



Schaduwwebsites NZO

Melkpropaganda van Nederlands
grootste zuivelbehartiger

Februari 2021

Samenvatting

Een jaar geleden diende Wakker Dier klachten in bij de Reclame Code Commissie (RCC) over diverse uitlatingen in de campagne *Nederland draait op zuivel* van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO). De RCC oordeelde dat de website misleidende informatie bevatte en NZO moest deze aanpassen.

NZO beheert echter ook verscheidene andere websites waarop dezelfde onwaarheden en misleidingen staan als waarvoor zij eerder op de vingers is getikt door de RCC. Wakker Dier haalde de stofkam door deze schaduwwebsites en ontdekte in totaal 27 uitspraken die eerder door de RCC als misleidend zijn bevonden. De misleidingen die Wakker Dier heeft gevonden gaan over de gezondheid van zuivel en over de diervriendelijkheid en duurzaamheid van de melkproductie.

Schaduwwebsites

Wakker Dier onderzocht – naast www.nzo.nl – elf websites en platforms die NZO zelf beheert, en websites waarop zij adverteert om reclame te maken voor zuivel. Op veel van de websites is het niet direct zichtbaar dat NZO de afzender is. Wakker Dier vermoedt dat NZO de websites inzet om op die manier een breed publiek te bereiken, zonder dat direct zichtbaar is dat hier reclame wordt gemaakt door een grote zuivelbehartiger.

Zo worden ook kinderen bereikt; door middel van reclame gericht aan jonge ouders en via basisscholen die meedoen met het Schoolmelkprogramma. Duizenden kinderen krijgen op deze manier zuivelreclame met de paplepel ingegoten. Naar eigen zeggen doet NZO dit omdat zij het belangrijk vindt dat kinderen een gezonde voeding krijgen. Wakker Dier zet haar vraagtekens bij deze praktijken.

Non-compliant

Doordat de RCC momenteel alleen een oordeel heeft geveld over de website *Nederland draait op zuivel*, kan NZO haar misleidingen op andere platforms nog laten staan. Wakker Dier vindt misleiding op geen enkele plek geoorloofd en wil dat NZO alle onwaarheden van al haar platforms verwijdert.

Wakker Dier wil dat de ongeoorloofde propaganda van NZO stopt en vraagt de Reclame Code Commissie – zolang de websites van NZO misleidingen bevatten – om NZO op non-compliant te stellen.¹ Wanneer NZO op de non-compliant-lijst staat, kan zij geen reclame meer inkopen in de gerenommeerde media. Ook wordt dan de wettelijke toezichthouder ACM (Autoriteit Consument en Markt) op de hoogte gesteld. Zij is in staat om nader onderzoek te doen en eventueel een boete op te leggen.²

¹ <https://www.reclamecode.nl/compliance/non-compliant/>

² <https://www.reclamecode.nl/over-src/faq/?search-faq=non%20compliance>

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Misleiding op schaduwwebsites	9
3	Bijlage 1: Misleidingen campagne <i>Nederland draait op zuivel</i>	18

1 Inleiding

1.1 Misleiding in gesubsidieerde campagnes

We hebben in Nederland een grote melkveesector. Deze brengt problemen met zich mee op gebied van dierenwelzijn, natuur, klimaat en ongezonde overconsumptie. De belangenpartij NZO (Nederlandse Zuivel Organisatie) zet zich in om die problemen weg te praten en vooral de consumptie van zuivel te promoten. NZO wordt gefinancierd door grote zuivelbedrijven zoals FrieslandCampina, Arla, A-Ware en Vreugdenhil. Voor hun promotiecampagnes ontvangt zij ook geregeld subsidie vanuit de EU.

Misleiding

Wakker Dier is erachter gekomen dat NZO zich niet altijd aan de waarheid houdt. In april 2020 oordeelde de Reclame Code Commissie dat de campagnewebsite *Nederland draait op zuivel* van de Nederlandse Zuivel Organisatie onjuistheden en misleidingen bevatte. Wakker Dier kreeg gelijk op twaalf klachtonderdelen. NZO ging in beroep op vijf van deze gewonnen klachten, maar dit bleek geheel vruchteloos. NZO moest haar campagnewebsite aanpassen en werd aangemaand om in het vervolg niet meer op deze wijze reclame te maken.

De campagne van NZO zorgde daarnaast ook voor veel ergernis bij het Nederlands publiek. In de Liegebeestverkiezing van Wakker Dier kreeg NZO meer dan zesduizend stemmen, en behaalde daarmee de tweede plaats in de verkiezing voor de grootste PR-leugens op het gebied van dierenwelzijn.

NZO voert campagnes uit onder allerlei verschillende namen en leuzen. De website *Nederland draait op zuivel* is hiervan slecht een van de vele. In dit rapport zet Wakker Dier de misleidende uitspraken op een rij, welke NZO maakt op haar eigen websites en platforms en op websites waarop zij adverteert.

