



Beslissing van de Reclame Code Commissie

De procedure

Klager heeft op 10 november 2022 door middel van het online klachtenformulier bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

Adverteerder heeft verweer gevoerd bij brief van 25 november 2022.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar zitting van 8 december 2022. Klager heeft geen gebruik gemaakt van de mogelijkheid om ter zitting een mondelinge toelichting te geven. Het standpunt van adverteerder is toegelicht door D. van Dijk.

Namens adverteerder hebben ook D. Smit en G. Schuurman de zitting bijgewoond.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft twee radiocommercials van Stichting Platform Zorg voor Leven.

De tekst van de eerste commercial luidt:

"Ik schrok ontzettend toen ik zwanger bleek te zijn. Meteen ging ik naar een abortuskliniek. Maar toen ik daar de echo zag, drong het tot mij door: 'Er is nieuw leven in mij!' Dankzij goede hulp kon ik mijn kindje houden, mijn dochtertje. Ik ben zo gelukkig met haar! Bekijk mijn hele verhaal op onbedoeldezwangerschap.nl. Dit is een initiatief van Week van het Leven."

De tekst van de tweede commercial luidt:

"Toen ik zestien was, werd ik zwanger. Ik was in paniek. Mijn familie dwong me voor abortus te kiezen. Op het laatste moment cancelde ik de afspraak. Ook daarna was het niet makkelijk. Maar ik heb nooit spijt gehad. Ik ben zo dankbaar dat mijn zoontje in mijn leven is! Bekijk mijn hele verhaal op onbedoeldezwangerschap.nl. Dit is een initiatief van Week van het Leven."

De klacht

Klager weet uit zijn jarenlange ervaring als huisarts dat vrouwen vaak vanwege zwaarwegende redenen een abortus overwegen en veelal in een enigszins labiele situatie verkeren. In de commercials wordt gesuggereerd dat het heel fijn is om een kindje te hebben. Dit is vaak volkomen in strijd met de werkelijkheid. De reclame is dus misleidend.

Samenvatting van het verweer

Adverteerder is zich er terdege van bewust dat onbedoelde zwangerschappen gevoelig liggen. Daarom weegt zij haar woorden grondig en houdt zij in haar bewoordingen rekening



met de situatie waarin onbedoeld zwangere vrouwen zich bevinden. Voor vrouwen die een abortus overwegen, kan het confronterend zijn om te horen dat er ook andere opties zijn. In het benoemen van de vreugde die de geportretteerde vrouwen ontvingen uit het krijgen van hun kind, zit echter vanuit adverteerder geen veroordeling van wie voor een andere weg kiest of koos. Bovendien vallen deze uitingen onder het recht van meningsuiting. Dat recht geldt niet alleen voor uitingen die door anderen als 'prettig' en 'aansprekend' worden ervaren, maar ook voor uitingen die anderen aan het denken zetten en/of als indringend worden ervaren en (daardoor) sterke gevoelens oproepen. Adverteerder wijst er tevens op dat er geen 'recht op abortus' bestaat, maar dat sprake is van een uitzondering op strafbaarheid indien onontkoombaar en voldaan is aan zorgvuldigheidseisen. In de Wet afbreking zwangerschap is de eis opgenomen dat onbedoeld zwangere vrouwen die een abortus overwegen geïnformeerd moeten worden over andere oplossingen voor hun noodsituatie dan het afbreken van de zwangerschap.

Klager geeft aan dat het "vaak niet fijn is" om een kindje te hebben, en daarmee de uitingen van adverteerder niet kloppen. De uitingen verwoorden echter de persoonlijke ervaring van deze vrouwen. Deze ervaringen zijn reëel. Dat is precies waarom adverteerder persoonlijke verhalen deelt: dit zijn echte verhalen en situaties zoals deze vrouwen die zelf ervaren hebben. Dergelijke verhalen kunnen tot steun en troost zijn voor vrouwen die, evenals de vrouwen die hun ervaring delen, voor een moeilijke keuze staan. Dat de twee vrouwen in de uitingen aangeven blij te zijn met hun kind, betekent niet dat dat altijd zal gelden voor alle vrouwen. Daarin spelen overigens - zoals klager ook aanstipt - vaak veel meer factoren dan de onbedoelde zwangerschap en/of de hulp die vrouwen al dan niet ontvangen hebben. Juist daarom is extra inzet van de samenleving als geheel op de ondersteuning die mogelijk is, zo belangrijk.

In de uitingen wordt niet gesuggereerd dat alle vrouwen altijd blij zullen zijn met hun keuze. Adverteerder wijst vrouwen op hulp en biedt hun die hulp bij moeilijke situaties waarin zij tijdens een onbedoelde zwangerschap verkeren. Dat betekent niet dat zij instaat of kan instaan voor het moedergeluk van alle moeders. Het opvoeden van een kind gaat altijd in meerdere of mindere mate gepaard met vragen en zorgen. Wanneer er (extra) ondersteuning nodig is, moet die ook beschikbaar zijn, zowel professioneel als in de vorm van een samenleving die omziet naar elkaar.

