

Reclamerecht

IER 2017/20

COLLEGE VAN BEROEP RECLAME CODE COMMISSIE

11 oktober 2016/2016/00494 - CVB

m.nt. D. Haije¹

Billboard Webcamsex.nl

Goede smaak en fatsoen. Billboardreclame voor Webcamsex.nl wordt voor bepaalde locaties strijdig bevonden met goede smaak en fatsoen.

Art. 2 en 3 Nederlandse Reclame Code.

nr. 2016/00494 - CVB

De grieven

Deze worden als volgt ingedeeld en, enigszins verkort, weergegeven.

Grief 1

Bij de klacht was geen foto gevoegd, zoals de Commissie ten onrechte vermeldt. Aan de bestreden beslissing was wel een foto van een billboard gehecht, maar dat betrof een billboard langs de Holterbergweg te Amsterdam (S111). PKM legt in beroep foto's over van de drie borden langs de Amerikaweg in Zoetermeer waar de uiting was geplaatst met het verzoek aan het College die te beoordelen. In de beslissing staat verder ten onrechte dat geïntimeerde klaagt omdat er zou worden aangezet tot het verrichten van seksuele handelingen, te meer nu in de uiting 10 euro gratis "credits" worden aangeboden. Daarover klaagt geïntimeerde uitdrukkelijk niet, noch in deze,

⁵ Zie bijv. v.zr. Rb. Den Haag 18 oktober 2010, ECLI:NL:RBSGR:2010:BQ2248, IER 2011/8 (Safeway/Kedge), waarin overigens de vordering werd afgewezen omdat de voorzieningenrechter van oordeel was dat met de variant ook inbreuk zou worden gemaakt en het vonnis zou worden overtreden.

¹ Daniël Haije is advocaat en partner bij Hoogenraad & Haak advocaten

noch in andere, bewoordingen. Onder het kopje "De mondiale behandeling" staat bovendien ten onrechte dat billboards langs de snelwegen op 28 april 2015 zijn verwijderd. Dit is niet van toepassing en rechtstreeks overgenomen uit de beslissing in dossier 2015/00507. Uit het vorenstaande blijkt dat de Commissie met (een zekere) vooringenomenheid en op grond van onjuiste feiten tot haar beslissing is gekomen.

Grief 2

Het is PKM toegestaan haar website aan te prijzen, zoals de Commissie ook zelf tot uitgangspunt neemt. Daaraan doet, zoals de Commissie verder overweegt, niet af dat tegen deze dienst morele of andere bezwaren kunnen bestaan. Met andere woorden, het is toegestaan reclame te maken voor de (interactieve) website van PKM die bezoekers de gelegenheid biedt om via de webcam live met dames en heren (in geklede of minder geklede staat) te chatten. Een dergelijke dienst, waarbij geen fysiek contact plaatsvindt tussen mensen, is een vermakelijkheidsdienst, zoals blijkt uit Hof Amsterdam 24 mei 2012, ECLI:NL:GHAMS: 2012:BW7937. Dat de door PKM aangeboden vermakelijkheidsdienst gezien moet worden als "een vorm van seks op commerciële basis", zoals de Commissie overweegt, is dus onjuist. Ten onrechte overweegt de Commissie verder dat het aanbieden van gratis credits op directe wijze oproept tot seksuele handelingen. Het is aan de bezoekers van de website zelf om al of niet seksuele handelingen (met zichzelf) te verrichten. Verder is het elk bedrijf toegestaan om in een reclame (uiting) producten of diensten met korting of gratis aan te bieden. De aanbieding geeft de consument de mogelijkheid (tijdelijk) gratis gebruik te maken van een dienst waarvoor reclame gemaakt mag worden. De afbeelding van (enkel het hoofd van) het model op de reclame-uiting is daarbij zeer terughoudend. Onder sub 4 overweegt de Commissie overigens ten onrechte dat de afgebeelde vrouw bekend is als pornoactrice. De vrouw ('Bobbi Eden') is al sinds 2008, toen zij nog niet of nauwelijks bekend was bij het grote publiek in Nederland, geen porno actrice meer. 'Bobbi Eden' is in Nederland bekend geworden als tv-persoonlijkheid en is regelmatig op de Nederlandse televisie te zien, meestal in niet aan seks gerelateerde programma's. Op de uiting is uitsluitend haar hoofd afgebeeld. Er staat niet dat zij 'Bobbi Eden' is. Zij is als zodanig alleen herkenbaar voor wie haar goed kent.