1.2 Overzicht schaduwwebsites

Naast de officiële website van de Nederlandse Zuivel Organisatie (www.nzo.nl) beheert de behartiger van de zuivelsector ten minste elf andere websites en social media platforms. Op die manier weet ze uiteenlopende doelgroepen te bereiken waaronder kinderen, ouders van jonge kinderen en zwangere vrouwen. Daarbij is niet altijd direct duidelijk dat de platforms worden beheerd door de zuivelsector (Afbeelding 1 en 2). Zo is dit bijvoorbeeld bij de website *Alles begint met zuivel* enkel af te lezen aan het logo van NZO aan de onderzijde (footer) van de website en bij de website *Zuivelonline* wordt alleen op de pagina over Privacybeleid³ gerept over de Nederlandse Zuivel Organisatie.

Wakker Dier telt – naast www.nzo.nl - in totaal elf platforms die door NZO worden beheerd, waarvan drie met extra financiering vanuit de EU. Drie van de platforms zijn specifiek gericht op de zuivelconsumptie van kinderen en zes op gezondheid.

Afbeelding 1. Online advertentie voor de campagne *Alles begint met Melk*. Afzender NZO is niet zichtbaar in de advertentie. De Europese Unie is de sponsor en wordt nadrukkelijk wel in beeld gebracht; dat is verplicht maar straalt ook extra autoriteit uit.

Advertentie



Melk is al jarenlang onderdeel van een goed voedingspatroon en een verstandige keuze voor jong en oud. Begin de dag goed met melk.

Gesponsord door:  Alles Begint Met Melk

Meer informatie

Alles begint met melk

Een campagne om het drinken van melk te promoten. Deze is gesubsidieerd door de Europese Unie, onder het promotieprogramma 'Enjoy it's from Europe'. Het driejarige campagneprogramma van NZO dat momenteel nog loopt, is begroot op 2,7 miljoen. Tachtig procent hiervan wordt met subsidie bekostigd.⁴

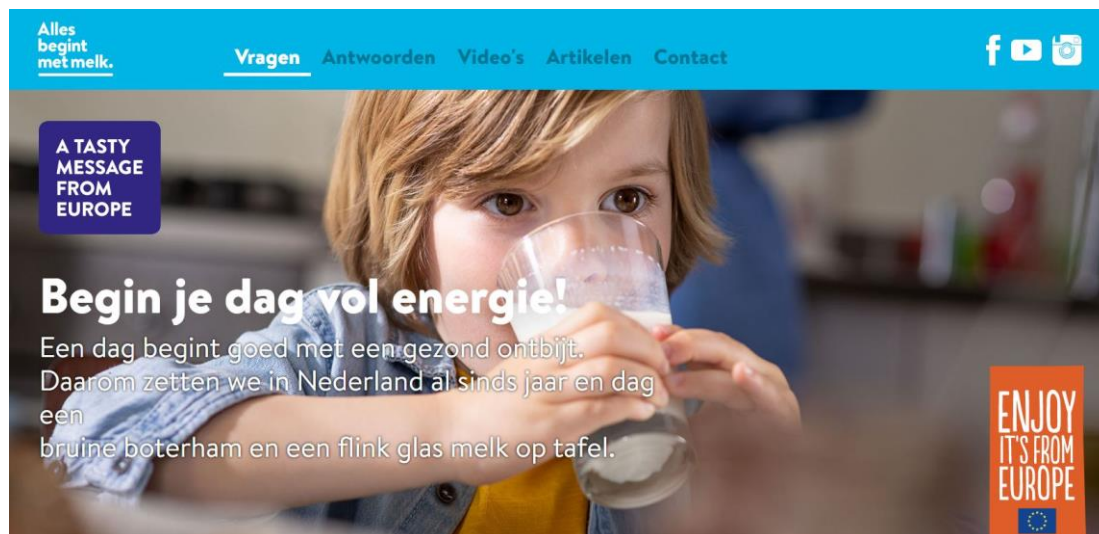
De campagne *Alles begint met melk* is met name gericht op jongvolwassenen, jonge ouders en zwangere vrouwen.⁵ Hiervoor wil NZO ook bloggers, influencers, mooie foto's, social media accounts, evenementen sponsoring en advertenties op verschillende platforms inzetten.⁶ Als onderdeel van de campagne zijn er diverse advertenties geplaatst in *Kek Mama* en *Ouders van Nu*; tijdschriften gericht op jonge ouders.

³ <https://zuivelonline.nl/privacybeleid/>

⁴ <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-35000-XIV-8.html>

⁵ <https://userfiles.mailswitch.nl/files/2237-7fa5200ea6bd889b5e51cf4f4ea49b34.pdf>

⁶ <https://ec.europa.eu/chafea/agri/en/campaigns/emf-milk>



Afbeelding 2. Homepage van de website *Alles begint met melk*. Afzender NZO is niet direct zichtbaar, in tegenstelling tot de Europese Unie, die de campagne met belastinggeld financierde.

