



RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Stichting Wakker Dier, gevestigd te Amsterdam, klaagster
tegen : Deen Supermarkten B.V., gevestigd te Hoorn, verweerder.

De procedure

Klaagster (hierna ook: Wakker Dier) heeft bij brief van 22 juni 2018 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uiting.

De klacht is op 26 juni 2018 in behandeling genomen.

Verweerder (hierna ook: Deen) heeft bij brief van 3 juli 2018 verweer gevoerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld ter zitting van 19 juli 2018.

Het standpunt van Wakker Dier is ter zitting mondeling toegelicht door J. Salomons en A. Hilhorst. Verweerder heeft geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid om een mondelinge toelichting te geven.

De bestreden uiting

Het betreft een tekst op de website van Deen met de kop "Geen 'kiloknallers' bij Deen". Daaronder staat:

"Hoorn, juni 2018 – Vandaag werden wij verrast door een persbericht en radiocampagne van Wakker Dier met betrekking tot de verkoop van 'kiloknallers' van vlees zonder keurmerk.

DEEN herkent zich totaal niet in de reactie van Wakker Dier. DEEN verkoopt geen 'kiloknallers' en plaatst dit soort acties ook niet in haar folders. DEEN voert al sinds 5 jaar dit beleid. Daarbij is het assortiment varkensvlees en kip optimaal verduurzaamd. Het verduurzamen van het rundvlees ligt iets lastiger, maar ook daar wordt hard aan gewerkt.

De vleeswaren uit onze slagerij worden vrijwel allemaal gemaakt van verduurzaamd vlees. Alleen omdat het in onze eigen slagerij geproduceerd en verwerkt wordt, mag dit niet worden voorzien van het Beter Leven keurmerk.

Verder heeft DEEN meer dan 1.000 biologische producten in haar winkels en promoot die ook wekelijks in de weekfolder.

Ook wordt het gebruik van vegetarische producten actief gepromoot. DEEN heeft zelfs het grootste assortiment vegetarische producten van alle supermarkten. Wij zien ook dat de vraag naar vegetarische producten stijgt en spelen hier op in."

Een kopie van de uiting op de website van Deen is aan deze uitspraak gehecht.



De klacht

De klacht is gericht tegen de tekst op de website van verweerder. De tekst is geplaatst na de uitzending van een radiospot van Wakker Dier. In de radiospot wordt gezegd: *“Supermarktketen Deen is klein. Maar weet je waar ze groot in zijn? Kiloknallen. Stunten met dierenleed. En daar moet Deen mee stoppen. Want ‘kiloknallers’, dat kun je niet verkopen. Ook zo klaar met ‘kiloknallers’? Kijk op wakkerdier.nl.”*

Klaagster maakt bezwaar tegen de tekst die Deen naar aanleiding van de radiospot op haar website heeft geplaatst, om de volgende drie redenen:

1. Deen claimt in de tekst ten onrechte dat zij geen ‘kiloknallers’ verkoopt;
2. De claim dat het varkens- en kipassortiment optimaal is verduurzaamd, is onjuist;
3. Deen claimt dat zij geen keurmerk op haar vleeswaren mag zetten alleen omdat zij het in haar eigen slagerij produceert en verwerkt. Dit is pertinent onjuist, aldus klaagster.

Ad 1: ‘geen ‘kiloknallers’

Deen verkoopt nog wel ‘kiloknallers’, aldus klaagster. Op het moment dat Deen de verklaring op haar website plaatste, werd er geadverteerd met een ‘feestvoordeel’: 300 gram keurmerkloos (gemengd) gehakt voor 85 eurocent. Gemiddeld over de eerste 12 weken van 2018 had het vlees in de folders van Deen in bijna 64% van de gevallen geen erkend dierenwelzijnskeurmerk.

Daarbij komt dat Deen weet wat onder een ‘kiloknaller’ wordt verstaan: de definitie van een “kiloknaller” staat op de website van Wakker Dier [op de website staat als definitie voor het begrip “kiloknaller”: “een folderplaatsing van vlees of vleeswaren zonder zichtbaar dierenwelzijnskeurmerk”] en in correspondentie met Deen (vanaf 2015) is door Wakker Dier diverse malen gecommuniceerd over ‘kiloknallers’, wat hiermee bedoeld wordt en hoe Wakker Dier dit meet. Wakker Dier heeft drie brieven aan Deen (uit 2015, 2017 en 2018) overgelegd waarin het begrip “kiloknaller” en de uitleg hiervan aan bod komt. Volgens Wakker Dier sust Deen bewust het geweten van haar klanten.

