

**STICHTING
RECLAME CODE**

Stichting HVLV
T.a.v. R. Peters
Topaas 11
5231 KL 'S-HERTOGENBOSCH

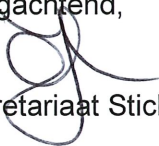
Dossier 2021/00563

Amsterdam, 22 december 2021

Geachte heer Peters,

Hierbij zend ik u een afschrift van de beslissing van de voorzitter van de Reclame Code Commissie d.d. heden in bovengemelde zaak.

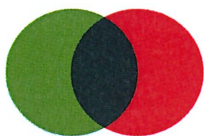
Hoogachtend,


Secretariaat Stichting Reclame Code

...voor verantwoorde reclame

Buitenveldertselaan 106 | 1081 AB Amsterdam | T 020 301 33 97

Postbus 75684 | 1070 AR Amsterdam | info@reclamecode.nl | www.reclamecode.nl



Beslissing van de voorzitter van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : R. Peters, wonende te 's-Hertogenbosch, klager,
tegen : Achmea, gevestigd te Zeist, adverteerder.

De procedure

Klager heeft door middel van het online klachtenformulier op 10 november 2021 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uiting van adverteerder. Bij e-mail van 14 november 2021 heeft hij zijn klacht nader toegelicht. Adverteerder heeft bij e-mail van 15 december 2021 verweer gevoerd.

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een televisiecommercial (TVC) van Achmea, waarin (terwijl bij de genoemde getallen passende animaties te zien zijn) de volgende tekst wordt uitgesproken:
"Gisteravond zijn ruim 1200 mensen gewond geraakt, waarvan 398 kinderen. Ziekenhuizen werden overspoeld met slachtoffers. Ambulances reden af en aan. 503 mensen hebben ernstige brandwonden opgelopen. En 311 mensen zwaar oogletsel. Sommigen van hen zullen verder moeten met één oog. In totaal vlogen ruim 200 auto's in brand. Politie en brandweer rukten meer dan 5000 keer uit. De schade loopt in de miljoenen." Na een korte pauze vervolgt een andere stem:
"Op elke dag van het jaar zou dit nieuws leiden tot verdriet, nationale verontwaardiging en actie. Alleen op 31 december noemen we het een traditie. Steek geen vuurwerk af, maar ga naar een vuurwerkshow. Of denk met ons mee op nieuwetradities.nl. Gelukkig Nieuwjaar. Volgens Achmea."

De klacht

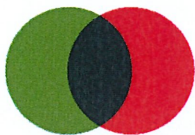
Klager is verbonden aan Stichting HVLV (Het Vuurwerk Liefhebbers Verbond). Volgens klager wordt in de TVC onjuiste en overdreven informatie verstrekt, en worden onjuiste verbanden gelegd. Door deze negatieve beeldvorming zet adverteerder de Nederlandse vuurwerk traditie, een belangrijke bouwsteen van de Nederlandse culturele identiteit, onnodig extra onder druk en draagt zij bij aan broodroof van alle ondernemers binnen de Nederlandse vuurwerkbranche. Klager heeft van adverteerder vernomen dat de cijfers die in de TVC genoemd worden, zijn gebaseerd op het gemiddelde van de afgelopen drie jaarwisselingen (2017/2018, 2018/2019 en 2019/2020, hierna: "de jaarwisselingen"). De jaarwisseling van 2020/2021 is niet meegerekend omdat er toen een vuurwerkverbod gold. Het bezwaar van klager betreft meer specifiek de volgende teksten:

1. "Gisteravond zijn ruim 1200 mensen gewond geraakt, waarvan 398 kinderen."

Dit gegeven klopt redelijk, al is de term "gewond" volgens klager overdreven voor mensen die een pleister komen halen op de Huisartsenpost (HAP).

2. "Ziekenhuizen werden overspoeld met slachtoffers. Ambulances reden af en aan."

Klager heeft, uitgaande van de cijfers van dezelfde jaarwisselingen als waar adverteerder haar cijfers op baseert, berekend dat het gemiddelde aantal patiënten tijdens de jaarwisselingen op de spoedeisende eerste hulp (SEH) 395 bedroeg en bij de HAP 682, samen 1077. Wanneer men dat verdeelt over de 314 Nederlandse ziekenhuizen komt dit neer op 3,4 patiënt per ziekenhuis. In vergelijking met de vorstperiode van begin 2021, die voor ruim 40.000 schaatsslachtoffers zorgde (wat volgens het kabinet niet tot een overbelasting van zorg leidde), is het volgens klager overdreven om bij een aantal van 1077 te zeggen dat de ziekenhuizen 'overspoeld' raakten, net als dat het met een aantal van 395 SEH-bezoeken overdreven is om te zeggen dat ambulances 'af en aan' moesten rijden.



