



Beslissing van het College van Beroep

In het appel van : Suit Supply B.V., gevestigd te Amsterdam, appellante,
geïntimeerde : wonende te geïntimeerde,
inzake : de beslissing van de Reclame Code van 10 maart 2015 in dossier
2015/00171.

1. De procedure

Het College verwijst voor het verloop van de procedure tot 28 april 2015 naar de beslissing van het College van Beroep op het verzoek tot wraking van de secretaris, die op die dag is uitgesproken.

Het College van Beroep (hierna: het College) heeft de zaak inhoudelijk behandeld ter zitting van 19 mei 2015. Namens Suit Supply verscheen C. de Waal, vergezeld van mr. D. Haye, advocaat, om het beroep nader toe te lichten. Geïntimeerde is niet ter zitting verschenen.

Omdat ter zitting was gebleken dat Suit Supply niet de reactie van geïntimeerde had ontvangen, is deze ter zitting alsnog door het College aan haar advocaat ter hand gesteld met de mogelijkheid na de zitting daarop schriftelijk te kunnen reageren. Bij e-mail van 26 mei 2015 heeft mr. Haye aan het secretariaat van het College meegedeeld dat Suit Supply geen behoefte heeft aan het geven van een nadere reactie.

2. De grieven

Deze worden door het College als volgt gerubriceerd en samengevat.

Grief 1

De Commissie hanteert in de bestreden beslissing ten onrechte een strenger beoordelingskader dan dat van artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC), door de letterlijke tekst van de - sinds april 2014 - aangepaste toelichting op artikel 2 Nederlandse Reclame Code (NRC) als integraal onderdeel van het beoordelingskader te beschouwen. De toelichting heeft niet dezelfde status als de bepalingen van de Nederlandse Reclame Code. Artikel 2 NRC bevat de normstelling en die is leidend. De toelichting kan geen nieuwe (of strengere) norm in het leven roepen. De RCC en het College zijn dus niet gebonden aan de toelichting op de NRC. Dat is van groot belang, omdat de toelichting op artikel 2 NRC de beslissingen van de RCC en het College kennelijk probeert te beïnvloeden door de open norm van artikel 2 NRC in te vullen.

In geval van uitingen die op zodanige wijze zijn gepubliceerd dat het publiek zich niet aan confrontatie daarmee kan onttrekken, zouden de grenzen van wat toelaatbaar kan worden geacht eerder worden overschreden dan bij uitingen die op een andere wijze worden gepubliceerd, aldus de toelichting op artikel 2 NRC. Suit Sup-



ply betwist dat dit in zijn algemeenheid waar zou zijn. De RCC en het College moeten volledig vrij zijn om van geval tot geval te beoordelen of de grenzen van het toelaatbare worden overschreden. Dat past bij de terughoudendheid die zij volgens vaste jurisprudentie terecht in acht nemen bij de beoordeling van klachten over schending van subjectieve normen. De RCC heeft miskend dat zij dient te waken voor haar onafhankelijke positie door de toelichting klakkeloos als onderdeel van het beoordelingskader te beschouwen. Het per definitie hanteren van een strengere toets voor uitingen in het straatbeeld dient naar de opvatting van Suit Supply te worden vermeden.

Grief 2

De RCC heeft miskend dat de drie uitingen ieder afzonderlijk langs de lat van artikel 2 NRC gelegd moeten worden om voor elk van de uitingen op zichzelf staand te bepalen of deze mogelijk met dit artikel in strijd zijn. Bij de toepassing van het criterium van artikel 2 NRC heeft de RCC vier onjuiste uitgangspunten gehanteerd:

- I. de RCC gaat ten onrechte uit van een wijziging in de maatschappelijke opvattingen

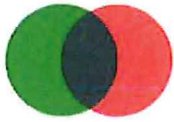
De Commissie volgt opeens een veel strengere lijn dan voorheen met betrekking tot de toelaatbaarheid van vrouwelijk naakt in buitenreclame. De Commissie gaat ervan uit dat sprake is van een wijziging in de Nederlandse maatschappelijke opvattingen die meebrengt dat het niet meer als vanzelfsprekend wordt geaccepteerd dat vrouwelijk naakt expliciet op buitenreclame wordt getoond. De motivering die de Commissie hiervoor geeft is onbegrijpelijk en onjuist. De enige onderbouwing die de Commissie geeft, is dat het tegenwoordig niet meer gebruikelijk zou zijn om afbeeldingen van ontblote vrouwenlichamen te zien waarbij borsten prominent in beeld worden gebracht. De 'trend' naar kuisere reclame-uitingen bestaat echter niet. Eerder is sprake van het tegendeel. Daarnaast wordt in mode, literatuur, theater en kunst veel gebruik gemaakt van naaktheid. De gerenommeerde socioloog Dr. Cas Wouters heeft verklaard dat er geen sprake is van de trend die de Commissie in haar beslissing meent waar te nemen. Verder is de aanname onjuist dat in de uitingen borsten prominent in beeld worden gebracht. In compositie hebben de borsten absoluut geen overheersende rol.

- II. de RCC gaat ten onrechte uit van een 'functioneel bloot-criterium',

De Commissie lijkt in haar beslissing een "functioneel bloot-criterium" te willen introduceren. Het aanleggen van een dergelijk absoluut criterium is onwenselijk, want leidt tot een discussie wanneer bloot echt noodzakelijk is. Dit criterium staat ook op gespannen voet met de commerciële uitingsvrijheid van adverteerders en de artistieke uitingsvrijheid van kunstenaars en fotografen die hun werk via reclame tentoonstellen. Mocht het College desondanks van oordeel zijn dat het aangeprezen product aanleiding zou moeten geven voor het gebruik van naakt, dan geeft het onderhavige product (een mannenpak) wel degelijk een dergelijke aanleiding. Een mannenpak is bij uitstek een mannelijk product, hetgeen in de uiting wordt benadrukt door een uitgesproken vrouwelijke figuur af te beelden. Dit is de gebruikelijke wijze om de bestemming van het aangeprezen product voor mannen te illustreren.