Ad 2: ‘optimaal verduurzaamd’

Het varkens- en kipassortiment van Deen is niet ‘optimaal verduurzaamd’, aldus klaagster. Bij duurzame productie hoort aandacht voor dierenwelzijn. De productie van vlees als zodanig is volgens Wakker Dier zeker niet duurzaam te noemen, onder andere omdat er veel land en water voor nodig is en er veel broeikasgassen bij vrijkomen. Aanbiedingen doen de vraag naar een product stijgen. Dit geldt ook voor ‘kiloknallers’. De dieren achter dit vlees leven in omstandigheden die nog niet eens voldoen aan 1 van de 3 beschikbare sterren die het Beter Leven-keurmerk [een keurmerk dat wordt uitgedeeld door de Dierenbescherming] kent. In de eerste 12 weken van 2018 had 47% van de kipaangeboden en 50% van het varkensvlees geen dierenwelzijnskeurmerk. Deen stunt in haar folders voornamelijk met kiloknallers, gevolgd door vlees met 1 ster van het Beter Leven-keurmerk. Vlees met 2 Beter Leven sterren is afwezig in de folders en verhoudingsgewijs promoot Deen zeer weinig biologisch vlees.

Deen kiest er bewust voor om extra vlees van industrievarkens in het schap te leggen. Wakker Dier onderbouwt haar stelling aan de hand van een (aanbiedings)actie met varkenshaasjes. Van varkenshaas is er (doordat er maar 2 varkenshaasjes van een varken komen) vaak niet genoeg vlees met een ster van het Beter Leven-keurmerk voorhanden voor een aanbieding. In plaats van een aanbieding met varkenshaasjes achterwege te laten, kiest Deen er bewust voor om extra vlees van industrievarkens in de schappen te leggen. Door dit aanbiedingenbeleid drijft Deen willens en wetens de verkoop van ‘kiloknallers’ op, aldus Wakker Dier. Zolang Deen keurmerkloos vlees aanbiedt in haar folders, kan niet gesproken worden van ‘optimale verduurzaming’, aldus Wakker Dier.



Ad 3: 'Deen mag geen Beter Leven-keurmerk gebruiken'

De claim van Deen dat zij geen keurmerk op haar vleeswaren *mag* zetten *alleen omdat* zij het vlees in haar eigen slagerij produceert en verwerkt, is pertinent onjuist en zonder meer misleidend, aldus Wakker Dier. Het is wel degelijk mogelijk voor supermarkten met een eigen slagerij om een Beter Leven-keurmerk te dragen. Daarvoor moet echter wel een certificeringstraject succesvol zijn doorlopen. Supermarkt Jumbo (die met slagers in de winkel werkt), heeft de waarborg sinds 2016 rond en sinds juli 2017 kan een keurslager met vestigingen in Emmen en Klazienaveen een keurmerk voor 1 ster varkensvlees gebruiken.

Het verweer

Deen voert het volgende aan, verkort en zakelijk weergegeven.

Ten eerste betreft de uiting geen reclame, aldus Deen. Het is een persbericht dat verzonden is als verweer tegen de (eerderegenoemde) radiocommercial van Wakker Dier.

Het inhoudelijk verweer op de klacht(en) luidt als volgt:

1: 'geen 'kiloknallers'

Deen is op de hoogte van de definitie die Wakker Dier hanteert voor het begrip 'kiloknaller'. Dit wil echter niet zeggen dat Deen het met deze definitie eens is. In de optiek van Deen is een 'kiloknaller' een kiloaanbieding vlees, dat wil zeggen: 1000 gram. Iedere willekeurige consument zal dit ook zo begrijpen. Deen verkoopt bewust alleen porties vlees van maximaal 500 gram.

2: 'optimaal verduurzaamd'

Het varkensvlees en kippenvlees van Deen heeft een Beter Leven-keurmerk. Dit vlees is optimaal (zoveel mogelijk, uiterst) verduurzaamd. Het rundvlees niet; hier wordt wel aan gewerkt, maar daar is meer tijd voor nodig, aldus Deen. Het vlees zonder keurmerk in de folder betreft gemengd vlees (producten waarin rundvlees is verwerkt) of varkenshaas. Varkenshaas met keurmerk is onvoldoende beschikbaar als daar actie mee gevoerd wordt. Overigens wordt varkenshaas nooit in een kiloverpakking aangeboden, aldus Deen.

3: 'Deen mag geen Beter Leven-keurmerk gebruiken'

Deen heeft naar eigen zeggen exact de stand van zaken weergegeven in haar persbericht. Deen mag geen Beter Leven-keurmerk gebruiken op producten uit de eigen slagerij omdat die niet gecertificeerd is. Of certificering wel of niet mogelijk is, doet nu niet ter zake, aldus Deen. Deen is wel bezig met de certificering van de slagerij, maar dit is nu nog niet gerealiseerd.

De mondelinge behandeling.

