



Beslissing van de Reclame Code Commissie

- in de zaak van : 1. Stichting Wakker Dier, gevestigd te Amsterdam, klager sub 1
en
2. ir. S.C. van de Wouw (campagneleider bij Wakker Dier),
wonende te Heemskerk, klager sub 2,
te samen te noemen: klagers,
- tegen : 1. Stichting Wageningen Universiteit en Researchcentrum,
gevestigd te Wageningen (hierna ook: Wageningen UR)
verweerder sub 1,
2. De Nederlandse Zuivelorganisatie (hierna ook: NZO),
gevestigd te Zoetermeer, verweerder sub 2.

De procedure

Namens klagers heeft mr. A.A.H. Bruinhof, advocaat, bij brief van 13 september 2011 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen uitingen.

De klacht is in behandeling genomen op 20 september 2011.

Namens verweerder sub 1 is verweer gevoerd bij brief van 13 oktober 2011 van mr. A.J. Kronenberg, advocaat.

Namens verweerder sub 2 is verweer gevoerd bij brief van 14 oktober 2011 van mr. K.Th.M. Stöpetie, advocaat.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar vergadering van 27 oktober 2011.

Namens klagers was aanwezig ir. Van de Wouw voornoemd, bijgestaan door mr. Bruinhof voornoemd.

Verweerder sub 1 was vertegenwoordigd door S. Vink, bijgestaan door mr. Kronenberg voornoemd.

Verweerder sub 2 was vertegenwoordigd door G.J. Schaafsma en J. Schildkamp, bijgestaan door mr. Stöpetie voornoemd.

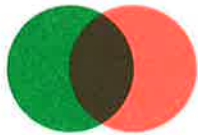
De bestreden uitingen

Het betreft:

1.

Een -naar in de klacht wordt gesteld- persbericht met de titel "Melk goed tegen hart- en vaatziekten" en de ondertitel "Joris Driepinter had toch gelijk", dat op 25 november 2010 is uitgebracht door Wageningen UR.

Daarin staat onder meer:



Dossier 2011/00874

“Na een halve eeuw lijkt Joris Driepinter, het reclamestripfiguurtje dat vanaf de jaren '60 pleitte voor drie 'pinten' melk per dag, gelijk te krijgen.

Volgens onderzoek van dr. Sabita Soedamah-Muthu, universitair docent bij de afdeling humane voeding van Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR, zou de witte motor namelijk wel eens heel gezond kunnen zijn. Drie glazen melk per dag worden gerelateerd aan een 18 procent lagere kans op hart- en vaatziekten, zo blijkt uit haar publicatie in de American Journal of Clinical Nutrition van deze maand.”

en

“Soedamah: ‘Het positieve effect van melk konden we tot en met drie glazen per dag aantonen, dan is het risico op hart- en vaatziekten 18 procent lager.’”

en

“Meer melk drinken, zoals Joris Driepinter een halve eeuw geleden al adviseerde, heeft volgens Soedamah dan ook zeker zin, maar het effect moet ook niet overdreven worden. ‘Er was geen relatie tussen de melkinname en sterfte, je leeft er niet langer door’, relativeert ze.”

en

“Humane voeding kreeg financiering van de zuivelindustrie (...)
‘De zuivelindustrie heeft zich niet bezig gehouden met de inhoud van het onderzoek en ik kon het in principe onafhankelijk van hen uitvoeren. De zuivelindustrie is uiteraard nu wel blij met de resultaten’”.

Een afdruk van dit bericht, zoals dat ook op 30 augustus 2011 was te vinden op www.wur.nl, is als bijlage 1 aan deze uitspraak gehecht.

2.

Een publicatie in Wageningen World, het kwartaalblad voor alumni en relaties van Wageningen UR, nummer 1 van maart 2011, met de titel: “Joris Driepinter voorkomt hartziekten”.

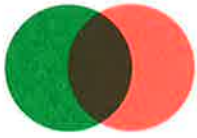
Daarin staat onder meer:

“Drie glazen melk per dag helpt de kans op hart- en vaatziekten verlagen, ontdekte voedingswetenschapper Sabita Soedamah-Muthu. Voor haar literatuuronderzoek bekeek ze meer dan vijfduizend artikelen. Soedamah publiceerde over het gunstige effect van melk in The American Journal of Clinical Nutrition.”

en

“Het positieve effect van melk konden we tot en met drie glazen per dag aantonen, dan is het risico op hart- en vaatziekten 18 procent lager’, aldus Soedamah.”

en



Dossier 2011/00874

“Meer melk drinken, zoals Joris Driepinter een halve eeuw geleden al adviseerde, heeft volgens Soedamah dan ook zeker zin, maar het effect moet ook niet overdreven worden. ‘Er was geen relatie tussen de melkinname en sterfte, je leeft er niet langer door’, relativeert ze.”