- III. de RCC overweegt ten onrechte dat de naaktheid van de vrouw prominent in beeld wordt gebracht,

De motivering van de Commissie gaat uit van de aanname dat in de reclame-uitingen de naaktheid van de vrouw prominent in beeld wordt gebracht. Die aanname is onjuist Suit Supply acht de overweging van de Commissie dat de aandacht zou



COLLEGE VAN BEROEP

Dossier 2015/00171 CvB

worden getrokken naar de vrouw onjuist en onbegrijpelijk. De belichting en de compositie stellen de man (en zijn pak) centraal. Bovendien is door het prominente gebruik van het logo van Suit Supply duidelijk dat het pak van de man de kern van de boodschap van de reclame-uitingen is. Het doel van de campagne is om op artistieke wijze de voorjaars- en zomercollectie van Suit Supply aan te prijzen. Teveel nadruk op naakt zou de aandacht afleiden van de aangeprezen kleding.

Overigens verschillen de uitingen van elkaar, zodat zij afzonderlijk dienen te worden beoordeeld. De RCC heeft dit ten onrechte niet gedaan. In uiting 2 en 3 is het lichaam van de vrouw slechts deels zichtbaar. Het feit dat de man en zijn pak centraal staan, is ook te zien doordat de vrouw zich in deze beide uitingen naar de man toedraait. De kijkrichting van de vrouw legt de nadruk op (het pak van) de man. Bovendien laten uitingen 2 en 3 duidelijk een neutrale (of zelfs onderzoekende) houding van de vrouw zien ten opzichte van de man. De man wordt nieuwsgierig bekeken als een vreemdeling in de onderwaterwereld waar zij heerst.

In uiting 1 is de vrouw vollediger in beeld en heeft zij een andere gezichtsuitdrukking. De RCC overweegt ten onrechte dat uiting 1 door de houding van de man en de pose en gezichtsuitdrukking van de vrouw 'onmiskenbaar een seksueel getinte lading' zou krijgen. Niet valt in te zien hoe de houding van de man zou bijdragen aan een dergelijke lading. Er valt aan de man niets seksueels te ontdekken. De gezichtsuitdrukking van de vrouw kan op vele manieren worden geïnterpreteerd. De bedoeling van de fotograaf was om hiermee een kunstzinnige uitstraling te scheppen, zoals gebruikelijk is bij het expressief afbeelden van emoties bij naakten in de klassieke kunst.

IV. de RCC hanteert ten onrechte een strengere maatstaf voor buitenreclame. Voor zover het College, anders dan grief 1 betoogt, de toelichting als onderdeel van het beoordelingscriterium zou beschouwen, heeft de RCC een te streng criterium gehanteerd in de toepassing van de toelichting, aangezien het publiek zich ogenblikkelijk aan de uitingen kan onttrekken door simpelweg even de andere kant op te kijken. Buitenreclame neemt geen bijzondere positie in ten opzichte van andere reclamevormen, zodat een a priori strengere beoordeling van buitenreclame ten opzichte van andere reclamevormen niet is gerechtvaardigd.

Grief 3

Reclame-uitingen vallen onder de bescherming van het door artikel 10 EVRM gewaarborgde grondrecht op de vrijheid van meningsuiting. Artistieke uitingen vallen ook onder dit grondrecht. De bestreden beslissing vormt een beperking van de commerciële uitingsvrijheid van Suit Supply en de artistieke uitingsvrijheid van de fotograaf/kunstenaar Carli Hermès. Ook uitingen die kunnen kwetsen, choqueren of verontrusten vallen volgens vaste rechtspraak onder de bescherming van artikel 10 EVRM. Beperkingen van de uitingsvrijheid moeten voldoen aan de vereisten van artikel 10 lid 2 EVRM en dienen bij wet te zijn voorzien en in een democratische samenleving noodzakelijk te zijn ter bescherming van (onder meer) de goede zeden. De beslissingen van de Commissie voldoen niet aan het noodzakelijkheidsvereiste. Zij impliceren immers dat een blote vrouwenborst in reclame in het straatbeeld per definitie niet langer is toegestaan, hetgeen een ingrijpende beperking van de uitingsvrijheid is. In gevallen waarbij twijfel bestaat over het antwoord op de vraag of een reclame-uiting in strijd met de Nederlandse Reclame Code is, zou de uitingsvrijheid moeten prevaleren. Ingrijpen in de artistieke en commerciële uitingsvrijheid terwijl niet duidelijk is of dat ook echt noodzakelijk is, zal immers niet proportioneel zijn ten opzichte van het te dienen doel en dus niet voldoen aan het noodzakelijkheids-criterium van artikel 10 lid 2 EVRM. Daarnaast kunnen de reclame-uitingen worden



COLLEGE VAN BEROEP

Dossier 2015/00171 CvB

gezien als een bijdrage van Suit Supply aan een debat van publiek belang waardoor de uitingsvrijheid van Suit Supply en de fotograaf nog ruimer is. Wat de grenzen zijn van bloot, is een permanent onderwerp van maatschappelijke discussie, hetgeen een afzonderlijke reden is waarom de uitingsvrijheid in deze zaak dient voor te gaan.

3. Het antwoord in appel

De grieven zijn gemotiveerd weersproken.

4. De mondelinge behandeling

Mr. Haye licht het standpunt van Suit Supply toe mede aan de hand van een PowerPoint presentatie en overgelegde notities.