Fit op school

Een lespakket gericht op 'de jongste kleuter tot de oudste bovenbouwer'. Sinds het schooljaar 2018-2019 wordt dit lespakket ook ingezet op scholen met het Schoolmelk programma.⁷ Duizenden jonge kinderen komen op die manier in contact met de kindermarketing van NZO. Voor de promotie van het lespakket wordt hockeyster Naomi van As als influencer ingezet.

Frau Antje

Een website ter bevordering van de kaashandel met Duitsland. Met een karikatuur van een Nederlandse kaasboerin wordt de Duitse markt warm gemaakt voor de import van Nederlandse kaas.

Gouda Holland kaas

Promotiecampagne voor Nederlandse kaas met een Europees herkomstlabel. De Europese Unie steunde deze Nederlandse campagne in 2017 met 70 duizend euro.⁸ Met de campagne wil NZO de bekendheid van het logo voor Hollandse kaas onder consumenten vergroten.

Het zit in melk

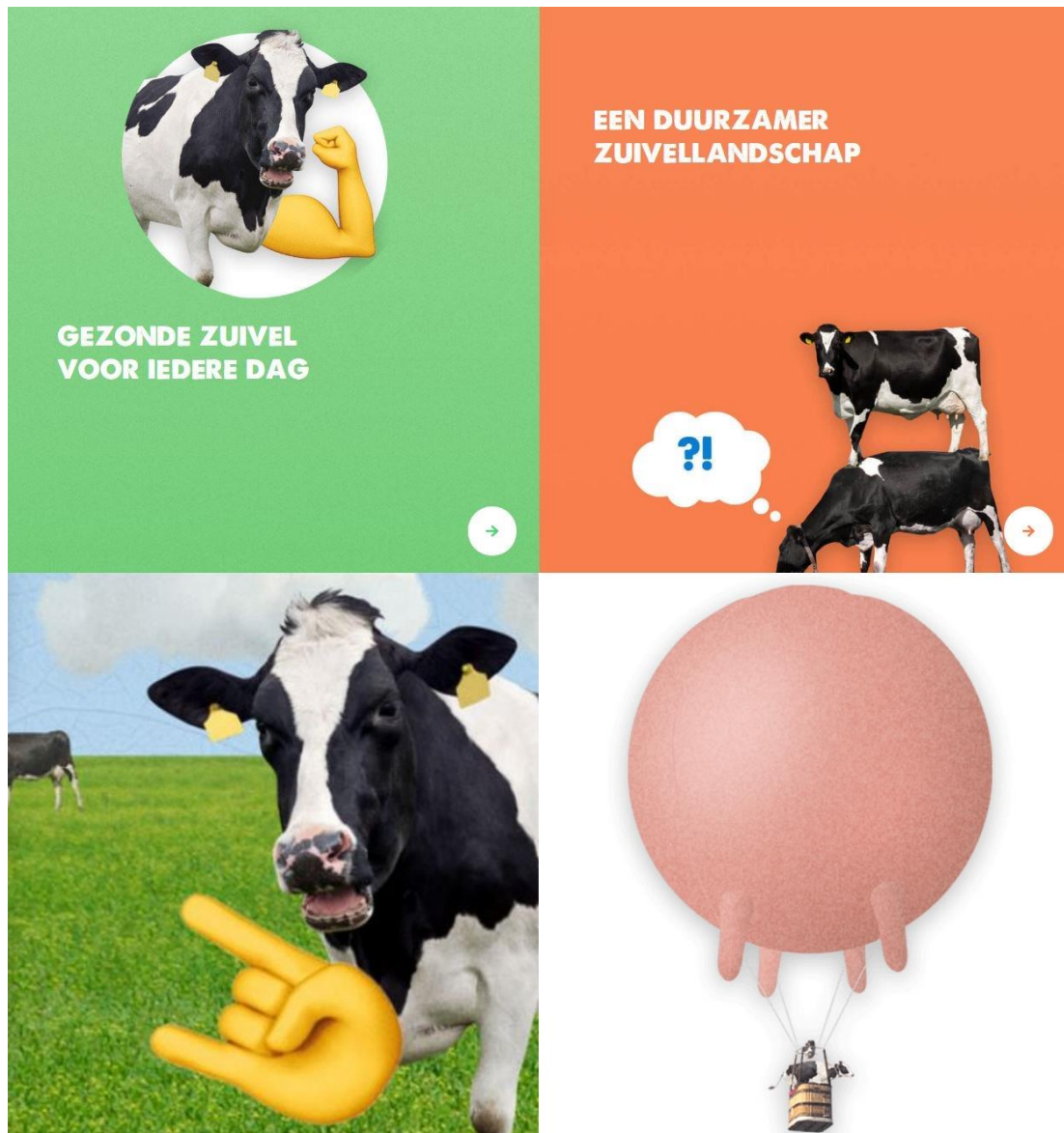
Facebookplatform ter promotie van melk en zuivel. *Het zit in melk* is verbonden met de campagnewebsite *Zuivelonline*. De posts gaan vaak over de gezondheidswaarde van melk.