Grief 3

Ten onrechte overweegt de Commissie onder sub 5 van haar beslissing dat de situatie anders is dan bij de uiting in dossier 2015/01112 (Squirt.nl). Volgens de Commissie werd bij die uiting alleen de mogelijkheid geboden om mensen te ontmoeten en was er geen sprake van een directe oproep tot seksuele handelingen middels betaalde erotische dienstverlening. Die uiting bevatte een grote afbeelding van twee half ontblote mannen en de wervende teksten: "Join the biggest cruising site now", "Non-Stop Cruising" en "Get 1 year FREE!". Uit die mededelingen blijkt dat het gaat om een (in beginsel) betaalde website, waarvoor met de reclame een

gratis aanbieding wordt gedaan. De aanprijzing is daarmee (ook) onmiskenbaar bedoeld om een financieel voordeel voor de consument tot uitdrukking te brengen. Het in deze reclame tot tweemaal toe gebruikte woord 'cruising' betekent het zoeken van vluchtige seksuele contacten in de buitenlucht. Uit de homepage van Squirt.nl blijkt onmiskenbaar dat het hier gaat om seksuele handelingen. Het reclamebord voor Squirt.nl is (van binnenuit) lichtgevend, dus extra zichtbaar voor passanten, in dit geval voetgangers. Het gaat bij Squirt.nl derhalve om een betaalde website ten behoeve van seksuele handelingen, met dien verstande dat Squirt.nl (direct) gericht is op het zoeken van vluchtige seksuele (fysieke) contacten tussen mensen (mannen). De site van PKM is daarentegen een online gemakkelijksheidsdienst en niet gericht op fysiek contact. De website Squirt.nl faciliteert en stimuleert (betaalde en onbetaalde) seks door 'cruising'. Derhalve stelt de Commissie ten onrechte dat bij Squirt.nl. alleen de mogelijkheid werd geboden om mensen te ontmoeten. Het woord 'cruising' wordt twee keer wervend gebruikt. Dat is toegestaan door de Commissie op posters die hangen op stations in vier grote steden. Hierdoor wordt een algemeen publiek onverhoeds en onontkoombaar met de uiting geconfronteerd en reclame gemaakt voor een erotische dienst. In die zaak werd verder geen betekenis toegekend aan de woorden "Get 1 year FREE! squirt.org/netherlands". In de huidige zaak wordt van een (gratis) aanbieding door de Commissie wel een belangrijk punt gemaakt. Bovendien waren op de poster van Squirt.nl twee half ontblote mannen afgebeeld, terwijl op de onderhavige poster slechts het hoofd van een (vrouwelijk) model is te zien. Op grond van vorengaande is er geen valide reden voor het onderscheid dat door de Commissie is gemaakt tussen de reclame-uiting van Squirt.nl en de reclame-uiting van PKM. Het door de Commissie gemaakte onderscheid tussen de diensten en de uitingen van PKM en Squirt.nl is onjuist, vergezocht, gekunsteld, discriminerend en in strijd met artikel 10 lid 1 EVRM. De Commissie had de onderhavige klacht eveneens dienen af te wijzen.

Grief 4

De Commissie overweegt ten onrechte onder sub 5 van haar beslissing dat een onderscheidend element is dat de reclame plaatsvindt op een (groot) billboard, dat uit haar aard statisch is, waardoor de uiting, anders dan in dossier 2015/00863, veel indringender overkomt dan op een doek achter een vliegtuig. Het is onjuist, niet aannemelijk gemaakt, laat staan bewezen, dat de gewraakte uiting veel indringender overkomt dan een doek achter een vliegtuig, alleen al gelet op het feit dat ook tegen de 'webcamsex' reclame door het reclamevliegtuig veel klachten zijn ingediend. Verder was het reclamevliegtuigje even onverhoeds en onontkoombaar voor een algemeen publiek. PKM stelt dat een bewegende reclame even indringend is, zeker wanneer een flink deel van het algemene publiek zich in rust bevindt, zoals op het strand. Bovendien geldt dat de in grief 3 bedoelde poster van Squirt.nl op het station Rotterdam Blaak hing, derhalve midden in de bebouwde kom en op een plaats waar uitsluitend voetgangers komen en een deel van