Een afdruk van deze uiting, waarin ook een afbeelding van “Joris Driepinter” is opgenomen, met daarbij onder meer de tekst: “Melk moet. Melk doet je goed” is als bijlage 2 aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

Deze kan als volgt worden samengevat.

De uitingen zijn reclame-uitingen in de zin van (het nieuwe) artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC).

Het persbericht (uiting 1) is de primaire verschijningsvorm van de bestreden reclame. Deze reclame van Wageningen UR is deels met dezelfde en deels met vergelijkbare claims door Wageningen UR voortgezet in de publicatie in Wageningen World (uiting 2). Daarnaast is de reclame, wederom dezelfde en vergelijkbare claims bevattend, in diverse andere publicaties in 2011 herhaald, onder meer door NZO. Klagers leggen als bijlagen 9a respectievelijk 9b twee publicaties over op de website “Zuivel en Gezondheid” van NZO en op de website www.nzo.nl.

Het gaat om een openbare aanprijzing van melk.

Deze aanprijzing is direct tot het publiek gericht, maar is ook indirect in die zin dat deze niet binnen de gebruikelijke advertentiekanaalen plaatsvindt en in de eerste verschijningsvorm niet rechtstreeks afkomstig is van de belanghebbende.

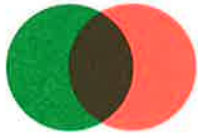
De aanprijzing vindt plaats ten behoeve van een derde, te weten NZO. Wageningen UR prijst aan, terwijl NZO het in de aanprijzing bedoelde wetenschappelijke onderzoek heeft bekostigd.

Dat sprake is van reclame-uitingen wordt nog onderstreept door de aansluiting in elk van de uitingen, te weten door het noemen van “Joris Driepinter”, bij de bestaande en vroegere campagnes om meer melk te drinken. In de uitingen wordt aangesloten bij de aanprijzing van 3 glazen melk per dag, terwijl het in de uitingen bedoelde onderzoek en de desbetreffende wetenschappelijke publicatie in het American Journal of Clinical Nutrition slechts gericht waren op 1 glas melk per dag.

De wijze waarop “wetenschappelijke” reclame tot stand komt is als volgt.

Een belangenorganisatie (in dit geval: NZO) stelt gelden beschikbaar voor een wetenschappelijk onderzoek, dat is gericht op één of meer producten uit de betreffende branche. Het uit te voeren onderzoek leidt tot een bepaald resultaat, dat veelal voorzichtig is geformuleerd. Naar aanleiding van dit resultaat worden (doorgaans met inschakeling van persvoorlichters en/of een pr bureau en in overleg met de opdrachtgever) één of meer claims geformuleerd. Deze claims worden vervolgens uitvergroet en pakkend geformuleerd in een persbericht omtrent het onderzoek. Hierna leidt het persbericht tot tal van populariserende publicaties (waaronder in dit geval het artikel in Wageningen World), waarin deze claims ongenueanceerd terugkomen.

In melk zitten ongezonde en gezonde stoffen. Er is ook een groot en cruciaal verschil in gezondheidseffect tussen volvette en magere zuivel. In de bestreden uitingen wordt dit



Dossier 2011/00874

verschil genegeerd en worden gezondheidsclaims gebezigd, zonder dat dit relevante onderscheid wordt gemaakt.

In het wetenschappelijke literatuuronderzoek dat aan de bestreden uitingen ten grondslag ligt, wordt geconcludeerd dat er mogelijk een licht verband bestaat tussen zuivelconsumptie en een niet consequente vermindering van kans op hart- en vaatziekten. In de publicatie betreffende het onderzoek wordt expliciet gewaarschuwd om aan dat onderzoek geen overdreven conclusies te verbinden. In de bestreden uitingen is hierover niets terug te vinden.

