



Dossier 2015/00005

RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : Federatie Nederlandse Vakbeweging, afdeling Zorg en Welzijn,
gevestigd te Amsterdam, klagster,
tegen : Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (hierna: VWS),
gevestigd te Den Haag, verweerder.

De procedure

Namens klagster (hierna: FNV Zorg en Welzijn) hebben mr. M. Truijens en mr. E. Hoogenraad, advocaat, bij brief van 29 december 2014 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

De voorzitter van de Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft FNV Zorg en Welzijn bij brief van 5 januari 2015 een directe Voorzittersafwijzing toegezonden. Hierbij heeft de voorzitter verwezen naar de uitspraken van de Commissie van 16 december 2014 (dossiers 2014/00807 en 2014/00807A), waarin de Commissie ten aanzien van de in die procedure beoordeeld commercials heeft geoordeeld dat deze geen reclame zijn in de zin van artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Bij e-mail van 6 januari 2015 heeft mr. Truijens voornoemd aangekondigd dat door FNV Zorg en Welzijn bezwaar tegen voormelde beslissing van de voorzitter zal worden gemaakt.

De Commissie heeft het bezwaar behandeld ter zitting van 15 januari 2015. De Commissie heeft bij beslissing van 20 januari 2015 het bezwaar gegrond geacht en de desbetreffende uitingen alsnog als reclame-uiting in de zin van artikel 1 NRC aangemerkt. Voorts heeft de Commissie bij die beslissing VWS in de gelegenheid gesteld om inhoudelijk verweer te voeren.

Namens VWS heeft mr. M.F. Van der Mersch, advocaat, bij brief van 28 januari 2015 verweer gevoerd.

De Commissie heeft de klacht inhoudelijk behandeld in haar zitting van 29 januari 2015. FNV Zorg en Welzijn is ter zitting vertegenwoordigd door C. van Brenk, M. Brinks en L. Vermeulen, bijgestaan door mr. Hoogenraad voornoemd. VWS is ter zitting vertegenwoordigd door A.P. Elsenmulder en M.A.A. Kamp, bijgestaan door mr. Van der Mersch voornoemd.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de volgende radio- en televisiespots van VWS over veranderingen in de zorg per 1 januari 2015.

I. 'Meneer en mevrouw Berg'

a. Tekst televisiespot:

Dit is het verhaal van meneer Berg. En dit is zijn huis, of dit, of toch dit. Meneer Berg is al een tijdje ziek. Hij is dagelijks de weg kwijt en kan niet meer voor zichzelf zorgen. Na



overleg met zijn vrouw verhuist meneer Berg nu naar een zorginstelling. Want mensen die 24 uur per dag intensieve zorg of toezicht nodig hebben, kunnen daarop blijven rekenen. Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

b. Tekst radiospot:

Dit is het verhaal van mevrouw Berg: "Mijn man is al een tijd ziek. Hij is erg in de war. Hij is dagelijks de weg kwijt en kan niet meer voor zichzelf zorgen. Het kan zo echt niet langer. Daarom verhuist hij nu naar een zorginstelling. Want dat is een goede plek voor hem waar hij 24 uur per dag intensieve zorg en toezicht krijgt. En dat is precies wat hij nodig heeft."

Nederland verandert, de zorg verandert mee. Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

II. 'Mevrouw Pietermaai'

a. Tekst televisiespot:

Dit is het verhaal van mevrouw Pietermaai. Ze woont alleen en kan niet alles zelf meer. Gelukkig helpt haar neef haar met wat hij kan en professionals en gemeente zorgen straks voor aanvullende ondersteuning. Zo zorgt elke gemeente dat ondersteuning past bij de mogelijkheden en vragen van haar inwoners en krijgt mevrouw Pietermaai de hulp die ze nodig heeft.

Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

b. Tekst radiospot:

Dit is het verhaal van Tyron Pietermaai: "Mijn tante is nogal slecht ter been. Ze woont thuis, maar ze kan niet alles zelf meer. Ik help haar met wat ik kan. Maar eigenlijk heeft ze thuis aanvullende ondersteuning nodig. Gelukkig krijgt ze die straks van professionals en haar gemeente. Zo kan mijn tante lekker thuis blijven wonen."

Nederland verandert, de zorg verandert mee. Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

III. 'Jasper en Sara'

Tekst televisiespot:

Dit is het verhaal van Jasper en Sara. Sara is chronisch ziek. Gelukkig kan Jasper veel opvangen zoals koken, de kinderen verzorgen en boodschappen doen. Maar niet alles. Via de zorgverzekering komt bij Sara een wijkverpleegkundige thuis. Die dient haar medicatie toe. Zo kunnen Jasper en Sara na het ontbijt op tijd aan het werk.

Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

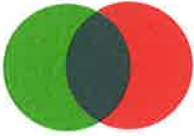
IV. Algemene spots

a. Tekst televisiespot:

Vanaf 1 januari wordt de zorg in Nederland anders georganiseerd. Zo worden zorg en ondersteuning meer op maat en houden we het betaalbaar. De wijkverpleegkundige komt bij Sara thuis voor haar medicatie en mevrouw Pietermaai krijgt straks professionele ondersteuning. En of je nou gewoon inzicht wil in je zorgkosten of net als meneer Berg verhuist naar een zorginstelling, op zorg en ondersteuning moet je altijd kunnen rekenen.

Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

b. Tekst radiospot:



Vanaf 1 januari wordt de zorg in Nederland anders georganiseerd. Zo worden zorg en ondersteuning meer op maat en houden we het betaalbaar.

(Verschillende stemmen:)

"De wijkverpleegkundige komt bij ons thuis om Sara's medicatie."

"En mijn tante krijgt straks professionele ondersteuning thuis."

"Ik krijg voortaan meer inzicht in mijn zorgkosten."

"En mijn man woont nu in een zorginstelling."

(Voice-over) Nederland verandert, de zorg verandert mee. Kijk voor meer informatie op dezorgverandertmee.nl.

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

De onderhavige spots, waarin reclame voor denkbeelden wordt gemaakt, bevatten voorlichting door de overheid van haar burgers. De burger moet erop kunnen vertrouwen dat hij door de overheid op zorgvuldige wijze juist en volledig wordt geïnformeerd. Gebruikelijke overdrijvingen die in commerciële reclames onder bepaalde omstandigheden wel zouden zijn toegestaan, vallen hierbij snel af. Van een volledige en juiste voorlichting is in dit geval onvoldoende sprake, nu in de spots over de zorg die de burger vanaf 1 januari 2015 kan en mag verwachten enkel een positief en ongenueanceerd beeld wordt geschetst, terwijl de burger uit de media heeft vernomen dat in de zorg juist veel bezuinigd is, wordt en gaat worden.

Om deze reden is niet voldaan aan artikel 3 van de Nederlandse Reclame Code (NRC), waarin is bepaald dat reclame niet strijdig mag zijn met de openbare orde en/of het algemeen belang. In dit verband wordt verwezen naar de uitspraak van de Commissie van 2 juli 2012 in dossier 2012/00502.

Nu de spotjes een onjuist en onvolledig beeld schetsen van de veranderingen in de zorg, zijn zij tevens schadelijk voor het vertrouwen in reclame en daardoor in strijd met artikel 5 NRC. Voorts wordt namens klaagster betoogd dat in de ideële reclamespots ook een aankoopbeslissing (namelijk die van een passende zorgverzekering) aan de orde is. Daarom dienen de spots ook aan de criteria omtrent misleiding te worden getoetst. De spots zijn in strijd met artikel 8.2 onder a, b en c NRC en artikel 8.3 onder Commissie NRC, nu zij in meerdere opzichten misleidend zijn, en daardoor ook in strijd met artikel 7 NRC. Indien de Commissie van oordeel is dat de spotjes geen aankoopbeslissing beïnvloeden, dan geldt in ieder geval dat zij in strijd zijn met de artikelen 3 en 5 NRC.