het publiek ook nog staat te wachten, bijvoorbeeld op de trein. Dat is in de woorden van de Commissie statisch en indringend. Verder waren de posters geplaatst op stations in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Hierdoor werd een algemeen publiek onverhoeds en onontkoombaar met de Squirt.nl uiting geconfronteerd en reclame gemaakt voor een erotische dienst. PKM stelt dat de reclame van Squirt.nl, die stond op plaatsen waar uitsluitend een algemeen (deels jeugdige) publiek van voetgangers staat te wachten of langs komt, indringender is, waarbij men onverhoeds en onontkoombaar wordt geconfronteerd met een erotische dienst dan op plaatsen waar vrijwel uitsluitend fietsers en auto's langs de uiting rijden.

Grief 5

De Commissie overweegt ten onrechte onder sub 6 van haar beslissing dat sprake is van een groot billboard geplaatst tussen een doorgaande weg en een fietspad, en dat een deel van het verkeer, waaronder fietsers en minderjarigen, noodgedwongen op zeer korte afstand het billboard passeren waardoor sprake is van een zodanig intense en onwenselijke confrontatie van het (deels jeugdige) publiek met de uiting voor 'webcamsex', dat de grenzen van het toelaatbare zijn overschreden. Er stonden drie borden langs de Amerikaweg in Zoetermeer. Uit Productie C, 2e blad, blijkt dat het daar bedoelde bord gewoon langs een autoweg staat waar geen fietsers komen. Uit de foto op het 3e blad blijkt ook dat bij dat bord geen fietspad is. Uit de foto op het 4e blad blijkt dat het daar wel gaat om een billboard langs een fietspad. PKM verzoekt het College al deze borden bij de beoordeling te betrekken. De borden zijn geplaatst in de openbare, publieke ruimte. De Commissie maakt geen onderscheid tussen volwassenen en kinderen. Zoals hiervoor aan de orde is gekomen waren de posters van Squirt.nl (ook) onontkoombaar voor een algemeen publiek (waaronder minderjarigen). Op stations, eveneens openbare ruimtes, zijn voorts geen auto's en fietsers, maar uitsluitend voetgangers (waaronder minderjarigen). Voor voetgangers is de confrontatie indringender en statischer dan voor fietsers en auto's die een reclamebord (uiteraard) sneller passeren dan voetgangers. In de zaken waarover de Commissie eerder positief oordeelde ter zake reclame-uitingen van PKM voor 'webcamsex' waren de uitingen eveneens onontkoombaar, ook ten aanzien van kinderen. Het betrof in de eerste plaats een billboard langs de A4 met een formaat van 12 bij 9 meter, terwijl het billboard waarover nu is geklaagd slechts een formaat van 3,32 bij 2,36 meter heeft. In die eerdere zaak werd door de Commissie niet gerept over indringendheid of over het feit dat een algemeen publiek onverhoeds en onontkoombaar met de uiting voor een erotische dienst werd geconfronteerd. Een algemeen publiek duidt op volwassenen en kinderen. Het is onjuist, alsmede niet of onvoldoende gemotiveerd, dat de huidige reclame van PKM intenser of onwenselijker is. De huidige reclame-uiting is bovendien minder onverhoeds, minder onontkoombaar en minder intens dan de posters voor Squirt.nl op stations.