3. *"503 mensen hebben ernstige brandwonden opgelopen."*

Volgens de berekening van klager over de jaarwisselingen is het gemiddelde aantal ernstige brandwonden 154, wat een stuk lager ligt dan de 503 van adverteerder.

4. *"En 311 mensen zwaar oogletsel."*

Volgens klager is er sinds de registratie nog nooit een jaarwisseling geweest waarbij meer dan 311 mensen oogletsel opliepen. De enige jaarwisseling waarvan het aantal in de buurt komt, is die van 2009 (308 mensen met oogletsel). Daarna is er een dalende trend ingezet, onder andere door de inzet van vuurwerkbrillen. Het gemiddelde van de jaarwisselingen is volgens klager 140. Voor dit getal verwijst hij naar oogheelkunde.org. Klager deelt mee dat adverteerder op de website nieuwetradities.nl, waarnaar de uiting verwijst, een nog hoger, onjuist aantal noemt, te weten 500.

5. *"In totaal vlogen ruim 200 auto's in brand. Politie en brandweer rukten meer dan 5000 keer uit."*

Het aantal van 200 klopt volgens klager grotendeels, maar hij maakt bezwaar tegen de suggestie die adverteerder wekt met de woorden die volgen: "Op 31 december noemen we dit een traditie" en de oproep om zelf geen vuurwerk af te steken maar naar een vuurwerkshow te gaan. Daarmee presenteert adverteerder het stoppen met zelf afsteken van siervuurwerk als de oplossing voor het aantal autobranden. Volgens klager is de oorzaak van autobranden niet het zelf afsteken van legaal siervuurwerk, maar ontstaat de meeste schade door illegaal vuurwerk, het onjuist afsteken van vuurwerk, brandstichting en vandalisme. Klager verwijst voor deze stelling naar een interview met de directeur van het verbond van verzekeraars.

Klager maakt om dezelfde reden ook bezwaar tegen het verband dat adverteerder legt tussen het afsteken van legaal vuurwerk en het 5000 keer uitrukken van de brandweer. Het laten stoppen van zelf afsteken van vuurwerk lost dit probleem niet op, aldus klager. Het afgelopen jaar, toen er een vuurwerkverbod was, moest de brandweer alsnog 3.959 keer ingezet worden. 100% reductie van het legale vuurwerk zorgde voor slechts 20% minder inzet van de brandweer.

6. *"Op elke dag van het jaar zou dit nieuws leiden tot verdriet, nationale verontwaardiging en actie."*

Klager maakt bezwaar tegen deze zin, omdat door deze woorden op deze manier te gebruiken de indruk wordt gewekt dat de beweringen op feiten berusten, wat volgens klager (dus) niet waar is.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

Het doel van de uiting is om het publiek aan het denken te zetten over de gevolgen van de verschillende tradities van oudjaarsnacht, en niet alleen over de gevolgen van het zelf afsteken van vuurwerk. 31 december is een dag met heel veel tradities: oliebollen, aftellen, champagne, vreugdevuren en siervuurwerk afsteken. Maar ook: auto's in brand steken, rellen, rotjes in brievenbussen, vuurwerk gooien naar voorbijgangers en politie en ambulancepersoneel. Adverteerder laat met de TVC zien dat de tradities zorgen voor veel leed, schade en maatschappelijke overlast. Als verzekeraar kijkt zij met haar klanten naar alternatieven. Adverteerder wil het zelf afsteken van vuurwerk veranderen naar een nieuwe traditie zonder risico op schade, leed en overlast. Nergens in de TVC wordt gesteld dat zelf afsteken van vuurwerk de enige oorzaak is van de getoonde schades; het is een van de oorzaken. Adverteerder gaat daarom niet in op de door klager genoemde cijfers en vergelijkingen. Het is voor de boodschap van bewustwording niet relevant waar de schade vandaan komt. Adverteerder gebruikt een van de omstandigheden waar schade uit voortvloeit, en dat is vuurwerk. De cijfers in de TVC zijn van de jaren 2017/2018, 2018/2019 en 2019/2020, en afkomstig van VeiligheidNL, het Nederlands Oogheelkundig Gezelschap (NOG), Politie, Rijksoverheid, CBS, Brandweer, het Verbond van verzekeraars en Onderzoeksraad voor Veiligheid. Adverteerder deelt mee dat zij in 2016 het vuurwerkmanifest heeft ondertekend. De TVC is een manier om daar uitvoering aan te geven. De TVC doelt op bewustwording en doet een maatschappelijke oproep, zij is niet bedoeld om iets te verkopen. Volgens adverteerder is er daarom geen sprake van reclame in de zin van artikel 1 Nederlandse Reclame Code (NRC.) Van opzettelijke misleiding of oneerlijke reclame is geen sprake. Volgens adverteerder is de klacht niet langer relevant, nu de commercial korte tijd is uitgezonden en de laatste uitzending op 23 november 2021 was.