5. Het oordeel van het College

5.1.

De grieven lenen zich voor gezamenlijke behandeling.

5.2.

In deze zaak wordt het toetsingskader gevormd door artikel 2 NRC voor zover het betreft de eis dat reclame in overeenstemming dient te zijn met de goede smaak en het fatsoen. Dit artikel is voorzien van een toelichting waaraan in april 2014 de volgende tekst is toegevoegd: "Bij het criterium goede smaak en fatsoen dient te worden beoordeeld of naar de huidige algemene maatschappelijke opvattingen de uiting de grenzen van het toelaatbare te buiten gaat, mede gelet op de wijze waarop zij is gepubliceerd en het effect dat zij daardoor op het publiek heeft. Bij een uiting die op een zodanige wijze wordt gepubliceerd dat het publiek zich niet aan confrontatie daarmee kan onttrekken, zijn de grenzen van hetgeen toelaatbaar kan worden geacht eerder overschreden dan bij uitingen die op een andere wijze worden gepubliceerd. Hierbij dienen onder meer de frequentie waarmee men de uiting ziet en de situering van de uiting te worden meegewogen."

5.3.

Voor zover grief 1 neerkomt op de stelling dat het College bij de toetsing aan artikel 2 NRC zou dienen voorbij te gaan aan die toelichting, oordeelt het College als volgt. Ingevolge artikel 2 van de statuten van de Stichting Reclame Code (SRC) heeft de stichting ten doel te bevorderen dat het maken van reclame in Nederland op verantwoorde wijze geschiedt, welk doel SRC onder meer tracht te verwezenlijken door het opstellen van de Nederlandse Reclame Code en het doen controleren van de naleving van deze code door de Reclame Code Commissie en het College van Beroep. Ingevolge artikel 1 van het Reglement van de Reclame Code Commissie en het College van beroep (hierna: het Reglement) heeft de Reclame Code Commissie tot taak te beoordelen of reclame wordt gemaakt in overeenstemming met de bepalingen van de Nederlandse Reclame Code, hetgeen tevens de reikwijdte is van de beoordeling door het College van Beroep indien beroep wordt ingesteld tegen een beslissing van de Commissie.

Het is op grond van het hiervoor geschetste stelsel niet aan de Commissie of het College, maar aan het bestuur van de SRC om de inhoud van de Nederlandse Reclame Code en/of toelichtingen daarop vast te stellen. De Commissie en het College beoordelen op grond van artikel 1 van het Reglement reclame-uitingen aan de



COLLEGE VAN BEROEP

Dossier 2015/00171 CvB

hand van de Nederlandse Reclame Code, zoals van kracht ten tijde van de bestreden uitingen. In zoverre faalt grief 1. Het College zal de uiting toetsen aan artikel 2 NRC (goede smaak en fatsoen) onder kennisneming van de toelichting bij dit artikel, zoals van kracht ten tijde van de bestreden uitingen.

5.4.

Voor zover grief 1 in samenhang met grief 3 ertoe strekt te betogen dat de Commissie die toetsing heeft verricht met schending van de onder meer door artikel 10 EVRM beschermde vrijheid van meningsuiting, behoeven zij geen behandeling. Grief 2 stelt in samenhang met grief 3 immers aan de orde of de uitingen stroken met art. 2 NRC, hetgeen betekent dat het College zelf die toetsing dient te verrichten.

5.5.

Bij de beoordeling van de bestreden uitingen neemt het College het volgende tot uitgangspunt.

Alle drie de bestreden uitingen dienen ter aanprijzing van herenkleding. Op elke uiting is een mannelijk model te zien, gekleed in een pak met stropdas. Naast deze modellen is telkens een vrouw te zien van wie de borsten geheel of gedeeltelijk zichtbaar zijn. Alle afbeeldingen zijn onder water gefotografeerd (hetgeen met name blijkt uit de zichtbare luchtbelletjes) en zijn niet van begeleidende tekst voorzien, afgezien van de vermelding van de merknaam "Suit Supply".

Op de uiting die door de Commissie en Suit Supply als "uiting 1" is omschreven en ook door het College als uiting 1 wordt aangeduid, is de vrouw aan de voorzijde gefotografeerd. Zij houdt haar armen langs haar hoofd, waarbij zij zich lijkt uit te strekken, en wendt haar blik met gesloten ogen af. De man houdt zijn hand op een onbedekt gedeelte van de linker heup van de vrouw.

In de uiting die door de Commissie als "uiting 2" is omschreven, en ook door het College als uiting 2 wordt aangeduid, strekt de zijdelings gefotografeerde vrouw haar rechterarm uit naar de man, die een hand naar haar toe lijkt te bewegen.

In de uiting die door de Commissie als "uiting 3" is omschreven, en ook door het College als uiting 3 wordt aangeduid, is de vrouw eveneens zijdelings gefotografeerd terwijl zij de man aankijkt die recht vooruit kijkt.

5.6.

Artikel 2 NRC bepaalt, voor zover hier van belang, dat reclame in overeenstemming dient te zijn met de goede smaak en het fatsoen. Het College geeft toepassing aan deze bepaling met inachtneming van de vrijheid van meningsuiting van de adverteerder die een uiting openbaart. Een aanbeveling om niet langer reclame te maken op een wijze als in de bestreden uitingen op de grond dat die uitingen niet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen behoort daartoe, voor zover hier van belang, in een democratische samenleving noodzakelijk te zijn in verband met een van de in artikel 10 lid 2 EVRM genoemde belangen, waaronder de bescherming van de gezondheid of de goede zeden en de bescherming van de rechten van anderen.

5.7.