Voornoemd literatuuronderzoek is in de bestreden uitingen uit zijn verband getrokken. Klagers achten deze uitingen in strijd met de artikelen 2, 8 en 9 van het algemene gedeelte van de NRC, met artikel 3 lid 1 van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RVV) en met artikel 10 lid 1 de EU Verordening 1824/2006 inzake de voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen (hierna: de Claimsverordening).

Klagers concluderen -samengevat- het volgende.

Wageningen UR heeft publicaties doen uitgaan ten behoeve van NZO, NZO heeft ook zelf op basis van die publicaties uitingen verspreid, en deze publicaties en uitingen moeten alle worden aangemerkt als reclame voor melk.

De uitingen 1 en 2 bevatten claims die in strijd zijn met de NRC en de Claimsverordening.

Wageningen UR en NZO hebben in strijd gehandeld met de NRC, daaronder begrepen de RVV en met de Claimsverordening.

Het verweer van verweerder sub 1

De klacht is gemotiveerd weersproken.

Kort samengevat heeft verweerder primair en subsidiair het volgende gesteld.

Primair

De bestreden uitingen van Wageningen UR betreffen geen aanprijzing van melk, maar zijn zuiver redactionele artikelen over de inhoud van de in die uitingen genoemde wetenschappelijke publicatie. De uitingen zijn niet ten behoeve van NZO verspreid. Van enige samenwerking met of beïnvloeding door NZO in relatie tot het onderzoek, de publicatie of de inhoud van de bestreden uitingen is geen sprake.

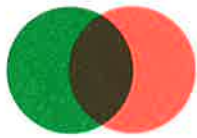
Subsidiair

Voor zover de bestreden uitingen al moeten worden aangemerkt als reclame-uitingen, gaat het om reclame voor wetenschappelijke meningen van Wageningen UR en de betrokken wetenschappers. De klacht richt zich echter niet tegen zodanige reclame. Voor zover dat toch moet worden aangenomen, faalt de klacht, omdat de wetenschappelijke vrijheid op grond van artikel 10 EVRM voorop staat en geen argumenten zijn aangevoerd waarom deze vrijheid in dit geval zou moeten worden ingeperkt.

Het verweer van verweerder sub 2

De klacht is gemotiveerd weersproken.

Verweerder heeft onder meer het volgende meegedeeld.



Dossier 2011/00874

De twee bestreden uitingen zijn door Wageningen UR niet ten behoeve van NZO gedaan en NZO is op geen enkele wijze bij de totstandkoming of openbaarmaking van deze uitingen betrokken.

Het is juist dat NZO het in de uitingen bedoelde onderzoek heeft gefinancierd, maar die financiering zag alleen op het onderzoek zelf en niet op daaraan te wijden publicaties. De enkele in de klacht genoemde omstandigheid dat er medewerkers van Wageningen UR zijn die op enige wijze zijn gelieerd aan of werkzaam zijn in de zuivelindustrie of bij NZO kan niet meebrengen dat NZO voor de publicatie of inhoud van de bestreden uitingen (mede) verantwoordelijk dient te worden gehouden.

De bestreden uitingen zijn geen reclame-uitingen, maar redactionele berichten, waarin op zakelijke wijze verslag wordt gedaan van wetenschappelijk onderzoek.

Uiting 1 is door Wageningen UR overgenomen uit het tijdschrift Resource. Een desbetreffende bronverantwoording is ook in uiting 1 vermeld. In de klacht is terecht niet gesteld dat het bronartikel in Resource reclame zou zijn, nu dit onmiskenbaar redactioneel van aard is.

Uiting 2 is gepubliceerd in Wageningen World. Dit blad heeft dezelfde redactie als Resource. Uiting 2 is ook redactioneel van aard.

Het debat over de inhoud van de bestreden uitingen dient niet ten over staan van de Commissie te worden gevoerd. Als de Commissie daar anders over oordeelt, dient die beslissing eerst aan het College van Beroep te worden voorgelegd.

De mondelinge behandeling

De voorzitter stelt vast tegen welke uitingen de klacht is gericht. Het gaat om de hiervoor in deze beslissing onder "De bestreden uitingen" genoemde twee uitingen. Namens klagers bevestigt mr. Bruinhof dat de in de klacht genoemde sites van NZO geen onderwerp zijn van de klacht.

Mr. Bruinhof deelt onder meer het volgende mee.

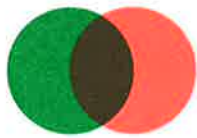
De bestreden uitingen houden een aanprijzing in van melk, ten behoeve van NZO.