De klacht is vervolgens per spot afzonderlijk toegelicht.

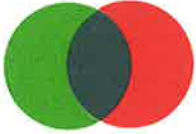
Tenslotte verzoekt FNV Zorg en Welzijn de Commissie om een Alert uit te spreken als bedoeld in artikel 17 lid 1 sub h Reglement Reclame Code Commissie en het College van Beroep.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

De campagne 'Nederland verandert/de zorg verandert mee' is erop gericht burgers te informeren over de wijzigingen op het terrein van zorg en ondersteuning, en hen erop attent te maken dat zich eventueel ook wijzigingen in hun eigen situatie kunnen voordoen. Het doel is belanghebbenden aan te sporen om de voor hen relevante informatie op te zoeken op de daarvoor bestemde websites. De duur van de spotjes bedraagt telkens 30 seconden. De spotjes beogen beoogt dan ook niet het publiek uitputtend van informatie te voorzien.

Voor zover de klacht de strekking heeft om de beleids- en wetswijzigingen te bekritisieren, gaat de klacht de reikwijdte van de procedure bij de Commissie en haar bevoegdheid te buiten. Ter discussie kan slechts staan of de spotjes, gezien de wijzigingen in de zorg, onjuist zijn, en daarmee oneerlijk en/of misleidend.



De campagne sluit aan bij de wet- en regelgeving die per 1 januari 2015 is ingevoerd en schets daar geen onjuist, oneerlijk of te rooskleurig beeld van. In de campagne worden geen mededelingen gedaan over de uitvoering van die wet- en regelgeving. Daarnaast is VWS van mening dat in de verschillende wet- en regelgeving, waaronder het overgangsrecht, voldoende waarborgen zijn opgenomen om ervoor zorg te dragen dat mensen die zorg en ondersteuning nodig hebben, daar ook recht op hebben. Het is juist dat de veranderingen in de zorg zijn ingegeven door zowel kwaliteitsverbetering als de financiële houdbaarheid van het stelsel om de steeds stijgende zorgkosten tegen te gaan. De campagne ontkent dat ook niet.

Voorts kunnen de spotjes niet als oneerlijke (artikel 7 NRC) of misleidende (artikel 8 NRC) reclame worden gekwalificeerd onder meer omdat met deze uitingen geen invloed uitgeoefend wordt op de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, en de uitingen evenmin de consument zullen bewegen een transactie te sluiten waartoe hij anders niet had besloten. De klacht is per spot afzonderlijk toegelicht.

VWS stelt dat het verzoek om een 'Alert' niet kan worden toegewezen omdat geen sprake is van een ernstige misleiding waarvoor het publiek acuut dient te worden gewaarschuwd en de campagne in week 5 van dit jaar eindigt.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunt gehandhaafd en nader toegelicht. Van beide zijden zijn daarbij pleitnotities overgelegd.

Het standpunt van FNV Zorg en Welzijn wordt mede aan de hand van een overgelegde pleitnota als volgt - kort samengevat - nader toegelicht.

Het gaat wat FNV Zorg en Welzijn betreft in deze procedure niet over de inhoud van de wetwijziging. Daar wordt op andere fronten discussie over gevoerd. Het gaat over de keuze die VWS heeft gemaakt bij de vormgeving en inhoud van de onderhavige spotjes en de te absolute en te positief gekleurde wijze waarop zij haar voorlichtingstaak invult.