Het College volgt Suit Supply niet in haar standpunt dat een eventuele constatering van een schending van artikel 2 NRC en een eventuele aanbeveling in dit geval tevens inbreuk zou maken op de vrijheid van meningsuiting van de fotograaf die de uitingen heeft vervaardigd. Suit Supply heeft onvoldoende toegelicht dat de vrijheid van meningsuiting van de fotograaf in het geding komt als de klacht tegen de uitingen van Suit Supply zou worden gehonoreerd.



5.8.

Bij de beantwoording van de vraag of een uiting in overeenstemming is met de goede smaak en het fatsoen en, zo nee, of deze constatering en een eventuele aanbeveling noodzakelijk is of zijn in verband met de bescherming van de gezondheid of de goede zeden en de bescherming van de rechten van anderen, dient acht te worden geslagen op alle omstandigheden van het geval, waarbij in het algemeen in aanmerking worden genomen de inhoud en vorm van de uiting, de compositie van de uiting als geheel, de context waarin de uiting wordt getoond, de wijze van openbaarmaking (eventueel: het medium, de periode en de plaats waar de uiting wordt getoond), de effecten van de uiting op het publiek, en de gevolgen van een dergelijke constatering voor de adverteerder.

Suit Supply stelt terecht dat een en ander per afzonderlijke uiting dient te worden beoordeeld.

5.9.

Uit de hiervoor in 5.5. vermelde uitgangspunten omtrent de uitingen leidt het College af dat Suit Supply de drie uitingen in een commerciële context heeft geopenbaard, dat wil zeggen om herenkleding van het merk Suit Supply aan te prijzen. Suit Supply stelt dat de uitingen tevens een bijdrage leveren aan een debat van publiek belang. Voor zover zij heeft beoogt te stellen dat zij de uitingen tevens heeft gedaan in de context van een maatschappelijke discussie over de aanvaardbaarheid van bloot in het straatbeeld, blijkt dit niet uit de uitingen en heeft zij die stelling onvoldoende toegelicht. Suit Supply heeft verder gesteld dat de uitingen artistieke elementen bevatten. Dit geeft echter evenmin aanleiding om de uitingen anders dan als reclame te beschouwen. Aldus dient het getoonde vrouwelijk naakt naar het oordeel van het College commerciële doelen van Suit Supply, te weten ter verhoging van de attentiewaarde van de uitingen en ter illustratie en als ondersteunend element bij de aanprijzing van herenkleding.

5.10.

Het College neemt in aanmerking dat bij louter commerciële uitingen een ruimere marge bestaat om een uiting zonder schending van de vrijheid van meningsuiting van de adverteerder niet in overeenstemming te achten met de goede smaak en het fatsoen dan bij politieke uitingen of uitingen die bijdragen aan een debat van publiek belang (vgl. EHRM 13 juli 2012, par. 61-62, NJ 2014, 39).

5.11.

Omtrent de wijze van openbaarmaking en de effecten op het publiek overweegt het College als volgt.

De uitingen zijn op de openbare weg te zien geweest als abriposters ter promotie van de voorjaars- en zomercollectie 2015 van Suit Supply.

Het College ziet geen aanleiding te oordelen dat reclame-uitingen, zoals op abriposters, die een vrouw tonen waarbij haar onbedekte borsten zijn te zien, reeds hierom in strijd met de goede smaak en het fatsoen zijn. Weliswaar kunnen de maatschappelijke opvattingen omtrent de appreciatie van naakt in reclame variëren, maar, anders dan de Commissie veronderstelt, ontbreken voldoende aanwijzingen om aan te nemen dat sprake is van een trend waarbij naakt in het straatbeeld minder gangbaar wordt. In zoverre is grief 2 onder I gegrond. Dit sluit evenwel niet uit dat er feiten en omstandigheden kunnen zijn die meebrengen dat een reclame-uiting waarin naakt is te zien niet in overeenstemming is met de goede smaak en het fatsoen en die constatering en een eventuele aanbeveling noodzakelijk is of zijn in verband met de bescherming van de gezondheid of de goede zeden en de bescherming van



de rechten van anderen. In dit verband is van belang dat een adverteerder geen onvoorwaardelijk of onbeperkt recht heeft op het gebruik van de openbare ruimte (vgl. EHRM 13 juli 2012, NJ 2014, 39, par. 58: "individuals do not have an unconditional or unlimited right to the extended use of public space, especially in relation to facilities intended for advertising or information campaigns").

5.12.

Tegenover de wens van klager om in het straatbeeld gevrijwaard te blijven van uitingen die volgens klager teveel tegen Nederlandse normen en waarden ingaan om geaccepteerd te worden - welke wens het College begrijpt als een beroep op de bescherming van de gezondheid of de goede zeden en de bescherming van de rechten van anderen - staat dat de gevolgen van een eventuele constatering dat de uitingen niet stroken met art. 2 NRC, en van een eventueel daarmee gepaard gaande aanbeveling, geen algehele beperking zullen vormen van de vrijheid van Suit Supply op het doen van reclame-uitingen (vgl. EHRM 13 juli 2012, NJ 2014, 39, par. 58). Een dergelijk oordeel zou immers slechts betekenen dat Suit Supply wordt aanbevolen dergelijke reclame-uitingen niet te openbaren in het straatbeeld waarin de abri-posters figureren.

5.13.

Het College overweegt tegen de achtergrond van al het voorgaande als volgt omtrent de inhoud en de vorm van de uitingen en de compositie van de uitingen als geheel.

5.14.