Melk voedzaam van nature

Een promotieplatform voor zuivel, afkomstig van acht grote Europese organisaties die de zuivelsector behartigen, samen verenigd in het EMF.

⁷ <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2020/07/Evaluatie%20schoolmelk%202019-2020.pdf>

⁸ <https://ec.europa.eu/chafea/agri/en/campaigns/dairy-pdo-pgi>



Afbeelding 3. Impressiebeelden afkomstig van de website *Nederland draait op zuivel*.

Nederland draait op zuivel

Een promotiecampagne met mooimakerij over dierenwelzijn, milieu, gezondheid en economie. Een kolderieke tv-spot is gedurende vijf maanden – van 3 februari tot 23 maart en van 22 juni tot 15 oktober 2020 – te zien geweest op de meest bekeken tv-kanalen.⁹ Een groot deel van de zendtijd werd gefinancierd door het miljardenbedrijf FrieslandCampina. Dit bedrijf heeft directe lijnen met de Nederlandse Zuivel Organisatie; zo is de voorzitter in het bestuur van NZO ook de CEO van FrieslandCampina.¹⁰

⁹ De commercial is vertoond op de volgende tv-kanalen: BBC First Holland, Comedy Central, Crime & Investigation Network, Discovery Channel, Eurosport, Fox, Fox Sports, History, ID, MTV, National Geographic Channel, Net 5, NPO 1, 2 en 3, RTL 4, 5, 7, 8, Z, Crime en Lounge, SBS 6 en 9, Spike, TLC, Veronica, Vice TV, XITE, Ziggo Sport (Select) en 24Kitchen. De commercial is online te bekijken via:

https://www.youtube.com/watch?v=Sv7dMvRc1AU&ab_channel=Nederlanddraaitopzuivel

¹⁰ <https://www.nzo.nl/organisatie/ons-bestuur/>

Eerder liet Wakker Dier al zien dat de website *Nederland draait op zuivel* diverse onwaarheden en misleidingen bevatte.¹¹ Een samenvatting en overzicht van de misleidingen en onwaarheden zijn te vinden in Bijlage 1. Nog altijd heeft NZO niet alle aanpassingen gedaan die de RCC haar heeft opgelegd. Zo pretendeert NZO nog altijd dat Nederlandse zuivel duurzaam is.

The Daily Milk

Een blog-website opgezet en mogelijk gemaakt door NZO. Zuivelconsumptie wordt op allerhande manieren bejubeld en alles wordt uit de kast gehaald om zuivel in het zonnetje te zetten.

Zuivelonline

Promotiecampagne met lespakket gericht op kinderen. Het lespakket wordt gedistribueerd onder scholen die meedoen met het Schoolmelkprogramma.¹² Eerder heeft NZO de website Zuivelonline ingezet voor een campagne waarvoor zij €2 miljoen EU-subsidie ontving.^{13,14}

Zuivel & Gezondheid

Een website en gratis kwartaalmagazine gericht op diëtisten, voedingsdeskundigen en gezondheidszorgprofessionals.

Zuivel en Klimaat

Twitterplatform met mooimakerij op het gebied van duurzaamheid. Net als de campagne *Alles begint met melk* wordt dit platform mede mogelijk gemaakt met financiering van de Europese Unie, onder het promotieprogramma 'Enjoy it's from Europe'.

¹¹ <https://www.wakkerdier.nl/persberichten/reclame-code-commissie-nzo-zuivelcampagne-misleidend/>

¹² <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2020/07/Evaluatie%20schoolmelk%202019-2020.pdf>

¹³ <https://www.distrifood.nl/assortiment/nieuws/2010/03/zuivelclub-haalt-joris-driepinter-van-stal-10155470>

¹⁴ <https://www.evmi.nl/nieuws/campagne-moet-melk-drinken-stimuleren>

2 Misleiding op schaduwwebsites

De Stichting Reclame Code heeft enkel een uitspraak gedaan over de campagne *Nederland draait op zuivel*. Daardoor kan NZO op andere plekken nu nog doorgaan met haar misleiding. De misleidende uitingen die NZO gebruikte in de campagne *Nederland draait op zuivel*, komen dan ook op veel andere websites van NZO terug. Hieronder volgt een overzicht van deze uitingen.

2.1 Boeren doen niet alles voor hun koeien

De RCC oordeelde dat NZO op haar website *Nederland draait op zuivel* niet meer mag zeggen dat de melkveehouder alles doet voor de gezondheid van de koeien. Aan de leefomstandigheden van de dieren mankeert namelijk nog een heleboel. In de stallen is er bijvoorbeeld beperkte ruimte en slechte vloeren. Dat zorgt er mede voor dat 55 tot 80 procent van de koeien één of meer klauwproblemen krijgt, dat jaarlijks 25 procent een uierontsteking krijgt en leidt uiteindelijk tot een verminderde vruchtbaarheid.¹⁵

Na de uitspraak van de RCC blijft NZO deze misleiding gebruiken. Zo heeft NZO de tekst bijvoorbeeld ge-copy-paste naar haar website *The Daily Milk* en we vinden vergelijkbare uitspraken op de spreekbeurtenpagina van *Zuivelonline*.

