag:

"Waarom gaan ze niet gelijk naar de andere koeien?"



Naar het oordeel van de Commissie wordt door de oorspronkelijke vraag ten onrechte gesuggereerd dat er maar één reden is, namelijk in dit geval Antwoord A in de bestreden uiting: "Omdat ze beschermd moeten worden tegen ziektes".

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie uiting 5 ook wat betreft de gestelde vraag in combinatie met het daarop gegeven antwoord daarop misleidend als bedoeld in artikel 1 KJC en zal zij, gezien de aanpassing, een aanbeveling doen voor zover nog nodig.

Voor zover klager zich heeft beroepen op artikel 2 lid 1 aanhef en onder c KJC overweegt de Commissie ten slotte het volgende. Deze bepaling luidt:

"Reclame gericht op kinderen mag hen geen morele of fysieke schade berokkenen en moet daarom voor hun bescherming voldoen aan de volgende criteria:

(...)

c. zij mag niet profiteren van het speciale vertrouwen dat kinderen hebben in ouders, leerkrachten of anderen;"

Voor zover in de bestreden uitingen misleidend zijn zoals hierboven overwogen, en leerkrachten deze uitingen gebruiken in het basisonderwijs, wordt met de onderhavige reclame geprofiteerd van het speciale vertrouwen dat kinderen hebben in leerkrachten. Door het vertrouwen dat kinderen in het basisonderwijs kunnen worden geacht in hun leerkracht stellen, is aannemelijk dat veel kinderen de inhoud van het lesmateriaal dat door die leerkracht wordt gebruikt zonder meer voor waar zullen aannemen.

In zoverre acht de Commissie de bestreden uitingen in strijd met artikel 2 lid 1 onder c KJC.

7.

Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

Gelet op het oordeel onder 6 betreffende "Herkenbaarheid" acht de Commissie de bestreden uitingen in strijd met artikel 11.1 NRC en met het bepaalde in de KJC onder III algemeen.

De Commissie beveelt verweerders voor zover nog nodig aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Gelet op het oordeel onder 6 betreffende de uitingen 1, 2, 4 en 5 acht de Commissie deze uitingen in strijd met artikel 1 KJC.

De Commissie beveelt verweerders voor zover nog nodig aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Gelet op het oordeel onder 6 betreffende "uiting 3" acht de Commissie deze uiting in strijd met artikel 1 KJC, voor zover het betreft de illustratie van een waterbed.

De Commissie beveelt verweerders voor zover nog nodig aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht tegen uiting 3 af.

Voor zover de uitingen 1, 2, 3, 4 en 5 misleidend zijn als bedoeld in artikel 1 KJC acht de Commissie deze ook in strijd met artikel 2 lid 1 onder c KJC.

De Commissie beveelt verweerders voor zover nog nodig aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

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.



Dossier 2025/00051

Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze beslissing 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. Het beroepschrift kan daarnaast binnen deze termijn per e-mail worden verzonden aan klacht@reclamecode.nl.

De voorzitter

De secretaris

[Redacted signature area]

Gewezen door

[Redacted signature area]