



Aan reclame kun je je soms flink ergeren. Wie vindt dat iets echt te ver gaat, kan een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie. We deden een greep in de uitspraken.

GEGROND

1 Zogenaamde quotes

'Elke aandoening van de gewrichten of wervels kan worden behandeld met 'BeezMax': artrose, artritis, ischias, reuma, radiculitis, osteochondrose, verschuiving van wervels, kyfose, coxartrose, enzovoort', vertelden reumatologen in een reclame op onder meer Facebook. Deze reumatologen wisten niets van die reclame en hadden zeker geen toestemming gegeven hun namen te gebruiken. 'Oneerlijk', oordeelt de RCC. Volgens de commissie is het aannemelijk dat de consument wordt overgehaald dit product te kopen door wat reumatologen er zogenaamd over zeggen.

(Uitspraak 2018/00069)

ONGEGROND

2 Koeien milieu-belastend?

'Met dit pak Campina melk kun jij onze Nederlandse natuur helpen', claimde Friesland-Campina in een filmpje op Youtube en Facebook. Dat klopt niet, vindt de klagster, want koeien zijn slecht voor het milieu. Maar volgens de RCC is het filmpje niet misleidend. De aangeprezen melk is gecertificeerd met het 'On the Way to PlanetProof'-keurmerk. 'Gebieden is dat, om voor dit onafhankelijke keurmerk in aanmerking te komen, de bedrijfsvoering en productiewijze van de deelnemende melkveehouders aan bovenwettelijke eisen op het gebied van natuur, klimaat en dier moeten voldoen.'

(Uitspraak 2019/00187)



ONGEGROND

3 Met of zonder suiker?

Als op een product staat 'zonder toegevoegde suiker', dan mag er geen suiker zijn toegevoegd. Anders word je als consument misleid. Maar óf er geen suiker aan is toegevoegd, is niet altijd direct duidelijk. Op de verpakking van 'Knijp-fruit appel en peer' van Albert Heijn staat dat er geen suiker is toegevoegd. Het product bevat perenpureeconcentraat, en daar zit suiker in. Is dat dan toegevoegde suiker? Nee, vindt de RCC, die zich baseert op Europese regels. Het product wordt van dat perenpureeconcentraat maar een beetje zoeter. 'Het beperkte effect van deze toevoeging op het totale suikergehalte van het product (1 g suiker extra per 100 g product) maakt aannemelijk dat de toevoeging van het concentraat een ander doel heeft dan om te dienen als zoetmaker.'

(Uitspraak 2018/00621)

3727

KLACHTEN EN MELDINGEN
ONTVING DE STICHTING
RECLAME CODE IN 2018

GEGROND

4 Verboden voor kinderen

Klaagster kreeg ongevraagd een doorzichtige cellofaanstrip van Dutch Supplements in de brievenbus, met daarin zeven gele capsules. In de flyer die erbij zat, stond dat het om een afslankproduct ging, waarbij werd vermeld 'Verboden voor kinderen onder de 18 jaar (...) De gelatine capsules (...) kunnen de activiteit of oplettendheid van kinderen beïnvloeden.'

De kinderen van klagster, twee en vier jaar oud, vonden de strip en konden deze zo openmaken. Gevaarlijk, volgens de klagster. De pillenstrip zal een bepaalde aantrekkingskracht op jonge kinderen hebben, vindt de RCC, ook al is dit niet de bedoeling. Dat komt vooral door de vrolijk gekleurde, goed zichtbare capsules. 'Denkbaar is dat jonge kinderen zullen menen dat de capsules snoep of ander eetwaar zijn.'