“De gezondheid van de koe bepaalt voor een groot deel hoe oud ze wordt. [...] Het allerbelangrijkste bezit van een melkveehouder zijn zijn koeien. Hij zal er dan ook alles aan doen om hen zo gezond mogelijk te houden.”

Bron: *The Daily Milk*

“Een boer doet zijn uiterste best om de koeien gezond te houden. Want een gezonde koe is een blije koe. En die geeft meer melk. De boer geeft ze daarom niet alleen heel gezond voer, maar zorgt voor een fijne plek.”

Bron: *Spreekbeurt groep 7-8 op Zuivelonline*

“Melkveehouders zorgen zo goed mogelijk voor hun koeien. De koe is het belangrijkste kapitaal van de boer en een gezonde koe die lekker in haar vel zit, geeft immers meer melk.”

Bron: *Zuivelonline*

¹⁵ <https://edepot.wur.nl/113787>

“Melkveehouders zorgen met veel liefde zo goed mogelijk voor hun dieren. Natuurlijk omdat ze van hun beesten houden – anders hadden ze dit beroep niet gekozen – maar ook omdat het hun belangrijkste kapitaal is.”

Bron: [Zuivelonline](#)

“Een boer besteedt veel tijd aan een goede inrichting van de stal. Dit zorgt voor gezonde koeien die zich prettig voelen. Vaak is dit een halfopen stal, met veel ruimte, licht en frisse lucht. De koeien kunnen dan zelf naar binnen en naar buiten lopen. Ook is het schoon in de stal en heeft elke koe een fijne zachte plek om te liggen. De boer zorgt ervoor dat de koeien genoeg bewegingsvrijheid hebben en dat de waterbakken op de goede plek staan. Goede huisvesting zorgt voor gezonde koeien.”

Bron: *Spreekbeurt VMBO op [Zuivelonline](#)*



Afbeelding 4. Het aansporen van melkconsumptie bij kinderen staat centraal op veel platforms van NZO. Bron foto's: diverse websites van NZO.

2.2 Niet in de Schijf van Vijf

Veel websites van NZO zijn gericht op het promoten van melk als gezonde voeding voor kinderen. Daarbij wordt vaak het Voedingscentrum genoemd, met onjuiste informatie over zuivel en de Schijf van Vijf. Volgens het Voedingscentrum hoort maar een deel van de zuivel in de Schijf van Vijf. Boter, room, volle melk en yoghurt, zuiveldranken en vla met suikers (meer dan zes gram suiker per honderd gram) en het merendeel van de kazen (met meer dan 30+ aan vet) staan niet in de Schijf van Vijf, omdat die te veel suiker, verzadigd vet of zout bevatten om gezond te kunnen noemen.¹⁶ Dat verhaal vertelt NZO er niet bij. De Reclame Code Commissie oordeelde dat het weglaten van deze informatie onduidelijk is voor de consument en daarmee misleidend.

Wij vinden op andere websites zeker twaalf ongenueanceerde uitspraken van NZO over het Voedingscentrum en de Schijf van Vijf.

“Tezamen zijn deze vitaminen, mineralen en voedingsstoffen nodig voor het goed functioneren van het lichaam. Daarom is melk een door het Voedingscentrum aanbevolen voedingsproduct dat past in een gezond voedingspatroon, hoe jong of oud je ook bent.”

Bron: *Alles begint met melk*

“Melk is natuurlijk lekker. Daarnaast is het ook een bron van gezonde voedingsstoffen. Om die reden staat melk in de Schijf van Vijf. [...] Het Voedingscentrum adviseert om op iedere leeftijd dagelijks melk(producten) te consumeren.”

Bron: *Alles begint met melk*

“Fabel: koemelk is geen must. Het Voedingscentrum raadt aan elke dag melk aan je kind te geven vanaf zijn eerste verjaardag.”

Bron: *Alles begint met melk*

“Wist je dat... melk veel belangrijke voedingsstoffen levert die schoolgaande kinderen volop nodig hebben? Het Voedingscentrum adviseert 2 tot 3 melkproducten en 1 plak kaas per dag.”

Bron: *Het zit in melk*

¹⁶ <https://www.voedingscentrum.nl/nl/gezond-eten-met-de-schijf-van-vijf/wat-staat-er-in-de-vakken-van-de-schijf-van-vijf/vis-peulvruchten-vlees-ei-noten-en-zuivel.aspx>

“Wanneer, hoe en waar je het ook drinkt: veel mensen vinden melk lekker. En dat komt mooi uit want naast dat melk lekker is, bevat melk ook nog eens gezonde voedingsstoffen zoals eiwitten en vitamine B2, B12 en calcium. Het Voedingscentrum adviseert iedereen dagelijks melk of een ander melkproduct te eten of te drinken..”