Daarbij is Wageningen UR de adverteerder, ten behoeve van NZO.

Beide verweerders bestrijden dat er sprake zou zijn van beïnvloeding van Wageningen UR door NZO. Klagers achten het hoogst onwaarschijnlijk dat er geen overleg is geweest met NZO. Zij achten het in elk geval duidelijk dat er overleg is geweest tussen NZO, Wageningen UR en de redactie van Resource wat betreft het moment waarop de bestreden en soortgelijke uitingen werden gepubliceerd. Het is onwaarschijnlijk dat er geen overleg over de inhoud zou zijn geweest. In dit verband wijzen klagers op het volgende.

Op 10 november 2010 is het wetenschappelijke artikel betreffende het bewuste onderzoek online gepubliceerd, zonder dat daar verder ruchtbaarheid aan is gegeven. Op 25 november 2010 was er een zuivelsymposium van NZO, waar onderzoekster dr. Soedamah een lezing hield over het onderzoek. Op diezelfde dag heeft Wageningen UR haar persbericht (uiting 1) gepubliceerd en is ook de publicatie op de site van NZO verschenen (bijlage 9 bij de klacht). Wageningen UR heeft haar persbericht ook online op haar site onder "Nieuws en Agenda" gepubliceerd en pas de dag daarna heeft Resource haar bericht online gepubliceerd.

Wakker Dier heeft ook meermalen onderzoek laten doen door Wageningen UR. Gebruikelijk was dat lopende het onderzoek overleg plaatsvond en dat zowel de



Dossier 2011/00874

onderzoekspublicatie als het persbericht vóór publicatie werden voorgelegd aan Wakker Dier als opdrachtgever.

In de conclusie van zijn pleitnota stelt mr. Bruinhof dat Wageningen UR zich in dit geval heeft gedragen als het reclamebureau van NZO. Gesteld dat niet Wageningen UR maar Campina de uitingen had geopenbaard, in de vorm van een "advertorial" in de Telegraaf, dan zou de Commissie ongetwijfeld vaststellen dat de NRC was overtreden.

Na het betoog van mr. Kronenberg komt aan de orde dat in deze zaak in de eerste plaats de vraag moet worden beantwoord of er sprake is van reclame. In dit verband is in het verweer van NZO gesteld dat het debat over de inhoud van de bestreden uitingen niet ten overstaan van de Commissie zou moeten plaatsvinden en dat indien de Commissie hier anders over oordeelt, die beslissing eerst aan het College van Beroep moet worden voorgelegd.

De voorzitter besluit de behandeling te schorsen, teneinde te beoordelen of deze behandeling vooralsnog moet worden beperkt tot beantwoording van bedoelde, zogenaamde voorvraag.

Na schorsing deelt de voorzitter mee dat de Commissie er begrip voor heeft dat in dit geval voornamelijk voornoemde voorvraag voorligt. Dit betekent, zo deelt de voorzitter mee, dat verweerders hun mondelinge toelichting kunnen beperken tot deze vraag, dat de Commissie eerst over de voorvraag zal beslissen en dat verweerders zo nodig bij een voortgezette behandeling gelegenheid krijgen een nadere toelichting te geven.

Mr. Kronenberg wijst vervolgens onder meer op het volgende.

De klacht is onduidelijk in die zin dat daarin enerzijds Wageningen UR als adverteerder wordt aangemerkt en anderzijds wordt gesteld dat ten behoeve van de melkindustrie melk wordt aangeprezen, hetgeen inhoudt dat de melkindustrie adverteerder zou zijn. Klagers suggereren slechts dat er sprake is van reclame, en wel in het bijzonder omdat het onderzoek door de melkindustrie is gefinancierd.

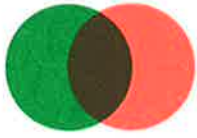
Klagers dienen te bewijzen dat de melkindustrie de inhoud en wijze van presenteren van de bestreden uitingen heeft uitgelokt of beïnvloed, teneinde die uitingen een wervend karakter te geven om de afzet van het product melk te vergroten.

Uit de wetenschappelijk publicatie en de bestreden uitingen zelf, als ook uit de als bijlagen 5 respectievelijk 6 bij het verweer van Wageningen UR overgelegde verklaringen van de hoofdredacteur van Resource en persvoorlichter van Wageningen UR, blijkt echter dat er geen enkele uitlokking of beïnvloeding is geweest.

