



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

TOELICHTING OP ARTIKEL 8.4 VAN DE NEDERLANDSE RECLAME
AANGEVULD. 

Datum:	1 september 2011
Dossiernr:	2011/00585
Uitspraak:	Afwijzing
Product / dienst:	Voeding en niet- alcoholhoudende dranken
Motivatie:	Misleiding (overig), Vertrouwen in reclame
Medium:	Audiovisuele Mediadiensten, Digitale marketing communicatie

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de televisiecommercial voor het kaasmerk Old Amsterdam en uitingen op de website <http://oldamsterdam.com>.

De commercial, die ook via bovengenoemde website is te zien, bestaat uit een filmpje met fragmenten van oude filmopnamen van Amsterdam, waarin de naam "Old Amsterdam" op verschillende plaatsen, zoals op een tram, een paard-en-wagen, een vrachtauto en een etalageruit, is te zien. Tot slot verschijnt een stuk Old Amsterdam kaas in beeld en de tekst "Gerijpt voor genietters". Tijdens de commercial is een gedeelte van het lied "In de armen van de stad" te horen.

Op de website is - na het aanklikken van de taal "English" - een oude afbeelding van Amsterdam te zien met daarbij de tekst: "Old Amsterdam is crafted with secret, family-owned cheese cultures to create a wonderfully smooth texture and unique flavor."

De klacht

De klacht kan als volgt worden samengevat.

In de commercial - ondersteund door de uitingen op de website - wordt het kaasmerk Old Amsterdam neergezet als een 'heritage brand': een product dat kan bogen op een rijke traditie en een van generatie op generatie overgedragen vakmanschap en als een product dat een gemeenschappelijke historie heeft met de stad Amsterdam, waarvan opzettelijk gemanipuleerde beelden uit de jaren 1910-1930 worden getoond. Het bedrijf van adverteerder bestaat echter pas sinds 1936 en het kaasmerk Old Amsterdam pas sinds 1985. Bovendien komt deze kaas niet uit Amsterdam. De reclame-uitingen zijn daarom in strijd met de waarheid en misleidend ten aanzien van de hoedanigheid van adverteerder en de kenmerken van het product. Voorts wordt het vertrouwen in reclame geschaad.

Het verweer

Het verweer kan als volgt worden samengevat.

Adverteerder verwijst in de eerste plaats naar de uitspraak van de Commissie van 11 december 2003 in het dossier met nummer 03.0473, waarin een soortgelijke klacht tegen een vrijwel gelijklopende televisiereclame van adverteerder is afgewezen.

Voorts heeft adverteerder aangevoerd, dat de naam Old Amsterdam een verzonnen naam betreft, die is gekozen omdat het oude kaas betreft en Amsterdam de plaats is waar de vader van een van de oprichters van adverteerder is begonnen met de verkoop van kaas. De in de televisiecommercial en op internet gebruikte filmbeelden dateren - volgens deskundigen - uit de jaren '20 en/of '30 van de vorige eeuw. In de uitingen worden geen expliciete mededelingen gedaan over de leeftijd van het kaasmerk Old Amsterdam. Voor zover door de beelden een suggestie van een traditie van voor de Tweede Wereldoorlog wordt gedaan, stoelt die op waarheid, nu de kaastraditie van de familie Westland teruggaat tot in de jaren '20. De bestreden uitingen bevatten geen mededelingen die niet op waarheid berusten en zetten de consument niet op het verkeerde been ten aanzien van de relevante kenmerken en hoedanigheden van de aangeprezen kaas. De uitingen zijn daarom niet misleidend en/of oneerlijk. Ook is geen sprake van het schenden van het vertrouwen in reclame.

De mondelinge behandeling

Klager heeft nader toegelicht dat de kern van zijn klacht betrekking heeft op de zijns inziens ontoelaatbare suggestie dat sprake is van een ambachtelijke en vertrouwenwekkende traditie.

Het standpunt van adverteerder is nader toegelicht. Daarbij is een 'moodboard' getoond dat voorafgaand aan de commercial, die al tien jaar (met wisselende muziek) wordt uitgezonden, is gemaakt, waaruit blijkt dat de bedoeling van de commercial is geweest een nostalgisch beeld op te roepen van verlangen en 'die goede oude tijd'.

Het oordeel van de Commissie

Vast staat dat de bestreden commercial filmbeelden bevat van Amsterdam uit (ongeveer) de jaren '20 of '30 van de vorige eeuw, waarin de naam van het kaasmerk Old Amsterdam is gemonteerd. Naar het oordeel van de Commissie wordt hierdoor niet de onjuiste indruk gewekt dat Old Amsterdam kaas in die periode reeds bestond. De gemiddelde consument zal de nostalgische beelden, die vergezeld gaan van het lied "In de armen van de stad" (Amsterdam), opvatten als romantische sfeertekening die de naam, de smaak en het karakter van de oude kaas Old Amsterdam verbeeldt en onderstreept. Anders dan klager is de Commissie niet van oordeel dat in de uiting wordt gesuggereerd dat de kwaliteit van Old Amsterdam goed is doordat dit kaasmerk reeds lange tijd zou bestaan.

Dat in de bestreden uitingen wordt verwezen naar de stad Amsterdam, zonder dat de kaas in Amsterdam wordt gemaakt, betekent niet dat de uitingen daardoor ontoelaatbaar zijn. Deze verwijzing geschiedt kennelijk in verband met de naam "Old

Amsterdam”, en in geen van de uitingen ligt de suggestie besloten dat de kaas ook in Amsterdam gemaakt wordt.

Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de commercial en de bestreden uitingen op de website niet in strijd met de waarheid en/of misleidend in de zin van de (door klager aangehaalde) artikelen 8.2 en 10 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Evenmin is sprake van het schaden van vertrouwen in reclame in de zin van artikel 5 NRC.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.