Bron: Advertentie in *Kek mama*

“Is melk gezond? Ja, melk past in een gezonde voeding. Melk bevat waardevolle voedingsstoffen die ons lichaam elke dag nodig heeft. Melk staat in de Schijf van Vijf en behoort tot de basisproducten van onze voeding, net als groenten, fruit en graanproducten.”

Bron: *nzo.nl*

“Als je zwanger bent, hoef je niet meer of minder melk te drinken. Je kunt gewoon 2 à 3 glazen melk of melkproducten per dag eten of drinken. Dat is het advies van Het Voedingscentrum.”

Bron: Advertentie in *Ouders van nu*

“Het Voedingscentrum adviseert iedereen om elke dag melk en melkproducten te drinken en te eten. [...] Dit komt neer op twee bekertjes melk, maar ook yoghurt, vla, kwark of melk in de thee, een smoothie of in een pannenkoek en puree tellen mee.”

Bron: Zie afbeelding 5; advertentie in *Ouders van nu*

“Een opkomend product in de supermarkt is sojadrink. Het marktaandeel is twee procent. Maar de meeste mensen kiezen voor zuivel. Dat doen ze omdat zuivel in de Schijf van Vijf staat en veel goede voedingsstoffen bevat zoals eiwit, calcium, vitamine B2 en B12.”

Bron: Advertentievideo op *RTL nieuws*

“Is yoghurt gezond? Ja, yoghurt is erg gezond! Het staat niet voor niets in de Schijf van Vijf.”

Bron: *Zuivelonline*

“Is zuivel gezond? Jazeker. Melk en melkproducten leveren veel belangrijke voedingsstoffen als calcium, kalium, vitamine A, B2 en B12 en relatief weinig energie. Daardoor hebben ze een hoge ‘nutriëntendichtheid’. Zuivel behoort tot de basisvoedingsmiddelen en melk, yoghurt en kaas staan in de nieuwe Schijf van Vijf.”

Bron: Zuivel en gezondheid

“Melk en zuivelproducten passen goed in een gezond voedingspatroon en zijn daarom wereldwijd opgenomen in de voedingsaanbevelingen. Het advies is om dagelijks 2 tot 3 porties zuivel (300 tot 450 ml) te nemen. [...] Zuivel behoort daarom tot de basisvoedingsmiddelen en melk, yoghurt en kaas staan dus ook in de Schijf van Vijf. Het Voedingscentrum adviseert voor volwassenen 2 à 3 glazen melk(producten) per dag en 40 gram kaas.”

Bron: Zuivel en gezondheid

The advertisement is split into two main visual areas. On the left, a photograph shows a family in a kitchen: a man in a green shirt is cooking, a woman is holding a baby, and a young child is drinking from a glass. The text 'OUDERS VAN NU SAMEN MET NZO' is visible at the top of the photo. On the right, there is a vertical orange text panel. At the top of this panel, the headline reads 'MELK IN EEN ANDER JASJE'. Below this, there is a sub-headline: 'HOE ZORG JE ERVOOR DAT JE KIND ELKE DAG AL HET GOEDE VAN MELK BINNENKRIJGT?'. The panel contains several paragraphs of text, including a quote from the Voedingscentrum and a list of nutrients. At the bottom of the panel, there are logos for NZO, the European Union, and 'ENJOY IT'S FROM EUROPE'.

Afbeelding 5. Advertentie in *Ouders van nu* met misleidende informatie over de Schijf van Vijf.

2.3 Te stellig

Volgens de RCC was NZO te absoluut door in haar campagne *Nederland draait op zuivel* te zeggen dat zuivel 'onderdeel is van een gezond en milieuvriendelijk voedingspatroon'. NZO refereerde naar de FAO (Wereldvoedselorganisatie). Maar de FAO stelde juist dat een gezond en duurzaam dieet uit dierlijke producten zoals zuivel *kan* bestaan: in matige hoeveelheden.¹⁷ NZO doet op twee andere platforms ook voorkomen alsof zuivel noodzakelijk is.

“Is melk drinken wel gezond? Daar kunnen we heel stellig in zijn: ja, melk is onderdeel van een gezond voedingspatroon.”

Bron: *Alles begint met melk*

“Wat is een duurzaam voedselsysteem? Deze definitie van @FAO geeft het goed weer. Een duurzaam voedselsysteem is niet mogelijk zonder zuivel. #SustainableDairyEU”

Bron: *Zuivel en Klimaat*

2.4 Melk van zieke koeien

Volgens de RCC misleidde NZO door te pretenderen dat alle zuivel in het supermarktschap enkel van gezonde koeien komt en dat ook alle zuivel van koeien met een (beginnende) uierontsteking wordt uitgesloten. Dit is misleidend omdat ook melk van ongezonde koeien in de supermarkt terecht kan komen. Toch stelt de NZO op haar platform *The Daily Milk* dat deze melk niet wordt verkocht.

