



**Beslissing van het College van Beroep**

In het appel van : Suit Supply B.V., gevestigd te Amsterdam, appellante,  
geïntimeerde : [REDACTED]  
inzake : de beslissing van de Reclame Code Commissie van 15 maart 2016  
in dossier 2016/00193C.

1. **De procedure**

Namens appellante (hierna te noemen: Suit Supply) heeft mr. D. Haye, advocaat, tijdig beroep ingesteld tegen de aan deze uitspraak gehechte beslissing van de Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie).

Geïntimeerde heeft niet op het appelschrift gereageerd.

Het College van Beroep (hierna: het College) heeft de zaak behandeld in zijn zitting van 19 april 2016. Namens Suit Supply verschenen J. Goosens en C. de Waal, vergezeld van mr. S. Arayess, advocaat, om het beroep toe te lichten. Geïntimeerde is niet ter zitting verschenen.

2. **De grieven**

Suit Supply heeft beroep ingesteld voor zover het gaat om de overwegingen van de Commissie die dragend zijn voor het oordeel dat de bestreden uiting in strijd is met artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Deze uiting betreft de billboardposter die een fotomontage bevat van twee verkleind afgebeelde mannen die op de borsten van een vrouw in badpak zijn afgebeeld. Suit Supply handhaaft hetgeen zij in eerste aanleg heeft aangevoerd en voert de volgende grieven aan.

Grief 1.

De Commissie heeft ten onrechte de door Suit Supply overgelegde publiekspeilingen ('polls') niet betrokken in haar overwegingen. Bij de beoordeling van reclameuitingen op grond van subjectieve normen, zoals de goede smaak en het fatsoen, stellen de Commissie en het College zich terughoudend op. Van geval tot geval wordt bekeken of volgens de huidige maatschappelijke opvattingen de grenzen van het toelaatbare zijn overschreden. De vereiste terughoudendheid brengt met zich dat de huidige maatschappelijke opvattingen absoluut leidend zijn. Niet het subjectieve oordeel van de Commissie of het College, maar hetgeen volgens de huidige maatschappelijke opvattingen betamelijk is, geeft bij subjectieve normen de doorslag. De Commissie heeft in de bestreden beslissing de vereiste terughoudendheid niet betracht. De door Suit Supply overgelegde polls geven blijk van de huidige maatschappelijke opvattingen over de uiting en wijzen uit dat een overgrote meerderheid van het publiek vindt dat de uiting 'door de beugel kan' en dat de norm voor wat behoorlijk is niet is overschreden. De Commissie heeft deze belangrijke indicatie van de huidige maatschappelijke opvattingen ten onrechte niet in haar overwegingen betrokken. Het grote aantal respondenten maakt de polls een betrouwbare



steekproef van het publiek. Deze polls zijn uitgevoerd door drie landelijk actieve en onafhankelijke media waardoor zij niet zonder meer terzijde kunnen worden gelaten. Suit Supply verzoekt het College nadrukkelijk de polls in de overwegingen te betrekken en daaraan bij zijn oordeel doorslaggevend gewicht toe te kennen.