Ten aanzien van uiting 1

De compositie en belichting benadrukken in deze uiting de naaktheid van de vrouw. In uiting 1 is zij frontaal afgebeeld, waarbij het meeste licht valt op haar naakte bovenlichaam dat hierdoor in het geheel van de uiting lijkt op te lichten. Daaraan draagt bij dat sprake is van een relatief donkere achtergrond. De man is gekleed in donkere kleding en valt optisch aanzienlijk minder op tegen de relatief donkere achtergrond. Voor wat betreft de houding van de vrouw valt op dat zij haar armen langs haar hoofd houdt terwijl zij zich uitstrekt en enigszins naar achteren lijkt te buigen. Haar ogen zijn gesloten en haar mond is wijd geopend. Deze houding kan in de compositie van de uiting seksuele overgave aan de man uitdrukken, mede gelet op haar geprononceerde naaktheid en het feit dat de man haar ter hoogte van haar linkerzij vasthoudt, blijkbaar op haar onbedekte huid. De gelaatsuitdrukking van de vrouw kan overkomen als een uitdrukking van seksueel genot. Hetgeen Suit Supply aanvoert over de specifieke filosofie achter de fotoreportage, kan niet tot een ander oordeel leiden, nog daargelaten dat het publiek dat op straat met uiting 1 wordt geconfronteerd niet bekend kan worden geacht met die filosofie en zich enkel op basis van de uiting een beeld kan vormen.

Naar het oordeel van het College komt aldus in uiting 1 een beeld naar voren dat zozeer duidt op seksueel contact tussen de man en de overwegend naakte vrouw in een seksueel getinte houding, dat deze op een abriposter in het straatbeeld niet in overeenstemming is met de goede smaak en het fatsoen. Deze constatering en een bijpassende aanbeveling acht het College, in het licht van de klacht en gezien hetgeen hiervoor in 5.9 tot en met 5.12 is overwogen over de beoordelingsmarge van het College, noodzakelijk in verband met de bescherming van de gezondheid of de goede zeden en de bescherming van de rechten van anderen.

Het College onderschrijft ten aanzien van uiting 1 dus het oordeel van de Commissie dat de uiting in strijd met artikel 2 NRC is, zij het op andere gronden.



5.15.

Ten aanzien van uiting 2

In deze uiting valt naar het oordeel van het College de nadruk op het naakte bovenlichaam van de vrouw nu hierop het meeste licht valt. Zoals hiervoor in 5.11 is overwogen, is dit enkele gegeven onvoldoende om de uiting in strijd met de goede smaak en het fatsoen te achten. De vrouw is zijdelings afgebeeld en reikt haar rechterhand naar de man die daarop lijkt te reageren. Deze interactie wekt niet de indruk van een seksueel georiënteerd contact. Ook verder is geen sprake van een compositie die op seksualiteit duidt.

Wel geldt dat het publiek in het straatbeeld met deze uiting in de vorm van een abriposter wordt geconfronteerd. Anders dan Suit Supply stelt, kan het publiek zich bij een op een dergelijke wijze gepubliceerde uiting niet aan confrontatie daarmee onttrekken. Weliswaar kan men, indien men dat wenst, zijn blik afwenden, maar dit zal men doen nadat men de uiting al gezien heeft.

Het College oordeelt evenwel dat de uiting, door de daarin getoonde niet seksueel georiënteerde interactie tussen man en vrouw, niet van dien aard is dat deze niet in overeenstemming zou zijn met de goede smaak en het fatsoen. Het College is daarom, anders dan de Commissie, van oordeel dat de inleidende klacht tegen uiting 2 geen doel treft en zal om die reden de klacht in zoverre alsnog afwijzen.

Ten aanzien van uiting 3

5.16.

In deze uiting staat naar het oordeel van het College de man meer centraal dan in uitingen 1 en 2. De man is in uiting 3 frontaal afgebeeld en de zijdelings gefotografeerde vrouw speelt in het totaal van de uiting een aanzienlijk minder grote rol dan in de andere uitingen. De vrouw kijkt de man onderzoekend aan. Er is geen sprake van enige vorm van seksuele interactie en het naakte bovenlichaam van de vrouw is in deze uiting minder prominent in beeld dan bij uitingen 1 en 2. Het College oordeelt dat de uiting, door de daarin getoonde niet seksuele interactie tussen man en vrouw, niet van dien aard is dat deze niet in overeenstemming zou zijn met de goede smaak en het fatsoen, zodat ook op dit punt anders wordt beslist dan de Commissie en in zoverre de klacht alsnog zal worden afgewezen.

Conclusie

5.17.

Grief 2 treft doel voor zover het betreft uitingen 2 en 3. Ten aanzien van uiting 1 verwierpt het College de grieven en bevestigt het College de aangevallen beslissing, met wijziging van gronden. Derhalve wordt beslist als volgt.

6. De beslissing

Het College vernietigt de bestreden beslissing ten aanzien van de uitingen 2 en 3 en wijst in zoverre de klacht alsnog af.

Het College bevestigt de bestreden beslissing ten aanzien van uiting 1 met wijziging van gronden.



**COLLEGE VAN
BEROEP**

Dossier 2015/00171 CvB

De voorzitter

Mr. G. de Groot

De secretaris

mr. L. Lagerweij

Gewezen door mr. G. de Groot, voorzitter, P.L. Blok, mr. M. Bolhuis, N.Y.F.J. Krijnen, mr. R.A. van Sluyters van Nimwegen, leden bijgestaan door mr. L. Lagerweij, secretaris.

Amsterdam, 18 juni 2015



Dossier 2015/00171

RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : wonende te klager,
tegen : Suit Supply B.V., gevestigd te Amsterdam, adverteerder.

De procedure

Klager heeft op 17 februari 2015 door middel van het online klachtenformulier bezwaar gemaakt tegen hierna te noemen reclame-uitingen.

De klacht is op 23 februari 2015 in behandeling genomen, waarbij de voorzitter van de Reclame Code Commissie, gebruik makend van de in artikel 8 lid 1 van het Reglement betreffende de werkwijze van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep neergelegde bevoegdheid, heeft bepaald dat de zaak met spoed op een zitting wordt behandeld.