In sommige commercials van de campagne van VWS zitten objectieve voorbeelden waartegen FNV Zorg en Welzijn geen bezwaar heeft, zoals het spotje van 'Freek de Bruin' waarin objectief en feitelijk informatie wordt gegeven. Dit is anders bij de onderhavige spotjes die door sfeertekening, toonzetting en absolute toezeggingen over de zorg die men krijgt, een geruststellende sfeer scheppen en de boodschap uitdragen dat de burger zich niet ongerust hoeft te maken over de wijzigingen in de zorg. Gelet op de feiten zo stelt FNV Zorg en Welzijn - waarbij zij onder meer de huidige wachtlijsten, te weinig capaciteit bij de verzorgingstehuizen, bezuiniging op de schoonmaakhulp, niet voorhanden zijnde mantelzorg noemt - kan VWS niet de toezegging doen dat ieder de zorg krijgt die ze nodig heeft.

Het standpunt van VWS wordt mede aan de hand van een overgelegde pleitnota als volgt - kort samengevat - nader toegelicht.

VWS is zich bewust van de kritiek op de wijzigingen in de zorg en beseft dat de veranderingen onrust kunnen geven. De campagne is er nu juist voor bedoeld mensen aan te sporen actief informatie te vergaren over deze veranderingen, zodat die onrust kan worden weggenomen. Het is niet aan de Commissie om de juistheid of wenselijkheid van deze beleidsmatige keuzes van de wetgever of de kritiek daarop te beoordelen. Ter discussie kan slechts staan of deze spotjes, gezien de wijzigingen in de wet- en regelgeving in de zorg, onjuist zijn en daarmee oneerlijk en/of misleidend.

De beschrijving van de situatie in de spotjes komt overeen met de gewijzigde wet- en regelgeving waarin wordt aangegeven welke aanspraken en rechten cliënten hebben jegens gemeenten, zorgverzekeraars en Wlz-uitvoerders (de zorgkantoren). Uitsluitend die bronnen zouden leidend moeten zijn voor de vraag of de spotjes juiste voorlichting geven en een juist



beeld schetsen. Berichten in de media over mogelijke gevolgen, waar FNV zich op baseert, geven een onjuist beeld van de wijzingen en gevolgen daarvan en kunnen niet als basis dienen voor het oordeel dat de spotjes in strijd zijn met de NRC.

Het oordeel van de Commissie

1. De bestreden televisie- en radiospots, die ingevolge de tussenbeslissing van 20 januari 2015 van de Commissie als reclame dienen te worden aangemerkt, maken deel uit van de publiekscampagne van de overheid die, zoals niet in geschil is, verwijst naar de wet- en regelgeving die per 1 januari 2015 is ingevoerd. VWS stelt dat in de verschillende wet- en regelgeving, waaronder het overgangsrecht, voldoende waarborgen zijn opgenomen om ervoor te zorgen dat mensen die zorg en ondersteuning nodig hebben, daar ook recht op hebben. Voorts stelt VWS dat de veranderingen in de zorg zijn ingegeven door zowel kwaliteitsverbetering als de financiële houdbaarheid van het stelsel om de steeds stijgende zorgkosten tegen te gaan. De bestreden commercials zijn volgens VWS erop gericht burgers te informeren over deze wijzigingen en hen erop attent te maken dat zich eventueel ook wijzigingen in hun situatie kunnen voordoen. Kern van de klacht is dat de commercials daarbij een te positief en ongenueanceerd (denk)beeld geven van de gevolgen van deze wijzigingen. Dienaangaande oordeelt de Commissie als volgt.