#### Grief 2.

De Commissie miskent dat de uiting een duidelijk humoristisch en absurdistisch karakter heeft. Dat is belangrijk, omdat dergelijke uitingen door het publiek eerder met een korrel zout zullen worden genomen. Voor zover de uitingen een ontoelaatbare lading zouden hebben (hetgeen Suit Supply betwist), zal het publiek die lading niet, althans in veel mindere mate, serieus nemen. In lijn hiermee heeft de Commissie in zijn beslissing in dossier 2016/00193D overwogen dat er geen ontoelaatbaar beeld wordt opgeroepen van ongelijkheid of machtsverschil tussen de man en de vrouw. Naar het oordeel van de Commissie valt niet in te zien dat het trekken aan een bikini-broekje door een klein mannetje het zelfbeeld van vrouwen verlaagt of oproept tot geweld tegen vrouwen. Daarvoor acht de Commissie deze uiting te absurdistisch. De uiting in dossier 2016/00193D was dus niet in strijd met de goede smaak en het fatsoen omdat deze met een korrel zout moest worden genomen. Het is dan een raadsel waarom de Commissie de onderhavige uiting kennelijk niet absurdistisch vindt. Alle uitingen binnen de campagne bevatten immers dezelfde elementen die deze uitingen absurdistisch maken, waaronder de verschillen in afmeting tussen de gigantische vrouwen en de minuscule mannetjes. Alle uitingen zijn overduidelijk surrealistisch. Toch betreft de Commissie dit karakter niet in haar overwegingen. Dat maakt die overwegingen onbegrijpelijk. Waarom zou het publiek de ene uiting wel serieus nemen en de andere niet. Het humoristische en absurdistische karakter dient te worden meegenomen in de beoordeling nu de inhoud en vorm van de uiting een vast onderdeel vormen van het door het College voorgeschreven beoordelingskader. Voor zover de uiting zou getuigen van enige ongelijkwaardigheid tussen man en vrouw in het nadeel van de vrouw (hetgeen Suit Supply nadrukkelijk betwist), dan zal die vermeende boodschap niet serieus worden genomen door het publiek. Het publiek is heel goed in staat om in te zien dat de uiting geen realistische weergave van de werkelijkheid is, noch zo is bedoeld. In ieder geval gaat in dit licht de constatering van de Commissie dat Suit Supply gebruik zou maken van "een afbeelding die afbreuk doet aan de lichamelijke integriteit van de vrouw" veel te ver.

#### Grief 3.

De Commissie volgt ten onrechte een strengere lijn met betrekking tot man/vrouw-verhoudingen in reclame. De Commissie lijkt impliciet uit te gaan van een wijziging in de maatschappelijke opvattingen, in die zin dat tegenwoordig in de Nederlandse maatschappij strenger wordt gedacht over man/vrouw-verhoudingen. Kennelijk hanteert de Commissie het criterium dat reclame te allen tijde zuivere gelijkwaardigheid tussen man en vrouw zou moeten tonen. Zonder nadere motivering, die ontbreekt, valt dit zeer strenge criterium niet te rijmen met eerdere beslissingen van de Commissie en met de gangbare reclamepraktijk in Nederland. Het lijkt alsof de Commissie bepaalt dat in reclame niet meer met de man/vrouwverhouding mag worden gespeeld. De regel is echter dat er aanzienlijke ruimte bestaat om met deze verhouding te spelen zolang de grens van het toelaatbare niet wordt overschreden. Het is gangbaar dat in reclame-uitingen waarin met de man/vrouw verhouding wordt gespeeld (zoals gebruikelijk is in reclame voor mode) humor en absurdisme ontbreken en zonder ironie blijkt wordt gegeven van oude stereotypen in het nadeel van de positie van de vrouw. De onderhavige uiting is echter duidelijk 'tongue-in-cheek'.



Zij bevat een grote knipoog door haar humoristische en absurdistische aard. In de zaak over de 'Into the Blue-campagne' van Suit Supply hanteerde de Commissie opeens een veel strenger criterium met betrekking tot naakt in buitenreclame. Het College overwoog echter dat voldoende aanwijzingen ontbraken om aan te nemen dat sprake is van een trend waarbij naakt in het straatbeeld minder gangbaar wordt. Ook hier geldt dat de huidige maatschappelijke opvattingen leidend zijn. Daar waar geïntimeerde nalaat concrete aanwijzingen aan te dragen met betrekking tot de maatschappelijke opvattingen over de uiting, heeft Suit Supply dit wel gedaan. De door haar overgelegde polls geven een duidelijk en concreet beeld van de huidige maatschappelijke opvattingen ten aanzien van de bestreden uiting. Deze kan volgens een overgrote meerderheid van het Nederlandse publiek door de beugel.