Met betrekking tot het zuivelsymposium op 25 november 2010 en publicatie van uiting 1 op dezelfde datum merkt mr. Kronenberg -samengevat- op dat dit samenvallen niet bijzonder is; het gebeurt vaker dat Wageningen UR wordt getipt over een congres en dat gelijktijdig een publicatie over een onderwerp van dat congres plaatsvindt.

Wat betreft het door klagers gestelde overleg met een opdrachtgever omtrent onderzoekspublicatie en desbetreffend persbericht wijst mr. Kronenberg erop dat onderscheid dient te worden gemaakt tussen het geval dat een onderzoek wordt bedacht en vervolgens een financier wordt gezocht, zoals bij het onderzoek van dr. Soedamah, en het geval van onderzoek in opdracht van een derde, zogenaamd contractsonderzoek. Alleen in het laatste geval is het gebruikelijk dat overleg plaatsvindt over berichten betreffende het onderzoek.

Mr. Stöpetie benadrukt dat NZO niets met de bestreden uitingen te maken heeft gehad en licht nader toe waarom deze uitingen naar de mening van NZO geen reclame zijn. Er



is geen sprake van een adverteerder. Indien de uitingen een aanprijzing inhouden, betekent dat nog niet dat deze uitingen reclame-uitingen zijn.

Het oordeel van de Commissie

1.
Zoals reeds ter vergadering is vastgesteld, betreft de klacht uitsluitend de hiervoor onder "De bestreden uitingen" genoemde uitingen 1 en 2, dat wil zeggen een bericht uitgebracht door Wageningen UR respectievelijk een publicatie in Wageningen World, een kwartaalblad voor alumni en relaties van Wageningen UR. De klacht is niet gericht tegen de in de klacht genoemde sites van NZO, waarop -naar klagers samengevat hebben gesteld- de bestreden uitingen zijn herhaald.

2.
De Commissie dient allereerst de vraag te beantwoorden of de bestreden uitingen moeten worden aangemerkt als reclame in de zin van artikel 1 NRC, zoals deze bepaling luidt sinds 1 januari 2011.
Voor wat betreft uiting 1 verwijst de Commissie in dit verband naar de voor die bepaling geldende overgangsregeling. Ingevolge bulletpoint 4 van deze regeling vallen klachten die worden ingediend op/na 1 januari 2011 en die betrekking hebben op reclame-uitingen die zijn gepubliceerd in 2010 en die ook nog in 2011 worden gepubliceerd onder de nieuwe definitie. Aangezien de op 25 november 2010 uitgebrachte uiting 1, gezien de desbetreffende bij de klacht overgelegde afdruk ook op 30 augustus 2011 was gepubliceerd op www.wur.nl, dient deze uiting aan de nieuwe definitie van reclame te worden getoetst.
Uiting 2 dient aan per 1 januari 2011 geldende definitie van reclame te worden getoetst, aangezien deze uiting dateert van na 1 januari 2011.

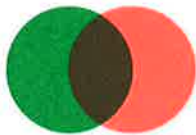
3.
Artikel 1 NRC (nieuw) luidt:
"Onder reclame wordt verstaan: iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van goederen, diensten en/of denkbeelden door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze, al dan niet met behulp van derden. Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten.

Adverteerder is een organisatie of een persoon niet zijnde een consument".

4.
In de klacht wordt gesteld dat er sprake is van aanprijzing van melk, dat Wageningen UR aanprijst ten behoeve van een derde en dat Wageningen UR publicaties heeft doen uitgaan ten behoeve van NZO. Ter vergadering is namens klagers gesteld dat de bestreden uitingen een aanprijzing van melk inhouden ten behoeve van NZO, waarbij Wageningen UR de adverteerder is.

5.
Gelet op de definitie van reclame in artikel 1 NRC (nieuw) en de door klagers ingenomen stelling dat er sprake is van aanprijzing van melk dient de vraag te worden beantwoord of er sprake is van aanprijzing van melk door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve een adverteerder (al dan niet met behulp van derden).

6.



Dossier 2011/00874

Aan elk van de bestreden uitingen, die betrekking hebben op wetenschappelijk onderzoek naar de relatie tussen de consumptie van melk en hart- en vaatziekten, kan een aanprijzend karakter ten aanzien van (het consumeren van) melk niet worden ontzegd, maar niet kan worden geoordeeld dat deze aanprijzingen door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van een adverteerder plaatsvinden. De Commissie overweegt daartoe het volgende.