Wakker Dier heeft haar standpunt toegelicht aan de hand van pleitaantekeningen, en vragen van de Commissie beantwoord. Op hetgeen ter zitting is aangevoerd, wordt, voor zover nodig, ingegaan in het hierna volgende oordeel.

Het oordeel van de Commissie

I. Is de uiting een reclame-uiting?

In de eerste plaats dient beoordeeld te worden of de bestreden uiting als reclame in de zin van artikel 1 NRC dient te worden aangemerkt, nu dat door Deen wordt bestreden.



De Commissie oordeelt als volgt.

Het persbericht bevat niet louter feitelijke informatie, maar heeft ook een aanprijzend karakter nu Deen zich daarin als supermarkt op positief bedoelde wijze profileert in reactie op negatieve berichtgeving (de eerder uitgezonden radiospot van Wakker Dier). Deen prijst in het persbericht haar beleid op het gebied van 'kiloknallers' en 'verduurzaming' van haar vlees aan, evenals (de hoeveelheid van) haar biologische en vegetarische producten. Gelet hierop dient de uiting naar het oordeel van de Commissie aangemerkt te worden als een reclame-uiting in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

II. Verkoopt Deen kiloknallers?

Omdat Deen in de uiting zelf (ook) de term 'kiloknaller' gebruikt, maar kennelijk een andere invulling aan dit begrip geeft dan Wakker Dier, zal bij de beoordeling van deze klacht eerst moeten worden bepaald wat de gemiddelde consument onder een 'kiloknaller' verstaat. Wakker Dier heeft onderzoeksresultaten overgelegd van een door haar (in 2015) uitgevoerd marktonderzoek waarin de vraag wat het publiek onder een 'kiloknaller' verstaat centraal stond. Uit dit onderzoek blijkt dat respondenten 'kiloknallers' veel sterker associëren met "goedkoop", "aanbiedingen" en "dierenleed", dan met "de hoeveelheid vlees van de aanbieder, een kilo". Deen heeft niet onderbouwd dat haar eigen invulling van het begrip 'kiloknaller', die er kort gezegd op neerkomt dat het publiek een 'kiloknaller' in de eerste plaats zal associëren met een kilo, overeenstemt met wat de gemiddelde consument daaronder verstaat. Gelet op het bovenstaande acht de Commissie het voldoende aannemelijk gemaakt dat de gemiddelde consument bij een 'kiloknaller' in zijn algemeenheid zal denken aan goedkoop vlees, waarbij bij de productie en/of verwerking weinig of geen rekening wordt gehouden met dierenwelzijn. Het hoeft daarbij niet per se om een hoeveelheid van 1000 gram te gaan.

Om die reden is de Commissie van oordeel dat het verweer van Deen, dat zij geen 'kiloknallers' verkoopt om de enkele reden dat zij geen verpakkingen van 1000 gram keurmerkloos vlees verkoopt, geen doel treft. Nu Wakker Dier daarbij onweersproken heeft gesteld dat Deen heeft geadverteerd met een 'feestvoordeel': 300 gram (gemengd) gehakt voor 85 eurocent, wat in ieder geval voor een deel (het rundvlees) bestaat uit vlees zonder keurmerk, acht de Commissie de bewering in het persbericht dat Deen geen 'kiloknallers' verkoopt onjuist.

III. Optimaal verduurzaamd assortiment?

Omdat de inhoud van een duurzaamheidsclaim van geval tot geval kan verschillen, moet in de uiting duidelijk worden gemaakt welke specifieke invulling adverteerder aan het begrip duurzaamheid geeft. Zonder deze informatie zal de gemiddelde consument bij een reclame-uiting waarin 'duurzaamheid' als een voordeel van een product wordt genoemd, in het algemeen onvoldoende in staat zijn een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen (vgl. dossier 2015/01079). Een dergelijke uitleg ontbreekt in de uiting van Deen. De uiting is om die reden reeds onjuist.

Daar komt bij dat naar het oordeel van de Commissie de gemiddelde consument de tekst niet anders zal begrijpen dan dat Deen alles wat in haar macht ligt doet om te zorgen voor verduurzaming van het varkens- en kippenvlees. Nu Wakker Dier dit gemotiveerd heeft betwist, onder meer aan de hand van het voorbeeld dat Deen (keurmerkloze) varkenshaasjes aanbiedt, had het op de weg van Deen gelegen om aannemelijk te maken dat zij wél alles in het werk stelt voor 'verduurzaamd' vlees, bijvoorbeeld door te onderbouwen welke maatregelen zij neemt of heeft genomen om haar vlees optimaal te verduurzamen. Dit heeft Deen echter nagelaten. De Commissie is daarom van oordeel dat Deen onvoldoende aannemelijk heeft gemaakt dat haar varkens- en kippenvlees "optimaal verduurzaamd" is.