#### Grief 4.

De Commissie overweegt dat de mannen zichtbaar plezier beleven aan de situatie, in tegenstelling tot de vrouw. Daarbij is er volgens de Commissie geen sprake van interactie tussen de mannen en de vrouw, anders dan dat zij als speelobject dient. Van enige gelijkwaardigheid tussen man en vrouw is volgens de Commissie geen sprake, ondanks de forse verschillen in afmeting tussen de mannen en de vrouw. Zonder nadere motivering, die ontbreekt, zijn deze overwegingen van de Commissie onbegrijpelijk. Het is onjuist dat de mannen zichtbaar plezier zouden beleven aan de situatie, en dat de vrouw haar gezicht "gelaten" zou hebben afgewend. De houding van de mannen getuigt eerder van hulpeloosheid. De vrouw is niet gelaten'. Zij heeft juist een uitgesproken trotse houding en een tevreden gezichtsuitdrukking. De mannen zijn overgeleverd aan de vrouw, niet andersom. Dat de mannen de vrouw 'als speelobject zouden gebruiken', is een volledig subjectieve interpretatie van de Commissie, die Suit Supply betwist.

### 3. De mondelinge behandeling

Mr. Arayess licht het standpunt van Suit Supply toe mede aan de hand van een PowerPoint presentatie en overgelegde notities. Namens Suit Supply wordt verder onder meer meegedeeld dat zij niet betrokken was bij de polls waarop zij zich beroept. Deze polls zijn uitgevoerd door media met een groot bereik en hebben een overtuigende uitslag. Suit Supply kan niet aantonen dat de polls representatief zijn.

### 4. Het oordeel van het College

#### 4.1.

De grieven lenen zich voor gezamenlijke behandeling.

#### 4.2.

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. De Commissie heeft specifiek aan deze bepaling getoetst en hiertegen is geen afzonderlijke grief ingediend. Het College geeft toepassing aan deze bepaling met inachtneming van de vrijheid van meningsuiting van Suit Supply. Dit uitgangspunt brengt mee dat Suit Supply kan worden aanbevolen om niet langer op de onderhavige wijze reclame te maken, indien dat noodzakelijk is 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. Het College begrijpt de wens van geïntimeerde om in het straatbeeld geïntimeerd te blijven van de onderhavige uiting als een beroep op deze aspecten.



4.3.

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. Daarbij dient in het algemeen in aanmerking te worden genomen de inhoud en de 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. Het College neemt hierbij in aanmerking dat bij louter commerciële uitingen, zoals de onderhavige, 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, 319).

4.4.

Suit Supply beroept zich in de eerste plaats op polls waaruit volgens haar blijkt dat het grootste deel van de bevolking (ongeveer 70%) geen bezwaar tegen de onderhavige uiting heeft. Het betreft een poll van [www.bndestem.nl](http://www.bndestem.nl) en een poll van [www.metronieuws.nl](http://www.metronieuws.nl). Beide polls maken deel uit van een artikel over reclamecampagnes van Suit Supply. Suit Supply heeft onvoldoende aannemelijk gemaakt dat deze polls een betrouwbaar en representatief te achten antwoord geven op de vraag hoe volgens de huidige maatschappelijke opvattingen over de onderhavige uiting wordt gedacht. Niet duidelijk is onder meer hoe de groep respondenten is samengesteld, hoe groot het aantal respondenten van de Metro poll is en welke invloed de bijbehorende artikelen op de poll hebben gehad. Derhalve kan niet reeds op basis van deze polls worden aangenomen dat de onderhavige uiting in overeenstemming is met hetgeen naar hedendaagse maatstaven toelaatbaar is te achten, mede gelet op de hiervoor genoemde maatschappelijke belangen.

4.5.

Uitgaande van het hiervoor weergegeven toetsingskader oordeelt het College ten aanzien van de bestreden uiting, die dient ter aanprijzing van herenkleding van Suit Supply, als volgt.

4.6.