(Uitspraak 2019/00008) ►

MEER DAN

75% VAN DE NEDERLANDERS
STOORT ZICH WELEENS AAN RECLAME
(BRON: STICHTING RECLAME CODE)

43%

VAN DE IN 2018 BEHANDELDE
KLACHTEN IS TOEGEWEZEN

ONGEGROND

5 Reclame of voorjaarskrant?

Tegelijk met het huis-aan-huis-weekblad viel de 'Voorjaarskrant' van AK Deuren en Interieur op de mat. Dat had niet mogen gebeuren, vond de klager, want dat is reclame en zijn voordeur is voorzien van een 'Nee/Ja-sticker. Maar ongeadresseerd reclamedrukwerk mag tegelijk met een huis-aan-huisblad worden bezorgd, zelfs als er een Nee/Ja-sticker is. Het reclamedrukwerk moet dan wel duidelijk onderdeel van het huis-aan-huisblad uitmaken. Dat was hier het geval, vindt de RCC. Op de voorpagina van het weekblad is opvallend de 'extra bijlage' van AK Deur & Interieur aangekondigd en op iedere bladzijde van de bijlage stond: 'Weekblad Waalwijk/Drunen'.

(Uitspraak 2019/00312)



ONGEGROND

6 Hangend aan een broekje

Een abriposter van Suit Supply toonde een vrouw, op de rug gezien, met een bikinibroekje aan. Het broekje werd iets naar beneden getrokken door een klein afgebeelde, geklede man die zich hangend met één hand aan het broekje vasthield. Een vrouw voelde de reclame als een aanranding en diende een klacht in. De RCC heeft er begrip voor dat niet iedereen de reclame kan waarderen, maar oordeelt dat deze niet in strijd is met de goede smaak en/of het fatsoen. 'Het feit dat een klein deel van de billen van de vrouw bloot is, betekent op zich niet dat daardoor de grens is overschreden van hetgeen volgens huidige maatschappelijke opvattingen toelaatbaar is.' De RCC vindt ook niet dat het trekken aan een bikinibroekje door een klein mannetje het zelfbeeld van vrouwen verlaagt, of oproept tot geweld tegen vrouwen. 'Daarvoor acht de commissie deze uiting te absurdistisch.'

(Uitspraak 2016/00193/D)

GEGROND

7 Niet zo relaxed

Reisorganisatie NRV bood een 21-daagse groepsreis aan: 'Relaxt door Peru', met €175 korting. De oorspronkelijke prijs was doorgestreept. Dat doorgestreepte bedrag was de zogenaamde basisverkoopprijs, maar die had nog nooit iemand voor de reis betaald. Zo wordt de consument op het verkeerde been gezet, vindt de Reclame Code Commissie (RCC). Volgens de commissie gaan consumenten ervan uit dat de korting geldt op de oorspronkelijke prijs, zoals die vóór de kortingsactie gold en was de aanbieding dus misleidend.

(Uitspraak 2018/00821)

GEGROND

8 Lekker naturel

Het bekende model Doutzen Kroes plaatste een foto van zichzelf op Instagram, in spijkerbroek en gympen, zittend op een trap in een woonkamer. Daarbij de tekst '(...) Het leven is niet altijd zo picture perfect zoals we op social laten zien :) Post jij ook wel eens de ongefilterde, alledaagse kant van jezelf?! #naturelswelzolekker' Laat 'Naturel is wel zo lekker' nu een slogan van de frisdrank Rivella zijn. Dat is dus reclame, oordeelt de RCC. En dat had duidelijk moeten zijn.

(Uitspraak 2017/00518)

ZELF EEN KLACHT?

Heb je een klacht over een reclame? Die kun je indienen bij de (onafhankelijke) Reclame Code Commissie (RCC) van de Stichting Reclame Code. Dit kan via een online formulier of per post en is voor consumenten kosteloos.

Het is belangrijk de klacht op de juiste manier in te dienen, anders wordt hij niet behandeld. Zo moet helder zijn waartegen de klacht zich precies richt. Gaat het bijvoorbeeld om een televisiereclame, dan beschrijf je die, en je legt je bezwaren er tegen uit. Informatie (met een filmpje) is te vinden op reclamecode.nl. Wordt de klacht in behandeling genomen, dan wordt deze eerst aan de adverteerder voorgelegd. Soms komen klager en adverteerder er dan samen uit. Zo niet, dan wordt de klacht beoordeeld door de RCC. Die bekijkt of de reclame in strijd is met de Nederlandse Reclame Code. Uitspraken zijn niet bindend, maar meestal volgt de adverteerder de RCC.