7.

Uiting 1 is uitgebracht door Wageningen UR en uiting 2 is gepubliceerd in een blad voor alumni en relaties van Wageningen UR, maar Wageningen UR zelf kan naar het oordeel van de Commissie -voor zover het betreft de aanprijzing van het product melk- niet worden beschouwd als een adverteerder in de zin van artikel 1 NRC.

Gelet hierop resteert de vraag of de bestreden uitingen een aanprijzing van melk inhouden door dan wel geheel of deels ten behoeve van NZO. De Commissie beantwoordt die vraag in negatieve zin, nu niet aannemelijk is geworden dat NZO invloed heeft gehad op de inhoud van (één van) de bestreden uitingen of het publiceren daarvan. De Commissie overweegt hiertoe het volgende.

8.

Vast staat dat het wetenschappelijk onderzoek waarover in de uitingen wordt gesproken is gefinancierd door NZO, maar niet is gebleken dat NZO opdracht heeft gegeven tot publicatie van (één van) de onderhavige uitingen, of dat vóór publicatie met NZO is overlegd over de inhoud van die uitingen. In dit verband wijst de Commissie op de inhoud van de als bijlagen 5 respectievelijk 6 bij het verweer van Wageningen UR overgelegde verklaringen van de "Hoofdredacteur Resource & Wageningen World, Wageningen UR" en van de "Persvoorlichter" van Wageningen UR.

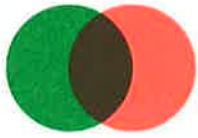
In "bijlage 5" deelt de "hoofdredacteur" op 12 oktober 2011 onder meer het volgende mee:

Resource is het interne medium van Wageningen UR, bedoeld voor studenten en medewerkers. Op de website www.resource.wur.nl verscheen op 26 november 2011 (kennelijk is bedoeld: 26 november 2010) het artikel 'Joris Driepinter had toch gelijk'. Het nieuwsartikel over de relatie tussen het drinken van melk en hart- en vaatziekten is geschreven door Hans Wolkers, tot 1 september 2011 redacteur van Resource, en wel na het lezen van het wetenschappelijk artikel uit "The American Journal of Clinical Nutrition en na een gesprek met één van de auteurs, Sabita Soedamah-Muthu. Er is geen contact geweest met NZO of een PR-bureau.

Soedamah-Muthu heeft het artikel vooraf ingezien en een akkoord op de tekst gegeven. Het Resource-artikel is vervolgens gebruikt door de afdeling wetenschapsvoorlichting in de rubriek 'Nieuws en Agenda' op de website www.wur.nl, hetgeen gebruikelijk is; wekelijks brengt deze afdeling wetenschapsartikelen van Resource naar buiten. Daarbij is het artikel nogmaals aan de onderzoekers voorgelegd en is de kop aangepast, in die zin dat daaraan is toegevoegd: "Melk goed tegen hart- en vaatziekten".

In maart 2011 is een vergelijkbaar verhaal geschreven in Wageningen World onder de kop: 'Joris Driepinter voorkomt hartziekten'. Wageningen World is het relatie- en alumniblad van Wageningen UR en wordt geproduceerd door de redactie van Resource. Het verhaal uit maart 2011 is een ingekorte versie van het eerder verschenen nieuwsbericht.

In "bijlage 6" deelt de Persvoorlichter op 13 oktober 2011 onder meer het volgende mee.



Dossier 2011/00874

Sinds medio 2006 geeft de sectie pers- en wetenschapsvoorlichting van de afdeling Corporate Communications van Wageningen UR (hierna: de sectie) een wekelijkse nieuwsbrief uit, onder de titel 'Wetenschapsnieuws uit Wageningen', met daarin drie wetenschapsberichten die zij betreft van de redactie van Resource. Deze berichten worden ook geplaatst op de website van Wageningen UR.

Bij het uitgeven van bedoelde berichten is sinds 2006 nooit enige discussie ontstaan van een aard en omvang die zich nu voordoet bij het bericht van 25 november 2010.

Laatstgenoemd bericht heeft destijds de gebruikelijke keuze- en controleprocedure bij de sectie doorlopen. Met betrekking tot dit bericht is de sectie op geen enkele wijze beïnvloed door NZO en/of een extern pr-bureau.