“Als een koe een uierinfectie heeft, zitten er aanzienlijk meer witte bloedcellen in melk. Maar deze melk komt niet in de tank terecht.”

Bron: *The Daily milk*

¹⁷ <http://www.fao.org/3/ca6640en/ca6640en.pdf>

2.5 Geen kringloop

Door de instroom van veevoer hebben we in Nederland een enorm overschot aan mest, en daarmee een overmaat aan stikstof. De stikstofcrisis waar Nederland zich momenteel in bevindt, veroorzaakt een sterke afname in biodiversiteit. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek zijn de flora en fauna van het agrarisch gebied in Nederland sterk veranderd in de afgelopen eeuw. Akkerplanten zijn sinds 1900 met 35 procent achteruitgegaan, graslandvlinders met 80 procent en kenmerkende vogels van het open boerenland met 85 procent.¹⁸ Op de website *Nederland draait op zuivel* beweerde NZO dat melkveehouders goed voor hun land zorgen ‘en voor een optimale voer- en mestkringloop’. De Reclame Code Commissie oordeelde dat dit te absoluut en daardoor misleidend is. Desalniettemin wil NZO op twee andere platforms nog altijd doen geloven dat de Nederlandse melkveehouderij een gezonde kringloop is.

“Een boer zorgt niet alleen goed voor de koeien, maar ook voor het grasland, de bodem en de natuur en dieren rond de boerderij. Die moeten zo gezond mogelijk zijn.”

Bron: *Spreekbeurt groep 7-8 op [Zuivelonline](#)*

“Close-up van een koeienvlaai. Het beste wat je de natuur kunt geven
#biodiversiteit #SustainableDairyEU”

Bron: *[Zuivel en klimaat](#)*

2.6 Niet duurzaam

De productie van zuivel zorgt voor schade aan biodiversiteit, bodemkwaliteit en milieu. Van de RCC mag daarom niet zonder meer beweerd worden dat zuivel duurzaam is. Tegen de uitspraak van de RCC in, blijft NZO dit toch beweren op haar website *Nederland draait op zuivel*. Ook doet NZO het nog op twee andere platforms voorkomen alsof het effect van de zuivelsector op het milieu wel goed zit.

“Op 1 juni was het Wereldmelkdag! Een mooi moment om te laten zien, dat Nederlandse zuivel met liefde en zorg voor het milieu wordt gemaakt.”

Bron: *[Het zit in melk](#)*

“Melk is geen duurzaam product... Euh, wel dus. De Nederlandse boer werkt aan de toekomst van de volgende generatie. Zonnepanelen, warmte terugwinning; ze zijn altijd bezig met slimme energieoplossingen.”

Bron: *[Het zit in melk](#)*

¹⁸ <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2020/06/afname-flora-en-fauna-in-agrarisch-gebied-sinds-1900>

“Wereldwijd is er veel vraag naar duurzaam en gezond voedsel. De Nederlandse zuivelsector kan en wil daar graag een rol in spelen.”¹⁹

Bron: *Nederland draait op zuivel*

“Zorgen die koeien niet voor uitstoot van broeikasgassen zoals methaan? Dat klopt! Maar in Nederland valt het reuze mee.”

Bron: *The Daily milk*

“Melk en zuivelproducten zijn alledaags, maar ook heel bijzonder. Ze zitten propvol waardevolle voedingsstoffen, worden in Nederland duurzaam geproduceerd en ze zijn bovendien ook nog eens voor iedereen betaalbaar.”

Bron: *The Daily milk*

¹⁹ NZO moest deze uiting op de website *Nederland draait op zuivel* verwijderen of aanpassen om aan de uitspraak van de RCC te voldoen, maar heeft dit nagelaten.

3 Bijlage 1: Misleidingen campagne *Nederland draait op zuivel*

De campagne *Nederland draait op zuivel* van de Nederlandse Zuivel Organisatie (NZO) bevat onjuiste en misleidende informatie, oordeelt de Reclame Code Commissie.²⁰ De zuivelsector misleidt over diergezondheid, humane gezondheid en duurzaamheid.

Hieronder volgt een samenvatting en overzicht van de gewraakte uitingen op de campagnewebsite *Nederland draait op zuivel*, welke naar het oordeel van de RCC moeten worden aangepast.

Misleiding 1: “De gezondheid van een koe bepaalt voor een groot deel hoe oud zij wordt.”

Melkkoeien worden gemiddeld op een leeftijd van 5 à 6 jaar geslacht. Zij kunnen echter aanzienlijk ouder worden wanneer de melkveesector de bedrijfsvoering hierop aanpast. Zij kiest echter voor gemak en efficiëntie, waardoor melkkoeien vaker ziek en onvruchtbaar worden en vervroegd naar de slacht worden gestuurd.

Misleiding 2: “Het allerbelangrijkste bezit van een melkveehouder zijn zijn koeien. Hij zal er dan ook alles aan doen om hen zo gezond mogelijk te houden.”