Grief 6

De Commissie oordeelt onder sub 6 van de beslissing ten onrechte dat sprake is van een dusdanige confrontatie met de onderhavige uiting dat een aanbeveling noodzakelijk is ter bescherming van de in artikel 10 lid 2 EVRM genoemde goede zeden. De Commissie overweegt ten onrechte dat in de gegeven omstandigheden sprake is van een zodanig intense en onwenselijke confrontatie van het (deels jeugdige) publiek met de uiting voor webcamsex dat de grenzen van het toelaatbare zijn overschreden en de reclame-uiting in strijd is met het bepaalde in artikel 2 Nederlandse Reclame Code (NRC) voor zover het betreft de beoordeelde locatie. Onbegrijpelijk is, gelet op vorengaande, dat de Commissie een beroep doet op art. 10 lid 2 EVRM. In feite oordeelt de Commissie daarmee dat de uiting onrechtmatig is in tegenstelling tot de eerdere reclame-uitingen van PKM en Squirt.nl waarbij de klachten zijn afgewezen. Dat is onhoudbaar wegens het ontbreken van verschillen. De onrechtmatigheid zou de plaats van de uiting zijn, gelet op de wijze waarop het algemene publiek geconfronteerd wordt met de uiting. Hieruit valt op te maken dat de uiting in beginsel niet onrechtmatig is en dus toegestaan, alleen niet op de specifieke plaats. Door de plaats zou er sprake zijn van een zodanige intense en onwenselijke confrontatie met reclame voor webcamsex dat de grenzen van het toelaatbare zijn overschreden. De Commissie stelt derhalve dat de reclame op die plek onrechtmatig is. Onbegrijpelijk, niet (voldoende) gemotiveerd en onjuist is dat thans blijkbaar sprake zou zijn van een intensere en zelfs onwenselijker confrontatie dan in eerder genoemde zaken. De locatie zou het verschil maken tussen rechtmatig en niet rechtmatig. Ten onrechte neemt de Commissie in haar beslissing daarbij niet of onvoldoende de volgende feiten en omstandigheden mee:

de afbeelding op de reclame uiting toont slechts het hoofd van een model en geen naakt, in de uiting staan verder uitsluitend de naam van de website ('webcamsex.nl') en de woorden "Nu: 10,- euro gratis/ credits", de uiting roept niet op tot het verrichten van seksuele handelingen, maar maakt (toegestane) reclame voor de website en biedt een (toelaatbaar) financieel voordeel voor de consument, de uiting is terughoudend vergeleken met de dossiers waarin de klachten zijn afgewezen, de uiting is minder of even onverhoeds, intens en onontkoombaar als de toegestane uitingen in de openbare ruimte.

De Commissie betreft in haar oordeel ten onrechte niet eerdere, door PKM genoemde, uitspraken, waaruit blijkt dat reclame-uitingen als de onderhavige mogelijk zijn op abriposters in woonwijken, op billboards en reclamemasten, alsmede op de radio en televisie, terwijl deze uitingen ook mogelijk zijn als kinderen (minderjarigen) er onverhoeds en ongewild mee geconfronteerd worden. De bestreden beslissing is in strijd met alle voornoemde uitspraken, alsmede in strijd met de uitspraak inzake Squirt.nl. Hierdoor is sprake van strijd met de rechtszekerheid. PKM mocht op grond van de uitspraken in de eerdere dossiers erop vertrouwen dat de Commissie de onderhavige klacht zou afwijzen. De uitingen van PKM zijn

bovendien, in tegenstelling tot veel reclames in voornoemde uitspraken, niet erotisch prikkelend of (seksueel) uitdagend. De vrijheid van meningsuiting dient te prevaleren. Ten onrechte heeft de Commissie de klachten toegewezen.

De mondelinge behandeling

PKM heeft haar standpunt mondeling doen toelichten mede aan de hand van een overgelegde notitie. In aanvulling hierop wordt onder meegedeeld dat PKM voorafgaand aan het plaatsen van de posters een "prohibition check" heeft gedaan. Dat houdt in dat wordt gecontroleerd of de uitingen zich op een bepaalde afstand van 'gevoelige locaties', zoals scholen, bevinden. Deze locaties zijn dezelfde als bij reclame voor alcoholhoudende dranken. Daarbij wordt ook gelet op het commerciële belang van de exploitant van de billboards. De uiting bereikt een algemeen publiek. De doelgroep bestaat voor ongeveer 80% uit volwassen mannen. Enkele posters zijn naar aanleiding van klachten voortijdig verwijderd. Het is duidelijk dat sommigen aanstoot nemen aan de poster. Adverteerder probeert daarmee rekening te houden. De meeste billboards met de onderhavige poster stonden langs rondwegen.