Op de uiting zijn twee mannelijke modellen te zien. De mannen zijn half zittend, half liggend gefotografeerd. De ene man steekt twee armen vanaf zijn ellebogen vooruit. De andere man steekt één arm half vooruit vanaf zijn elleboog. De andere arm houdt hij enigszins langs zijn lichaam. De mannen zijn verkleind afgebeeld tegen de achtergrond van een vrouw in een badpak dat haar borsten onbedekt laat. De mannen zijn zo in de foto van de vrouw gemonteerd, dat zij haar borsten deels bedekken. De vrouw houdt haar handen in haar zij en heeft haar ogen gesloten. Haar hoofd houdt zij enigszins schuin en gedraaid. De uiting is op de openbare weg te zien geweest als abriposter ter promotie van de collectie van Suit Supply.

4.7.

De klacht ziet niet op het feit dat in enige mate de borsten van de vrouw zijn te zien, maar betreft de compositie die het gevolg is van de fotomontage. Geïntimeerde geeft een specifieke invulling aan deze compositie, die door het College aldus wordt



samengevat dat de mannen op de borsten van de vrouw springen, waardoor sprake is van een verstoorde man-vrouw relatie en geen 'gezonde' boodschap voor jonge meisjes en jongens .

4.8.

Het College acht het door Suit Supply voldoende aannemelijk gemaakt dat de compositie niet noopt tot de specifieke uitleg die geïntimeerde daaraan geeft. In dat kader is van belang dat duidelijk sprake is van een fotomontage met een absurd te achten resultaat dat niet is te herleiden tot een bepaalde, uit de compositie afleidbare verhaallijn. Niet duidelijk is hoe de mannen zijn beland in de positie waarin zij zijn afgebeeld, respectievelijk met welk doel zij zich daar bevinden en hoe zij hun situatie ervaren. Uit hun blikken en gebaren blijkt geen duidelijke emotie. De vrouw poseert op een wijze die geheel los lijkt te staan van de op haar lichaam afgebeelde mannen. Van een herkenbare seksuele context is geen sprake ondanks dat de mannen op de blote borsten van de vrouw zijn afgebeeld. In feite kan slechts worden geconstateerd dat de groot afgebeelde vrouw poseert met haar handen in haar zij en met haar blik afgewend, terwijl de relatief zeer klein afgebeelde mannen zich half zittend, half liggend op haar borsten bevinden.

4.9.

Indien men de uiting zo uitlegt dat de mannen van de borsten van de vrouw afglijden, geldt dat de daarop volgende redenering dat de mannen dit doelbewust en tot hun eigen plezier doen feitelijk geen steun vindt in de uiting. Immers de uiting bevat geen specifieke aanwijzingen voor de aanname dat de mannen tot hun plezier gebruik maken van het lichaam van de vrouw en dat de vrouw zich gedwongen voelt om dit toe te laten. Voor zover men de uiting desondanks zo zou opvatten dat de mannen wel plezier beleven aan de situatie waarin zij zich bevinden, acht het College dit onvoldoende om de bestreden reclame-uiting, indien men in het straatbeeld daarmee wordt geconfronteerd, in strijd met artikel 2 NRC te achten. Het absurdistische karakter van de uiting staat in dit geval in de weg aan de gevolgtrekking dat sprake is van een reële situatie van misbruik van een vrouw(enlichaam). Evenmin kan worden gezegd dat de uiting een beeld verkondigt over (de positie van) de vrouw met een dusdanig negatieve strekking, dat dit voldoende rechtvaardiging kan bieden om Suit Supply aan te bevelen niet meer op de onderhavige wijze reclame te maken.

4.10.

Blijkens het voorgaande treffen de grieven doel. De klacht dient alsnog te worden afgewezen. Het College beslist derhalve als volgt.

5. De beslissing

Het College vernietigt de bestreden beslissing en wijst de klacht alsnog af.

De voorzitter

mr. J.P. Fokker

De secretaris

mr. L. Lagerweij



**COLLEGE VAN  
BEROEP**

**Dossier 2016/00193C CvB**

Gewezen door mr. J.P. Fokker, voorzitter, mr. C.S. Avendaño Canto,  
mr. L.J. Haagsman, mr. N.A.M. van Herten en J.M.F.M. Waaijer, leden,  
bijgestaan door mr. L. Lagerweij, secretaris.

Amsterdam, 18 mei 2016