De melkveesector maakt veel keuzes in de bedrijfsvoering die leiden tot het vroeg naar de slacht sturen van koeien. Zo worden er zeer hoog productieve koeienrassen gebruikt en harde vloeren die voor pootproblemen zorgen.

Misleiding 3: “De melkveehouder kiest er soms voor om na een paar uur kalf en koe te scheiden.”

Dit gebeurt niet alleen ‘soms’; 69 procent van de melkveehouders scheidt het kalf direct voor of na het drooglikken van de koe. Kalf en koe worden bijna altijd binnen enkele dagen van elkaar gescheiden.

Misleiding 4: “Alleen melk van gezonde koeien wordt opgehaald op de boerderij en verwerkt in melk en zuivelproducten.”

²⁰ https://files.wakkerdier.nl/app/uploads/2020/07/08174024/RCC-uitspraak-op-beroep-NZO-website.pdf?_ga=2.153865919.628339269.1602676816-693686056.1600947309

Het is volstrekt onmogelijk om alle zieke koeien uit te sluiten van het melkproces. Heel veel melkkoeien worden regelmatig ziek en dit is niet altijd aan het dier waar te nemen. Zo krijgt bijvoorbeeld 25 procent van de koeien jaarlijks (sub)klinische uierontsteking, 55 tot 80 procent klauwproblemen, 25 procent (sub)klinische ketose, naar schatting 30 procent leverbot enzovoort enzoverder.

Misleiding 5: “Zuivel is onderdeel van een gezond en milieuvriendelijk voedingspatroon. Dat stelt onder andere de wereldvoedselorganisatie (FAO) van de Verenigde Naties.”

Gerenommeerde instanties – waaronder de FAO die wordt aangehaald – geven aan dat zuivel *in matige hoeveelheden* deel uit *kan* maken van gezond en milieuvriendelijk voedingspatroon. NZO is hierin veel te absoluut.

Misleiding 6: “Zuivel komt van dichtbij. Dat glas melk is dus best duurzaam.”

Het enkele feit dat melk van dichtbij komt maakt het nog niet duurzaam.

Misleiding 7: “Wie gezond en duurzaam wil eten, kan het beste eten volgens de Schijf van Vijf”

NZO wekt de suggestie dat zuivel duurzaam is omdat het in de Schijf van Vijf staat. Duurzaamheid is echter geen criterium voor opname in de Schijf van Vijf, en het Voedingscentrum geeft dan ook aan dat vlees en zuivel erg belastend zijn voor het milieu.

Misleiding 8: “Namens de hele landbouwsector en veel andere sectoren hebben de boerenorganisaties een aantal technische voorstellen gedaan om de problematiek op te lossen.”

De paar technische maatregelen die de sector heeft voorgesteld zijn niet voldoende om de stikstofproblematiek vanuit de melkveehouderij op te lossen. Verscheidene instituten geven aan dat de veestapel drastisch ingekrompen zal moeten worden.

Misleiding 9: “Zij zorgen goed voor hun land en voor een optimale voer- en mestkringloop.”

Er is een enorme instroom van veevoer naar Nederland en de mest klotst hier tegen de plinten. Van een optimale voer- en mestkringloop is daarom geen sprake. Dit heeft dramatische gevolgen voor de biodiversiteit in Nederland.

Misleiding 10: “Melk en andere zuivelproducten passen daarom goed in een gezond dieet. En wist je dat melk, yoghurt en kaas in de Schijf van Vijf staan?”
En: “Het Voedingscentrum adviseert jong en oud om elke dag melk en zuivelproducten te eten. [...] Dit zijn de door het Voedingscentrum aanbevolen dagelijkse hoeveelheden melk(producten) en kaas voor mensen in Nederland.”

NZO pretendeert dat zuivel in een gezond dieet past en dat het Voedingscentrum zuivelconsumptie daarom aanmoedigt. Maar boter, room, volle melk en yoghurt, vla en zuivelranken met suikers (meer dan zes gram suiker per honderd gram) en het merendeel van de kazen (met meer dan 30+ aan vet) bevatten te veel suiker, verzadigd vet of zout om gezond te kunnen worden genoemd. Zij staan dan ook niet in de Schijf van Vijf.

Misleiding 11: “Aan volwassenen worden 2 a 3 glazen (450 ml) [...] per dag geadviseerd. 100 ml is 1 glas.”

Een glas bevat meer dan 100 ml, waardoor deze uiting aanzet tot overconsumptie van zuivel.

Misleiding 12: “Wereldwijd is er veel vraag naar duurzaam en gezond voedsel. De Nederlandse zuivelsector kan en wil daar graag een rol in spelen.”

De zuivelproductie zorgt voor een zodanige schade aan biodiversiteit, bodemkwaliteit en milieu, dat deze niet zonder meer duurzaam mag worden genoemd.

NZO heeft deze claim niet aangepast op haar website.²¹

²¹ <https://www.nederlanddraaitopzuivel.nl/vragen/waarom-wil-de-nederlandse-zuivelsector-ook-voor-andere-landen-produceren/>