Het oordeel van het College

1. De grieven houden in de eerste plaats in dat de Commissie op grond van onjuiste feiten en een onjuiste perceptie van de klacht tot haar beslissing is gekomen, waarbij volgens PKM uit onderdelen van de beslissing blijkt dat sprake was van vooringenomenheid van de Commissie. De overige grieven bestrijden het oordeel van de Commissie dat de poster waartegen de klacht is gericht, niet geschikt is om geopenbaard te worden op de desbetreffende locatie(s), waardoor de uiting in strijd is met artikel 2 NRC. De grieven lenen zich voor gezamenlijke behandeling.
2. De inleidende klacht komt in essentie erop neer dat de uiting niet geschikt is voor publicatie in het straatbeeld omdat deze "seksueel getint" is. Dit kan, zoals de Commissie terecht heeft gedaan, aldus worden opgevat dat geïntimeerde de uiting wegens zijn plaatsing in strijd acht met de goede smaak en het fatsoen als bedoeld in artikel 2 NRC. De Commissie is derhalve uitgegaan van het juiste toetsingskader, te weten 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 PKM. Dit uitgangspunt brengt mee dat PKM kan worden aanbevolen om niet langer op de onderhavige wijze reclame te maken, indien dat noodzakelijk is in verband met 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 gevrijwaard te blijven van de onderhavige uiting als een beroep op deze belangen.
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 onder andere 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, ECLI:NL:XX:2012:BX9103 par. 61-62, NJ 2014, 319).

4. De bestreden reclame-uiting betreft een poster met daarop de foto van een vrouw die de voorbijganger aankijkt, waarbij zij geen specifieke gezichtsexpressie toont. Zij is te zien vanaf borsthoogte en is gekleed. De uiting vermeldt rechtsboven in een groot rond gekarteld kader "Nu € 10,- gratis credits". Aan de onderzijde van de uiting is over de gehele breedte in een zeer groot lettertype en in een contrasterend rood kader het woord 'webcamsex.nl' vermeld. Dit kader en het woord 'webcamsex.nl' beslaan bijna een kwart van de uiting. Het College begrijpt dat de klacht in het bijzonder het woord "webcamsex.nl" betreft, nu dit woord blijkens de klacht duidelijk maakt dat het om een uiting van erotische aard gaat en de verdere inhoud van de uiting, te weten de foto van de vrouw en het geadverteerde tegoed, in dat licht dienen te worden gezien.

5. Het College oordeelt dat de vermelding "webcamsex.nl" sterk in het oog springt. Dit is het gevolg van het zeer grote lettertype en het feit dat dit woord in een opvallend en contrasterend rood kader is geplaatst over de volle breedte van de uiting, dat bovendien een aanzienlijk deel van de uiting bestrijkt. De vermelding "webcamsex.nl" omschrijft daarbij op de meest kernachtige manier de inhoud van de dienstverlening en verwijst tevens direct naar de gelijknamige website van PKM waar de dienst wordt aangeboden. Bij waarneming van de uiting is daardoor onmiddellijk duidelijk wat het karakter van de dienst is, te weten commerciële online erotische dienstverlening in de vorm van 'webcamsex'. De uiting is onmiskenbaar bedoeld als aanprijzing van deze dienst.

6. Dat volgens PKM Hof Amsterdam 24 mei 2012, ECLI:NL:GHAMS:2012: BW7937 de dienst als een 'vermakelijkheidsdienst' heeft getypeerd, doet in dit verband niet ter zake. Deze terminologie is slechts van belang in verband met btw-heffing. Het publiek dat de uiting ziet zal deze bovendien niet opvatten als aanprijzing van een 'vermakelijkheidsdienst' maar als aanprijzing van de online erotische dienst 'webcamsex', te weten een dienst waarbij men via internet tegen inwisseling van (deels gratis) credits erotisch bedoeld contact kan hebben met een andere persoon waarbij gebruik wordt gemaakt van een webcam.