Adverteerder (hierna ook: Suit Supply) heeft bij brief van 3 maart 2015 verweer gevoerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld ter zitting van 5 maart 2015.

Partijen hebben geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid tot het geven van een mondelinge toelichting.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft abriposters in het kader van adverteerders campagne 'Suit Supply into the blue' ter promotie van haar voorjaars- en zomercollectie 2015.

Op de drie verschillende posters zijn een man en een vrouw afgebeeld die zich onder water bevinden. De man is gekleed in een pak en heeft een zonnebril op. In twee van de drie uitingen (hierna: 'uiting 1' en 'uiting 2') is te zien dat de vrouw alleen een bikinibroekje draagt, in de derde uiting ('uiting 3') is het naakte bovenlichaam van de vrouw te zien.

De (door adverteerder overgelegde) posters zijn - verkleind en aangeduid met 'uiting 1', 'uiting 2' en 'uiting 3' - in kopie aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

De uitingen, waarop volledig topless vrouwen zijn afgebeeld, betreffen softporno geplaatst op drukke, openbare plaatsen. Hierdoor wordt softporno opgedrongen aan iedereen, ook aan (jonge) kinderen. Het feit dat de man op de posters volledig gekleed is afgebeeld terwijl de vrouw bijna totaal naakt is, versterkt het seksistische beeld dat sommige mensen van vrouwen hebben.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

De gedachte achter de uitingen is dat de in kleding van Suit Supply geklede man terecht komt in een kleurrijke, surrealistische en dromerige onderwaterwereld. In deze voor hem



onnatuurlijke habitat ontmoet hij op zeemeerminnen geïnspireerde figuren. De aantrekkingskracht en het mysterie van een sprong in het diepe en de daarmee corresponderende begeerte naar dingen waarvan je niet precies weet wat het is maar waar je diep naar verlangt, is wat in de uitingen centraal staat.

Volgens Suit Supply heeft de beoordeling of de uitingen in strijd zijn met de goede smaak, het fatsoen en de goede zeden een subjectief karakter. Het is niet de uiting, maar de perceptie van degene die de uiting bekijkt, die in strijd met voornoemde criteria kan zijn. Gelet op het subjectieve karakter is bij de beoordeling van de reclame-uitingen een zeer terughoudende opstelling van de Commissie vereist en gebruikelijk. Adverteerder verwijst in dit verband naar eerdere uitspraken van de Commissie.

Suit Supply voert verder aan dat de negatieve interpretatie van de uitingen door klager(s) niet het beeld is dat bij neutrale aanschouwing van de uitingen als eerste bij het publiek opkomt. De uitingen bevatten geen enkele vorm van seksuele spanning, er worden geen seksuele handelingen gesuggereerd en er zijn geen pornografisch uitzierende modellen afgebeeld. In de uitingen is alleen het ontblote bovenlijf te zien van een vrouw die een meerminachtige rol in het geheel vervult. Voorts is het feit dat de vrouw geen bikinitop draagt, mede door compositie, kleurgebruik en accentueringen en 'toon' van de uitingen, ondergeschikt aan het geheel van de afbeeldingen. De uitingen zijn daarom niet pornografisch, aanstootgevend of vulgair.

Het niet dragen van een bikinitop door de vrouw betekent niet automatisch dat de uitingen denigrerend zijn of een seksistisch beeld versterken. Het is juist de vrouw die in de uitingen de regie in handen heeft, nu de man zich in haar wereld bevindt die voor hem onbekend en onnatuurlijk is. De vrouw is op geen enkele manier ondergeschikt aan de man.

In het huidige tijdperk wordt in reclame geregeld bloot getoond. Dit betekent naar de huidige algemene maatschappelijke opvattingen niet automatisch dat met de uiting de grens van het toelaatbare wordt overtreden, zelfs niet als de reclame-uiting publiekelijk, dus ook voor (jonge) kinderen, waarneembaar is. Adverteerder benadrukt dat het in de onderhavige uitingen niet gaat om een compleet naakte vrouw die op een seksuele manier de aandacht trekt. Met de uitingen wordt naar de mening van adverteerder de grens van het toelaatbare nog niet eens benaderd. Hieraan doet niet af dat de uitingen in de publieke ruimte hangen.

Het oordeel van de Commissie

De Commissie vat de klacht aldus op dat klager de posters in strijd acht met de goede smaak en/of het fatsoen als bedoeld in artikel 2 NRC. Bij de toetsing van een reclame-uiting aan criteria als de goede smaak en/of het fatsoen stelt de Commissie zich terughoudend op, gelet op het subjectieve karakter van die criteria. De Commissie beoordeelt of de uiting naar de huidige maatschappelijke opvattingen de grenzen van het toelaatbare overschrijdt. Hierbij wordt, zoals vermeld in de toelichting bij artikel 2 NRC, mede rekening gehouden met de wijze waarop de uitingen zijn geopenbaard en het effect dat zij daardoor op het publiek hebben. Bij een uiting die op zodanige wijze wordt gepubliceerd dat het publiek zich niet aan confrontatie daarmee kan onttrekken, zijn de grenzen van wat toelaatbaar kan worden geacht eerder overschreden dan bij uitingen die op een andere wijze worden gepubliceerd. Met inachtneming van voornoemde terughoudendheid en rekening houdend met het feit dat de onderhavige uitingen in de publieke ruimte geplaatste abriposters betreffen, oordeelt de Commissie als volgt.