Adverteerder wijst erop dat klager geen feiten, cijfers of argumenten aanvoert voor zijn stelling dat het "vaak niet fijn" is om een kindje te hebben en vraagt zich af of gestaafd kan worden hoeveel vrouwen het met deze stelling eens zijn en in welke mate. Adverteerder deelt in dit verband mee dat op de website waarnaar in de commercial verwezen wordt, ook wordt benoemd dat het opvoeden van een kind niet altijd makkelijk is. De aanwezigheid van deze nuancering dient meegenomen te worden in de overwegingen van de Commissie.

De mondelinge behandeling

Het standpunt van adverteerder is ter zitting mondeling toegelicht aan de hand van een pleitnota door D. van Dijk en D. Smit. Voor zover nodig zal op de inhoud hiervan worden ingegaan in het oordeel van de Commissie.



Het oordeel van de Commissie

1.
Krachtens artikel 1 van de Nederlandse Reclame Code (NRC) wordt onder reclame verstaan: iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van goederen, diensten en/of denkbeelden door of ten behoeve van een adverteerder. In de radiocommercials maakt de organisatie Stichting Platform Zorg voor Leven haar mening kenbaar over abortus door vrouwen hun persoonlijke verhaal te laten vertellen met de boodschap dat zij dankbaar zijn dat zij hebben afgezien van abortus. De commercials vallen daarmee onder de definitie van reclame voor denkbeelden in artikel 1 NRC.
2.
Als uitgangspunt bij de beoordeling van deze reclame-uitingen geldt dat het een ieder vrij staat zijn mening kenbaar te maken over abortus. Blijkens jurisprudentie van het Europees Hof voor de Rechten van de Mens (EHRM) zijn het informeren van anderen en het koesteren van een mening, evenals de vrijheid om ongehinderd inlichtingen en denkbeelden te ontvangen en door te geven, zelfstandige rechten. Nu de commercials in beginsel onder de vrijheid van meningsuiting vallen en deze de bescherming genieten van artikel 10 EVRM, stelt de Commissie zich bij de beoordeling van de commercials terughoudend op. De toetsing van de Commissie beperkt zich tot de vraag of de wijze waarop adverteerder in de radiocommercials de vrijheid van meningsuiting uitoefent in strijd is met 'formaliteiten, voorwaarden, beperkingen of sancties, die bij de wet zijn voorzien en die in een democratische samenleving noodzakelijk zijn in het belang van (onder meer) de bescherming van de gezondheid of de rechten van anderen' (cf. artikel 10 lid 2 EVRM). Met andere woorden, de Commissie beoordeelt of de inhoud van de radiocommercials zodanig is dat het ter bescherming van de rechten van anderen dringend noodzakelijk - en daardoor toelaatbaar - is om de vrijheid van meningsuiting van adverteerder door middel van een gegrondverklaring van de klacht in te perken.
3.
Klager maakt bezwaar tegen de commercials omdat deze volgens hem in strijd zijn met de werkelijkheid die hij in zijn huisartsenpraktijk tegenkomt: volgens hem wordt in de commercials een te rooskleurig beeld geschetst. De Commissie oordeelt hierover als volgt.
4.
In de commercials vertellen twee vrouwen hun persoonlijke verhaal, met de boodschap dat zij blij zijn dat zij van abortus hebben afgezien. Voor het publiek is het daarbij duidelijk dat het hier om de persoonlijke ervaringen en gevoelens van de vrouwen gaat, die niet voor iedereen hoeven te gelden. Daarbij maakt de mededeling "*Bekijk mijn hele verhaal op onbedoeldezwanerschap.nl. Dit is een initiatief van Week van het Leven*" voldoende duidelijk dat deze boodschap over abortus de mening weergeeft van adverteerder, waardoor het publiek de boodschap op waarde kan schatten. Het uiten van een mening over dit onderwerp is op zichzelf geen reden voor beperking van de vrijheid van meningsuiting, zolang de hiervoor genoemde grenzen aan deze vrijheid niet worden overschreden. Op grond van de teksten van de commercials, waarin de vrouwen hun persoonlijke ervaringen delen, is de Commissie van oordeel dat de uitingen geen inbreuk op de rechten van anderen opleveren. Nu de grens van de vrijheid van meningsuiting niet is overschreden en inperking van die vrijheid in een democratische samenleving niet dringend noodzakelijk is, wordt als volgt beslist.



Dossier 2022/00517A

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 uiterlijk vrijdag 6 januari 2023 in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

De secretaris