2. In de commercials wordt steeds naar individuele personen verwezen die hulpbehoevend zijn. Deze persoon wordt telkens met naam genoemd waarbij ook de hulp- of zorgvraag wordt omschreven. Vervolgens eindigen de commercials steeds met een mededeling die inhoudt dat aan deze hulp- of zorgvraag wordt voldaan. De Commissie verwijst in dit verband naar de volgende mededelingen:

- *“want mensen die 24 uur per dag intensieve zorg of toezicht nodig hebben, kunnen daarop blijven rekenen”,*
- *“Daarom verhuist hij nu naar een zorginstelling. Want dat is een goede plek waar hij 24 uur per dag intensieve zorg en toezicht krijgt”,*
- *“Zo zorgt elke gemeente dat ondersteuning past bij de mogelijkheden en vragen van haar inwoners”,*
- *“Gelukkig krijgt ze die straks van professionals en haar gemeente”,*
- *“Via de zorgverzekering komt bij Sara een wijkverpleegkundige thuis. Die dient haar medicatie toe. Zo kunnen Jasper en Sara na het ontbijt op tijd aan het werk”,*
- *“(…) op zorg en ondersteuning moet je altijd kunnen rekenen”*
- *“zo worden zorg en ondersteuning meer op maat en houden we het betaalbaar. De Wijkverpleegkundige komt bij ons thuis., mijn tante krijgt straks professionele ondersteuning. ”.*

3. Op grond van het voorgaande hebben de commercials een positieve en geruststellende strekking. De boodschap is immers steeds dat er weliswaar wijzigingen zullen optreden op het gebied van de zorg en de ondersteuning, maar dat in individuele gevallen zal worden voldaan aan de hulp- of zorgvraag. De Commissie acht het aannemelijk dat hierdoor bij de burger verwachtingen worden gewekt in deze zin dat de gewijzigde wet- en regelgeving niet tot een verslechtering van de individuele hulp en zorg zal leiden, en veeleer positieve effecten zal hebben. Daarbij speelt een rol dat de commercials afkomstig zijn van de overheid. Dergelijke commercials leiden tot een ander verwachtingspatroon dan commerciële uitingen. De burger zal bij uitingen van de overheid eerder dan bij commerciële uitingen erop vertrouwen dat deze een volledig en objectief beeld geven van het onderwerp van de uiting. Dit geldt te meer indien, zoals in het onderhavige geval, het onderwerp een over het algemeen genomen, kwetsbare doelgroep betreft, in dit geval hulp- en zorgbehoevenden. Juist bij een dergelijke kwetsbare groep ligt een zorgvuldige voorlichting voor de hand en zal een aanprij-



zing van denkbepelden op de wijze als de onderhavige als een toezegging van de overheid worden opgevat, en wel in deze zin dat de gemeente, zorgverzekeraars en Wlz-uitvoerders (de zorgkantoren) onder de gewijzigde wet- en regelgeving ervoor zullen zorgen dat burgers zonder noemenswaardige problemen of relevante beperkingen de hulp en zorg krijgen die in een individueel geval nodig is.

4. FNV Zorg en Welzijn heeft gemotiveerd betwist dat de genoemde gemeenten, zorgverzekeraars en Wlz-uitvoerders (de zorgkantoren) onder nieuwe wet- en regelgeving tot dit laatste in staat zullen zijn (FNV wijst in dit verband onder meer op de huidige wachtlijsten, de volgens haar onvoldoende capaciteit bij de verzorgingstehuizen, bezuinigingen op de schoonmaakhulp en het kunnen ontbreken van mantelzorg). WWS heeft in reactie hierop gesteld dat de gewijzigde wet- en regelgeving het effect zal hebben dat de burger op grond van de inhoud en de strekking van de commercials mag verwachten, zoals hiervoor omschreven. WWS stelt in dit verband verder dat de uitingen geen onjuist beeld geven van de effecten van de gewijzigde wet- en regelgeving. WWS voert daarbij enerzijds aan dat de veranderingen in de zorg zijn ingegeven door kwaliteitsverbetering. En daarnaast dat in de verschillende wet- en regelgeving, waaronder het overgangsrecht, voldoende waarborgen zijn opgenomen. Anderzijds erkent zij dat de financiële houdbaarheid van het zorgstelsel, te weten de noodzaak om de steeds stijgende zorgkosten tegen te gaan, mede een rol speelt bij de veranderingen. Naar het oordeel van de Commissie is dit laatste aspect niet zonder meer te verenigen met de geruststellende boodschap van de uitingen. Voorts is niet in geschil dat op het moment van het uitzenden van de onderhavige spots nog geen duidelijkheid bestond over de wijze van uitvoering van de gewijzigde wet- en regelgeving en de mate waarin de genoemde waarborgen er in de praktijk toe zullen leiden dat de burger in individuele gevallen de hulp zal ervaren die hij op grond van de onderhavige uitingen mag verwachten. Het betreft taken die niet meer door de rijksoverheid worden uitgevoerd maar door vorenbedoelde instanties. Niet duidelijk is derhalve of en in hoeverre WWS ten tijde van het uitzenden van haar commercials in staat was te overzien of de lokale overheid in alle individuele gevallen aan hulp- en zorgvragen kan voldoen op de wijze zoals getoond in de bestreden commercials.