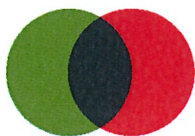
Het oordeel van de voorzitter

- 1) Gelet op het verweer dient in de eerste plaats te worden beoordeeld of sprake is van reclame in de zin van artikel 1 NRC. De voorzitter beantwoordt deze vraag bevestigend. In de TVC wordt het denkbeeld aangeprezen dat het beter is dat particulieren niet zelf vuurwerk afsteken, en dat zij in plaats daarvan beter een vuurwerkshow kunnen bezoeken. Het aanprijzen van een denkbeeld valt onder de reikwijdte van het begrip reclame in de zin van artikel 1 NRC.
- 2) Kern van de klacht is dat adverteerder het in de uiting doet voorkomen dat door te stoppen met zelf vuurwerk afsteken, en in plaats daarvan naar een vuurwerkshow te gaan, alle incidenten die zich tijdens oudejaarsnacht voordoen, worden voorkomen. De voorzitter is van oordeel dat de uiting inderdaad zo zou kunnen worden begrepen dat het afsteken van vuurwerk de enige oorzaak is van de genoemde en getoonde incidenten, ook al wordt dat niet expliciet in de uiting gezegd. De gemiddelde consument zal de uiting in deze zin opvatten door het directe verband dat adverteerder lijkt te leggen tussen de incidenten en het zelf afsteken van vuurwerk. Adverteerder heeft gesteld dat het slechts haar bedoeling was het zelf afsteken van vuurwerk als één van de oorzaken waardoor schade ontstaat te benoemen. Het doel van de uiting is volgens adverteerder om het publiek aan het denken te zetten over de gevolgen van de verschillende tradities van oudjaarsnacht, en niet alleen over de gevolgen van het zelf afsteken van vuurwerk. Nu naar het oordeel van de voorzitter deze bedoeling niet duidelijk uit de uiting volgt, en het veeleer voor de hand ligt deze zo uit te leggen dat alle genoemde incidenten het gevolg zijn van het zelf afsteken van vuurwerk, is de uiting voor de gemiddelde consument onduidelijk.
- 3) De uiting van adverteerder (een verzekeringsmaatschappij die met de uiting een belang nastreeft dat geacht kan worden een verband te hebben met haar bedrijfsvoering) kan het aankoopgedrag van de consument beïnvloeden. Adverteerder roept immers met zoveel woorden op om niet zelf vuurwerk af te steken. Impliciet ontmoedigt adverteerder daarmee de aankoop van vuurwerk. Dit staat adverteerder vrij indien dit op feitelijk juiste gronden gebeurt. De uiting heeft immers een feitelijk karakter gelet op de daarin genoemde gegevens die een representatief beeld van de gebruikelijke schade met oudejaarsnacht lijken te geven. Adverteerder heeft ervoor gekozen om niet in te gaan op de door klager genoemde gegevens, die de in de uiting genoemde feiten deels tegenspreken. Nu het volgens adverteerder bovendien niet de bedoeling is uitsluitend de negatieve gevolgen van het zelf afsteken van vuurwerk te belichten, maar de uiting wel zo zal worden opgevat door de gemiddelde consument doordat de in de uiting genoemde incidenten in verband worden gebracht met de oproep om niet zelf vuurwerk af te steken, is sprake van het op onduidelijke wijze verschaffen van essentiële informatie als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Voorts is de voorzitter van oordeel dat de gemiddelde consument hierdoor ertoe gebracht kan worden een besluit over een transactie te nemen (het afzien van de aankoop van vuurwerk), dat hij anders niet zou hebben genomen. Om die reden is de uiting misleidend en daardoor oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC.

De beslissing

Op grond van het voorgaande is de reclame in strijd met het bepaalde in artikel 7 NRC. De voorzitter beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Adverteerder heeft de mogelijkheid om tegen deze beslissing bezwaar te maken bij de voltallige Reclame Code Commissie. Het gemotiveerde bezwaarschrift dient uiterlijk 7 januari 2022 in het bezit te zijn van het secretariaat van de Stichting Reclame Code. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.



Dossier 2021 00563

De voorzitter van de Reclame Code Commissie,

Mr. Sj.A. Rullmann

Amsterdam, 22 december 2021