7. De aanprijzing van 'webcamsex' als zodanig zal niet door iedereen worden gewaardeerd en door sommigen, zoals blijkt uit de onderhavige klacht en uit de klachten waarin tegelijk met deze zaak uitspraak wordt gedaan, schokkend of anderszins onwenselijk worden geacht. Het College acht

het aannemelijk dat het op zo opvallende wijze adverteren met het woord 'webcamsex.nl' deze bezwaren versterkt. Dit woord is door zijn zeer grote formaat en het feit dat het in een opvallend rood kader is geplaatst, visueel een dominant element van de uiting. Het ligt voor de hand dat naarmate in reclame het seksuele karakter van de aangeprezen dienst explicieter en nadrukkelijker tot uitdrukking wordt gebracht, de uiting eerder op maatschappelijke bezwaren zal stuiten dan indien dit karakter minder expliciet of minder nadrukkelijk uit de uiting blijkt. Of voor de onderhavige dienst buitenreclame mag worden gemaakt met het groot en opvallend weergegeven woord 'webcamsex.nl', hangt echter mede af van de specifieke omstandigheden van het geval, waarbij de in de toelichting van artikel 2 NRC genoemde aspecten per soort locatie dienen te worden meegewogen. Daarbij geldt onder meer dat naarmate het verkeer dat de uiting passeert zich in het algemeen langzamer voortbeweegt (bijvoorbeeld door de aanwezigheid van fiets- en voetpaden) en de afstand waarop dat verkeer de uiting passeert korter is, de confrontatie met de aanprijzing van 'webcamsex' intenser is dan als het verkeer op hoge snelheid en op relatief grote afstand de uiting passeert.

8. Met betrekking tot de soort locatie stelt PKM gemotiveerd dat de Commissie van een onjuiste locatiefoto is uitgegaan. Dit onderdeel van grief 1 treft doel. Blijkbaar heeft de Commissie de klacht abusievelijk beoordeeld aan de hand van een foto van een locatie in Amsterdam, terwijl de klacht op Zoetermeer betrekking heeft en geïntimeerde bij de klacht niet zelf een locatiefoto heeft overgelegd. Dit is, evenmin als het overige dat PKM stelt in het kader van grief 1, overigens voldoende om te oordelen dat de Commissie vooringenomen was bij het nemen van haar beslissing. Grief 1 wordt om die reden verworpen met uitzondering van hetgeen PKM stelt over de juiste locatiefoto.

9. PKM heeft in beroep drie foto's van de volgens haar juiste locaties overgelegd en verzoekt het College aan de hand daarvan de klacht (opnieuw) te beoordelen. Uit deze foto's blijkt dat sprake is van drie billboards die destijds volgens PKM de onderhavige poster toonden op verschillende locaties naast, kennelijk, een rondweg in of nabij Zoetermeer. Op twee plaatsen is alleen een autoweg te zien en passeren dus kennelijk uitsluitend automobilisten, en op één plaats is een autoweg met daarnaast een fietspad zichtbaar, waar dus zowel automobilisten als fietsers het billboard passeren. Op één foto is een snelheidsbord met '50' te zien. Op de andere foto's is geen maximum snelheid te zien. Het College gaat er evenwel van uit dat ook op die locaties sprake is van een maximumsnelheid van 50 km/u of een snelheid die niet dusdanig veel hoger is dat dit tot een andere, minder indringende waarneming door automobilisten leidt. De uiting wordt niet dusdanig snel gepasseerd dat daarmee slechts vluchtig visueel contact plaatsvindt. Dit geldt in sterkere mate voor de locatie waar ook fietsers de uiting op korte afstand van het billboard passeren.

10. PKM heeft ter zitting gesteld dat zij voor de onderhavige campagne een zogenaamde 'prohibition check' heeft gedaan, hetgeen volgens haar inhoudt dat wordt gecontroleerd of de billboards zich op een bepaalde afstand van 'gevoelige locaties' zoals scholen bevinden en geschikt zijn voor de soort locatie. Zij heeft deze criteria niet overgelegd

en de concrete toepassing daarvan niet toegelicht, zodat het College daarmee verder geen rekening kan houden.