De Commissie gaat ervan uit dat met betrekking tot de acceptatie van vrouwelijk naakt in de openbare ruimte sprake is van enige wijziging in de maatschappelijke opvattingen. Volgens de huidige maatschappelijke opvattingen is het, anders dan voorheen, niet meer vanzelfsprekend en geaccepteerd dat vrouwelijk naakt expliciet op buitenreclame wordt getoond. De



Commissie vindt een bevestiging van dit oordeel in het feit dat het thans in het straatbeeld niet meer gebruikelijk is om afbeeldingen van ontblote vrouwenlichamen te zien waarbij - zoals in het onderhavige geval - borsten prominent in beeld worden gebracht. De onderhavige reclame-uitingen gaan duidelijk in tegen deze trend. Tegen deze achtergrond dient te worden beoordeeld of de wijze waarop in de onderhavige reclame-uitingen gebruik wordt gemaakt van expliciet vrouwelijk bloot in overeenstemming is met wat op dit moment maatschappelijk aanvaardbaar wordt geacht.

De reclame-uitingen dienen ter aanprijzing van herenkleding. Zonder dat de aard van het aangeprezen product daartoe aanleiding geeft, wordt in de uitingen door compositie en belichting van de gefotografeerde personen de aandacht getrokken naar de vrouw, en met name naar het prominent in beeld gebrachte feit dat zij vrijwel geheel naakt is. De vrouw stelt zich daarbij verleidelijk op jegens de man. Bij de als 'uiting 1' aangeduide poster geldt voorts dat deze uiting door de houding van de man en de pose en de gezichtsuitdrukking van de vrouw onmiskenbaar een seksueel getinte lading krijgt. Nu de posters in groot formaat in het straatbeeld zijn geopenbaard, waar iedereen onverhoeds en ongewild met de uitingen kan worden geconfronteerd en men er niet gemakkelijk voor kan kiezen de posters niet te zien, is naar het oordeel van de Commissie de grens overschreden van wat volgens huidige maatschappelijke opvattingen toelaatbaar is. Zij acht daarom de uitingen in strijd met de goede smaak als bedoeld in artikel 2 NRC.

Gelet op het voorgaande kan in het midden blijven of de posters een seksistisch beeld over vrouwen versterken.

Op grond van het vorenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie acht de reclame-uitingen in strijd met artikel 2 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

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, nu sprake is van een spoedeisende zaak, binnen **7 dagen** na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn 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. S.J.A. Rullmann

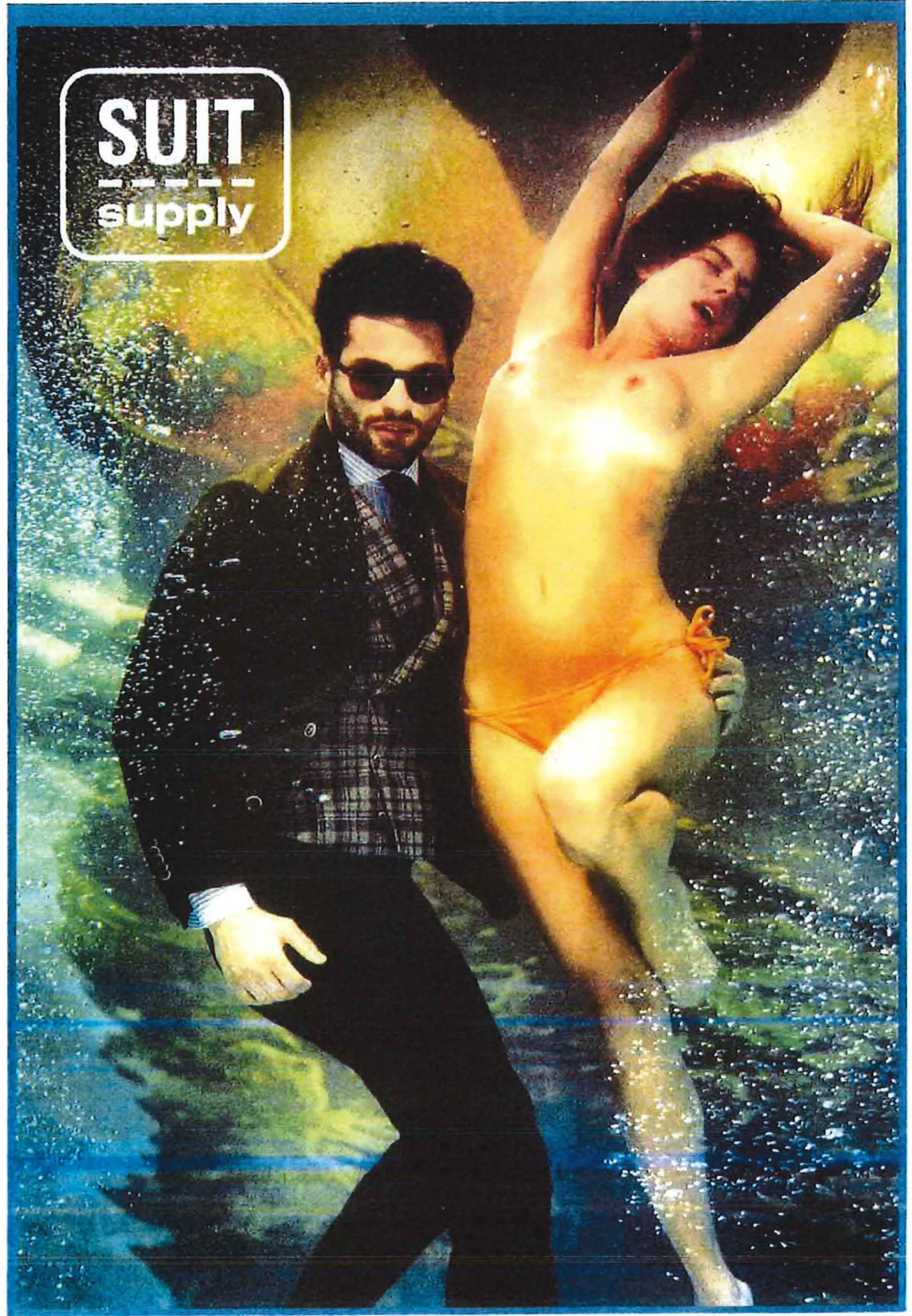
De secretaris

Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. S.J.A. Rullmann, voorzitter, en L. Franken, M. Schaeffer, L.G. Schram en mr. C.J. Seinen, leden.