5. De Commissie acht het op grond van hetgeen WWS heeft aangevoerd enerzijds niet onmogelijk dat de in de commercials besloten liggende verwachtingen door de gemeente, zorgverzekeraars en Wlz-uitvoerders (de zorgkantoren) zullen worden waargemaakt, maar anderzijds bestaat hierover thans geen zekerheid. Dit impliceert dat de onderhavige commercials een beeld schetsen van de effecten van de gewijzigde wet- en regelgeving waarvan niet bij voorbaat kan worden aangenomen dat deze zal overeenstemmen met de werkelijkheid zoals individuele burgers die zullen ervaren. Het had derhalve op de weg van WWS gelegen om in enige mate in de commercials het voorbehoud te maken dat de beoordeling van een zorgaanvraag in individuele gevallen tot een andere - en wellicht minder positieve - uitkomst dan aldaar geschetst zou kunnen leiden. Het ontbreken van een dergelijk voorbehoud heeft tot gevolg dat de uitingen een te weinig genuanceerd, en daardoor een te rooskleurig beeld geven van hetgeen men van de hier bedoelde nieuwe wet- en regelgeving, mede gelet op de doelstelling daarvan, mag verwachten. De Commissie concretiseert dit als volgt.

6. De doelstelling van de gewijzigde wet- en regelgeving is, zoals ook in het verweer van WWS wordt aangehaald, dat wordt uitgedaan "van wat mensen (nog) kunnen in plaats van wat zij niet kunnen" waarbij als uitgangspunt geldt: "met professionele zorg, zo thuis mogelijk" (Wet langdurige zorg). Voorts worden daarbij "mensen niet eerder dan noodzakelijk vanuit een medisch perspectief" benaderd (Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo 2015)). In de Wmo 2015 is in dit kader omschreven dat een gemeente in een maatwerkvoorziening