Bij het overleggen van beide verklaringen waarin respectievelijk over 26 en 25 november wordt gesproken, is in het verweer van Wageningen UR gesteld dat het redactionele artikel van Resource op 26 november 2010 op de website van Resource is geplaatst en dat voorafgaand daaraan de afdeling pers- en wetenschapsvoorlichting van Wageningen UR, in het kader van een afspraak over uitwisseling van wetenschappelijk relevante informatie, het artikel ter inzage had gekregen en dit, na eigen beoordeling op wetenschappelijke relevantie, ongewijzigd -onder een iets andere kop- als nieuwsbericht had geplaatst op de website van Wageningen UR, naar de Commissie begrijpt op 25 november 2010.

9.

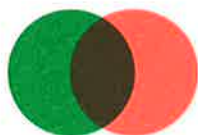
Gelet op (1) bovengenoemde verklaringen, inhoudende onder meer dat er geen contact met of beïnvloeding door NZO of een (extern) pr-bureau is geweest, (2) de in het verweer van Wageningen UR op die verklaringen gegeven toelichting, (3) het verweer van NZO dat zij op geen enkele wijze betrokken is geweest bij de totstandkoming of publicatie van de twee bestreden uitingen en (4) hetgeen hiervoor verder is overwogen, kan niet worden geoordeeld dat de klacht betrekking heeft op één of meer aanprijzingen van melk door een adverteerder dan wel geheel of deels ten behoeve van een adverteerder, en wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

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.

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.



Dossier 2011/00874

De voorzitter

Mr. M. van Walraven

De secretaris

Mr. J.H.M. Borret-Bouritius

Gewezen door mr. M. van Walraven, voorzitter en mr. A.K. Evers, L. Franken,
mr. R.J. Haakmeester en N. Rietman, leden.

Amsterdam, 17 november 2011

bijlage 1

Melk goed tegen hart- en vaatziekten

25 nov 2010

Nummer: R

Joris Driepinter had toch gelijk

Na een halve eeuw lijkt Joris Driepinter, het reclamestripfiguurtje dat vanaf de jaren '60 pleitte voor drie 'pinten' melk per dag, gelijk te krijgen.

Volgens onderzoek van dr. Sabita Soedamah-Muthu, universitair docent bij de afdeling Humane voeding van Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR, zou de witte motor namelijk wel eens heel gezond kunnen zijn. Drie glazen melk per dag waren gerelateerd aan een 18 procent lagere kans op hart- en vaatziekten, zo blijkt uit haar publicatie in de American Journal of Clinical Nutrition van deze maand. 'In de literatuur waren er nogal wat tegenstrijdige resultaten over de gezondheidseffecten van melk', vertelt Soedamah. 'Soms was er een gunstige relatie met hart- en vaatziekten, soms een negatief of helemaal geen verband.'

Levensbedreigende ziekten

Om meer duidelijkheid te scheppen in de rol van melk bij het optreden van volksziekte nummer een ploegde Soedamah anderhalf jaar lang door ruim 5000 artikelen. Uiteindelijk waren er vier geschikt voor haar onderzoek naar de relatie tussen cardiovasculaire ziekten en melkinname. De Universiteit van Harvard leverde een deel van de zuiveldata aan van Amerikaanse studies. 'We konden de verschillende studies combineren door de melkinname voor alle proefpersonen om te rekenen in grammen per dag', legt ze uit. En de resultaten mochten er zijn. Het drinken van een glas melk per dag bleek samen te hangen met een zes procent lagere kans op het optreden van hart- en vaatziekten. Soedamah: 'Het positieve effect van melk konden we tot en met drie glazen per dag aantonen, dan is het risico op hart- en vaatziekten 18 procent lager'.

Meer melk drinken

Volgens de onderzoeker zijn mineralen zoals calcium en kalium in de melk mogelijk verantwoordelijk voor het gevonden effect: 'Die hebben een bloeddrukverlagend effect.' Meer melk drinken, zoals Joris Driepinter een halve eeuw geleden al adviseerde, heeft volgens Soedamah dan ook zeker zin, maar het effect moet ook niet overdreven worden. 'Er was geen relatie tussen de melkinname en sterfte, je leeft er niet langer door', relativeert ze.