Amsterdam, 10 maart 2015

uiting ①



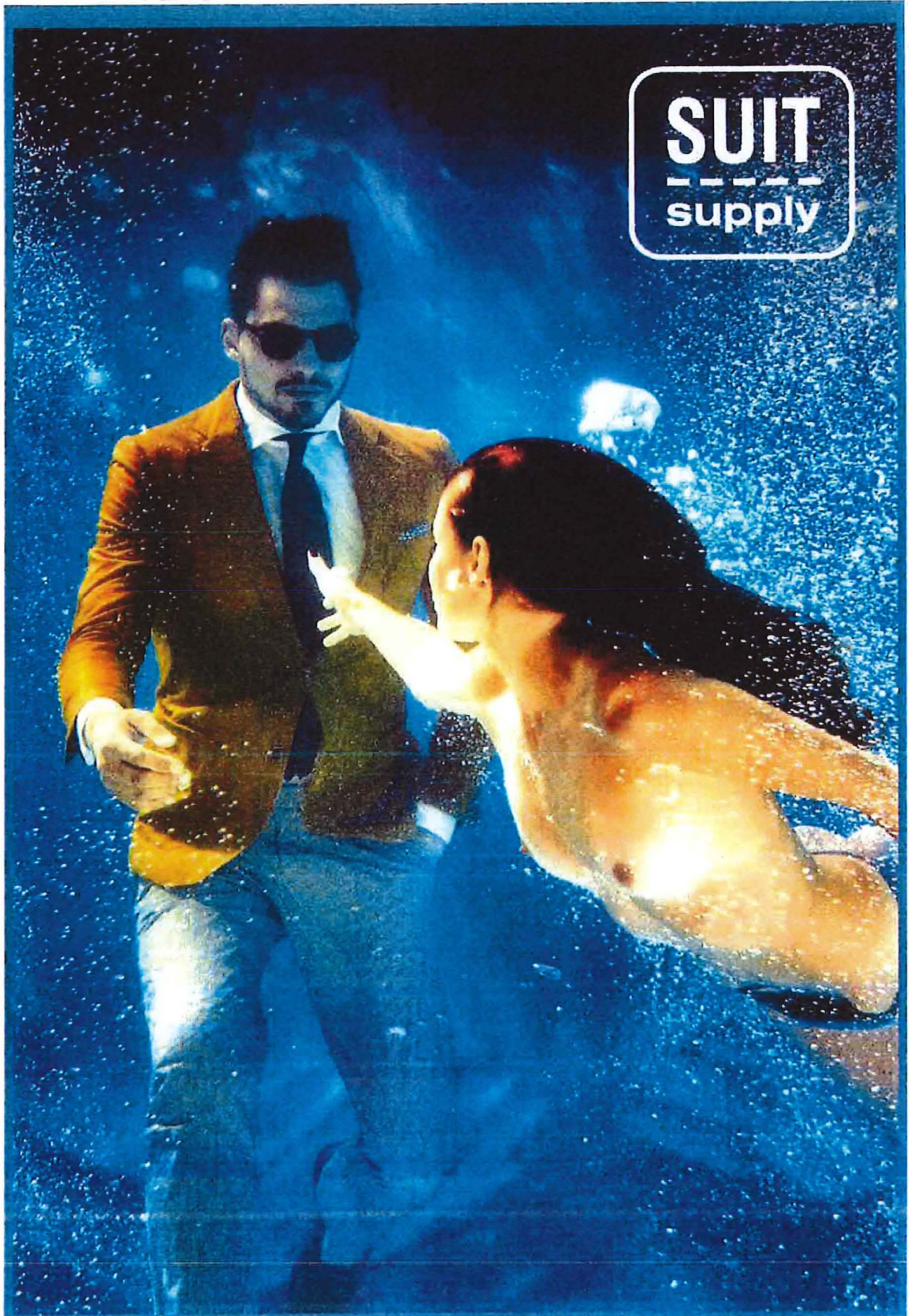
Joon Geesinkweg 209
1096 AV Amsterdam
The Netherlands

Tel +31 (0)20 653 35 34
Fax +31 (0)20 653 29 93
E-mail info@suitsupply.com

www.suitsupply.com
KvK Amsterdam 34118243
VAT NL8077 52 770 B 01

ABN AMRO Bank 53 55 21 83
IBAN NL 4606050552383
BIC-code ABNANL2A

suiting (2)



loop Geesinkweg 205
1396 AM Amsterdam
The Netherlands

Tel +31 (0)20 653 25 34
Fax +31 (0)20 653 29 03
E-mail info@suitsupply.com

www.suitsupply.com
K.v.K. Amsterdam Jc113245
VAT NL8077 52.770 3-01

ABN AMRO Bank 53 55 21 80
IBAN NL 06290053552983
BIC code ABNANL2A

uiting ③



Joop Gessinkweg 209
1096 AV Amsterdam
The Netherlands

Tel: +31 (0)20 653 35 34
Fax: +31 (0)20 653 29 93
E-mail: info@suitsupply.com

www.suitsupply.com
K.v.K. Amsterdam 34110243
VAT NL3077 52 779 9.01

ABN-AMRO Bank: 53 55 21 33
IBAN NL 45050515521831
BIC code: ABNANL21