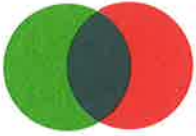


dient te voorzien bestaande uit "ondersteuning van zelfredzaamheid en participatie, voor zover men in verband met een beperking, chronische psychische of psychosociale problemen niet op eigen kracht, met gebruikelijke hulp, met mantelzorg of met hulp van andere personen uit zijn sociale netwerk, voldoende zelfredzaam is in staat is tot participatie". Deze doelstellingen van de gewijzigde regelgeving lijken naar het oordeel van de Commissie niet te stroken met de verwachtingen die op basis van de onderhavige spots worden gewekt. De Commissie verwijst in verband in de eerste plaats naar het spotje over "meneer Berg" waarin zonder verdere toelichting wordt gesteld dat deze man kan rekenen op 24 uur intensieve zorg in een zorginstelling, ondanks het uitgangspunt van de Wlz "zo thuis mogelijk". In feite wordt hier een uitzondering op de nieuwe situatie gepresenteerd als norm. Hetzelfde geldt voor het spotje over mevrouw Pietermaai. In dit spotje ligt de nadruk vooral op professionele hulp vanuit de gemeente, waarbij onvoldoende duidelijk wordt gemaakt dat hulp vanuit de gemeente pas dan aan de orde is, als de zelfredzaamheid is uitgeput. De Commissie verwijst naar de omschrijving van het doel van de Wmo 2015, te weten "...te komen tot een samenleving waarin professionele zorg en ondersteuning goed aansluiten op de daadwerkelijke wensen en behoeften van mensen". Het gaat om "de ondersteuning van zelfredzaamheid en participatie voor zover hij in verband met een beperking, chronische psychische of psychosociale problemen niet op eigen kracht, met gebruikelijke hulp van andere personen uit zijn sociale netwerk, voldoende zelfredzaam of in staat is tot participatie". Zelfredzaamheid is derhalve de norm in plaats van dat men, zoals men op grond van de hier bedoelde spotjes zou kunnen menen, zonder meer een beroep kan doen op "aanvullende ondersteuning" door "professionals". Het spotje van Sara en Jasper wekt ten slotte de indruk dat het de wijkverpleegkundige zorg is die in dat spotje bedoelde taken zal uitvoeren, terwijl dit laatste mede afhankelijk zal zijn van de afgesloten verzekeringspolis. Ook hier wordt derhalve een te weinig genuanceerd en daardoor te rooskleurig beeld geschetst van de wijzigingen.

7. De Commissie acht het in strijd met de uit artikel 5 NRC voortvloeiende eis dat de overheid op een wijze als de onderhavige vooruitloopt op effecten van gewijzigde wet- en regelgeving en daarbij verwachtingen wekt waarvan, mede gelet op de doelstelling van die wet- en regelgeving, niet bij voorbaat zeker is dat deze zullen worden waargemaakt. De commercials schaden het vertrouwen dat de burger moet kunnen hebben op de juistheid en de volledigheid van denkbeelden die de overheid verspreidt. Dit leidt in het onderhavige geval niet tot een aanbeveling, maar tot het (vrijblijvende) advies niet meer op de onderhavige wijze reclame te maken. De uitingen betreffen immers een denkbeeld. In een dergelijke geval weegt de vrijheid van meningsuiting zwaarder dan bij een commerciële uiting.

8. De Commissie acht de bestreden uitingen niet van dien aard, dat deze tevens in strijd met het algemeen belang zijn. Het feit dat de Commissie bovenstaand heeft geoordeeld dat in uitingen te stellig een bepaald, positief, beeld wordt gegeven van de te verwachten effecten van gewijzigde wet- en regelgeving is daartoe onvoldoende. Dit oordeel impliceert tevens dat niet meer hoeft te worden ingegaan op de vraag of de uitingen daardoor ook misleidend en om die reden in strijd met artikel 7 NRC zijn. In zoverre wordt de klacht afgewezen.

9. Nu de onderhavige spots niet meer via televisie en radio zullen worden uitgezonden, en ook overigens daartoe onvoldoende aanleiding bestaat, zal de Commissie geen gebruik maken van de haar in artikel 18 lid 4 van het Reglement betreffende de Reclame Code Commissie en het College van Beroep gegeven bevoegdheid om de uitspraak als Alert te verspreiden.



De beslissing

Gelet op het vorenstaande acht de Commissie de reclame-uitingen beschreven onder I, II, III en televisiecommercial onder IV in strijd met artikel 5 NRC. De Commissie adviseert VWS niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

De Commissie wijst de klacht voor het overige af.

Partijen hebben, voor zover zij in deze procedure 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.

Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak 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.

De voorzitter

Mr. G.V.M. Veldhoen

De secretaris

Mr. E.C. Reijnders

Gewezen door mr. G.V.M. Veldhoen, voorzitter, en mr A.K. Evers, L. Franken, mr A. Kramer en B. Römer, leden.

Amsterdam, 10 februari 2015