Overigens heeft Wakker Dier ter zitting de bewering uit het verweer dat “het varkensvlees en kippenvlees van Deen een Beter Leven-keurmerk heeft”, gemotiveerd weersproken. Wakker Dier heeft hierbij verwezen naar de ‘varkensvleesmonitor’ van Varkens in Nood (een bericht van april 2018) waaruit blijkt dat 63% van het varkensvlees van Deen slechts een Beter Leven ster heeft (<https://www.varkensinnood.nl/nieuwsartikelen/71-procent-van-varkensvlees-in-supermarkt-heeft-keurmerk>). Voor wat betreft het kippenvlees voert Wakker Dier aan dat de kip die Deen momenteel verkoopt niet in aanmerking komt voor 1 ster van het Beter Leven-keurmerk.

IV. Geen Beter Leven keurmerk alleen omdat vlees in eigen slagerij geproduceerd en verwerkt wordt?

Naar het oordeel van de Commissie wordt met deze tekst bij de gemiddelde consument onmiskenbaar de indruk gewekt dat het feit dat het vlees in de eigen slagerij van Deen wordt geproduceerd en verwerkt, de enige reden is dat het vlees van Deen geen Beter Leven-keurmerk draagt. Wakker Dier heeft aan de hand van verschillende voorbeelden onderbouwd dat het wel mogelijk is voor ‘eigen slagerijen’ om een certificering te krijgen. Deen heeft dit in haar verweer erkend: zij is naar eigen zeggen wel bezig met de certificering van de slagerij, maar die is nu nog niet gerealiseerd.

Gelet op het voorgaande acht de Commissie de bewering “Alleen omdat het [vlees] in onze eigen slagerij geproduceerd en verwerkt wordt, mag dit niet worden voorzien van het Beter Leven keurmerk” onjuist.

V.

Op grond van het voorgaande komt de Commissie tot de conclusie dat in de uiting het beleid van Deen op het gebied van dierenwelzijn gunstiger wordt gepresenteerd dan in werkelijkheid het geval blijkt te zijn. De beweringen dat Deen geen ‘kiloknallers’ verkoopt, dat het varkensvlees en kip-assortiment “optimaal verduurzaamd” zijn en de mededeling “Alleen omdat het [vlees] in onze eigen slagerij geproduceerd en verwerkt wordt, mag dit niet worden voorzien van het Beter Leven keurmerk” worden alle door de Commissie (gelet op het onder II., III, en IV. overwogene) onjuist geacht.

VI.

Het vorenstaande leidt tot het oordeel dat de bestreden uiting gepaard gaat met onjuiste informatie als bedoeld in de aanhef van artikel 8.2 NRC. Omdat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit te nemen over een transactie – het al dan niet winkelen bij Deen – dat hij anders niet had genomen, is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

VII.

Gelet op het voorgaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. Zij beveelt verweerder 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 2018/00463

Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn 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. R.H.C. van Harmelen

De secretaris

Mr. A.E. den Hartog

Gewezen door mr. R.H.C. van Harmelen, voorzitter, drs. L. Moeke, mr. C.M. Schouwenaar, drs. G.J. Wilmink en mr. A.E. den Hartog, plaatsvervangend lid en secretaris.

Amsterdam, 30 juli 2018

2018/00463

Bijlage 2: Screenshot persbericht

Screenshot gemaakt op 14 juni 2018



Geen 'kiloknallers' bij DEEN

Hoorn, juni 2018 - Vandaag werden wij verrast door een persbericht en radlocampagne van Wakker Dier met betrekking tot de verkoop van kiloknallers van vlees zonder keurmerk.

DEEN herkent zich totaal niet in de reactie van Wakker Dier. DEEN verkoopt geen kiloknallers en plaatst dit soort acties ook niet in haar folders. DEEN voert al sinds 5 jaar dit beleid. Daarbij is het assortiment vullend vlees en kip optimaal verduurzaamd. Het verduurzamen van het rundvlees ligt iets lastiger, maar ook daar wordt hard aan gewerkt.

De vleeswaren uit onze slagerij worden vrijwel allemaal gemaakt van verduurzaamd vlees. Alleen omdat het in onze eigen slagerij geproduceerd en verwerkt wordt, mag dit niet worden voordien van het Beter Leven Keurmerk.

Verder heeft DEEN meer dan 1.000 biologische producten in haar winkels en promoot die ook wekelijks actief in de weekfolders.

Ook wordt het gebruik van vegetarische producten actief gepromoot. DEEN heeft zelfs het grootste assortiment vegetarische producten van alle supermarkten. Wij zien ook dat de vraag naar vegetarische producten stijgt en spelen hier op in.