Onpartijdig

Humane voeding kreeg financiering van de zuivelindustrie. Soedamah kwam blanco, en onpartijdig als nieuwkomer in het project. 'Ik vond het een uitdagend onderzoek', vertelt ze. 'De zuivelindustrie heeft zich niet beziggehouden met de inhoud van het onderzoek en ik kon het in principe onafhankelijk van hen uitvoeren. De zuivelindustrie is uiteraard nu wel blij met de resultaten.' | Hans Wolkers

Bovenstaand bericht is geproduceerd door de redactie van Resource, het blad voor Wageningen UR (University & Research centre). Meer informatie bij Pers- en wetenschapsvoorlichting van Wageningen UR, e-mail: pers.communicatie@wur of bij de redactie van Resource, e-mail: resource@wur.nl. Zie ook www.resource.wur.nl.

bijlage 2

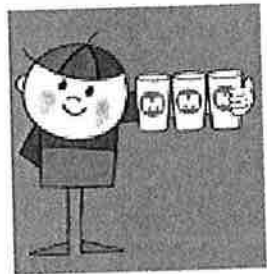
Joris Driepinter voorkomt hartziekten

Drie glazen melk per dag helpt de kans op hart- en vaatziekten verlagen, ontdekte voedingswetenschapper Sabita Soedamah-Muthu. Voor haar literatuuronderzoek bekeek ze meer dan vijfduizend artikelen.

Soedamah publiceerde over het gunstige effect van melk in *The American Journal of Clinical Nutrition*. In de literatuur vonden we nogal wat tegenstrijdige resultaten over de gezondheidseffecten van melk', vertelt ze. Om meer duidelijkheid te scheppen over de rol van melk bij het optreden van volksziekte nummer één, bestudeerde Soedamah anderhalf jaar lang ruim vijftienduizend artikelen. Uiteindelijk waren er vier geschikt voor haar onderzoek naar de relatie tussen cardiovasculaire ziekten en melkinname. 'We konden de verschillende studies combineren door de melkinname voor alle proefpersonen om te rekenen in grammen per dag', legt ze uit. Uit de analyse bleek het drinken van een glas melk per dag samen te hangen met één 6 procent lagere kans op het optreden van hart-

en vaatziekten. 'Het positieve effect van melk konden we tot en met drie glazen per dag aantonen, dan is het risico op hart- en vaatziekten 18 procent lager', aldus Soedamah. Volgens de onderzoeker – werkzaam bij de afdeling Humane Voeding van Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR – zijn mineralen zoals calcium en kalium in de melk mogelijk verantwoordelijk voor het gevonden effect: 'Die hebben een bloeddrukverlagend effect.' Meer melk drinken, zoals Joris Driepinter een halve eeuw geleden al in reclamespotjes adviseerde, heeft volgens Soedamah dan ook zeker zin, maar het effect moet ook niet worden overdreven. 'Er was geen relatie tussen de melkinname en sterfte, je leeft er niet langer door', relativeert ze.
Info: sabita.soedamah-muthu@wur.nl

Ik drink melk.



Jij ook?

Melk moet. Melk doet je goed.

DIERWETENSCHAP



Betere agressietest voor rashonden

De huidige test om agressieve honden uit te sluiten van fokprogramma's werkt maar in een derde van de gevallen. Dat stelt dierwetenschapper Joanne van der Borg van Wageningen University, onderdeel van Wageningen UR. Zij adviseert om extra test-elementen toe te voegen, waardoor honden met een verhoogd bijrisico beter zijn te herkennen. Haar verbeterde test is te gebruiken door fokkers van rashonden, maar is bijvoorbeeld ook geschikt om honden uit het asiel te beoordelen. Info: joanne.vanderborg@wur.nl

MILIEU

Duurzaam eten wordt herkenbaar

Wageningen UR gaat met het Sustainability Consortium werken aan het beter zichtbaar maken van de duurzaamheid van voedselproducten. Het Sustainability Consortium is een samenwerkingsverband tussen universiteiten en bedrijfsleven – dat informatie biedt over duurzaamheid. Die informatie kunnen winkeliers en consumenten gebruiken om de meest duurzame producten te selecteren, en het stimuleert bedrijven om hun producten te verduurzamen. Oorspronkelijk was het consortium vooral op Noord-Amerika gericht, maar de deelnemer willen het toepassingsgebied uitbreiden naar Europa. Er zijn meer dan zestig bedrijven bij aangesloten, waaronder Unilever en Ahold. Ahold speelde een belangrijke rol bij het opzetten van de samenwerking met Wageningen UR.

Info: koen.boona@wur.nl