11. Het College acht ten aanzien van de soort locaties die op de door PKM overgelegde foto's zijn te zien, de confrontatie van de uiting met automobilisten onverhoeds, onvermijdelijk en intens. Men passeert op die locaties de uiting immers telkens op een afstand van enkele meters met, blijkens het voorgaande, een snelheid waarbij men indringend met het woord 'webcamsex.nl' wordt geconfronteerd. Dit woord trekt de aandacht en zal bij de passant kunnen leiden tot een ongewenste confrontatie doordat het opzichtig en uitdrukkelijk naar dienstverlening van seksuele aard verwijst. Dit alles geldt in nog sterkere mate voor locaties waar de uiting naast een fiets- of voetpad staat, voor zover het gaat om passerend langzaam verkeer. Al dit verkeer wordt op deze wijze geconfronteerd met een zeer grote en in het oog springende vermelding van het woord 'webcamsex.nl'.

12. Het op deze wijze op locaties als de onderhavige zo expliciet en uitdrukkelijk aan een algemeen publiek aanprijzen van 'webcamsex' kan niet in overeenstemming worden geacht met de goede smaak en het fatsoen. Het College acht het aanmerkelijk dat een aanmerkelijk deel van de passanten ernstige bezwaren zal hebben tegen het feit dat zij op deze indringende wijze met een uiting voor een online erotische dienst worden geconfronteerd. De reclame gaat om die reden de grens van hetgeen maatschappelijk toelaatbaar dient te worden geacht te buiten, waardoor, rekening houdend met de klacht en de beoordelingsmarge in deze zaak, een aanbeveling noodzakelijk is. Het oordeel in deze procedure betekent dat PKM wordt aanbevolen de onderhavige poster niet meer te openbaren op locaties van het soort waarvan zij foto's heeft overgelegd. Er is dus geen sprake van een algehele beperking van de vrijheid van PKM op het maken van reclame (vgl. EHRM 13 juli 2012 ECLI:NL:XX:2012:BX9103, par. 58). De verwijzing door PKM naar andere zaken, waaronder Squirt.nl, leidt ten aanzien van de onderhavige uiting niet tot een andere afweging en een ander oordeel. De overige grieven treffen evenmin doel en hoeven geen verdere bespreking. Op grond van het voorgaande bevestigt het College het oordeel van de Commissie, met enige wijziging van gronden, nu de Commissie is uitgegaan van een onjuiste locatiefoto. Derhalve wordt beslist als volgt.

De beslissing van het College van Beroep

Het College bevestigt de bestreden beslissing met enige wijziging van gronden.

[Hieronder volgt de beslissing waartegen beroep is ingesteld]

De Reclame Code Commissie [15 juli 2016]

De bestreden reclame-uiting

Het betreft het billboard waarop het gezicht, hals en schouders van pornoactrice Bobby Eden zijn afgebeeld en in grote letters de tekst staat: "webcamsex.nl". Aan de rechterzijde van de uiting staat: "Nu: 10,- euro gratis! credits".

De klacht

Klaagster is geschokt door de seksueel getinte reclame die regelmatig te zien zijn op de billboards langs de Amerikaweg in Zoetermeer waar zij regelmatig met haar kinderen rijdt. Klaagster heeft een foto overgelegd van één van de billboards met reclame voor webcamsex en is geschokt dat in een tijd waarin we de jeugd willen beschermen tegen lover boys en cybersex, voor ieders oog reclame wordt gemaakt voor deze branche door middel van een groot opvallend reclame bord waar ook kinderen dagelijks mee in aanraking komen.

Het verweer

Het (algemene) verweer wordt als volgt samengevat.

Webcamsex.nl is een website waarop een (erotische) vermaakelijkheidsdienst wordt aangeboden. Op de website staat onderaan de waarschuwendende tekst: "Bescherm uw kinderen tegen Adult Content met netnanny/cyberpatrol/cyber-sitter". De website is hiertoe voorzien van het "Restricted To Adults" (RTA) website label, waardoor elk internetfilter de site zal tegen houden voor ongewenst bezoek.

Gelet op de uitspraken van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep (hierna het College) dienen de klachten te worden afgewezen. Daartoe verwijst adverteerder naar de bij het verweer gevoegde uitspraken met betrekking tot eerdere uitingen van adverteerder. De Commissie oordeelde dat het adverteerder in beginsel is toegestaan om haar website aan te prijzen. Uit de beslissingen in dossier 2015/00507 van de Commissie en het College wijst het College, die de aanbeveling van de Commissie bevestigt, er met name op dat het een afbeelding van een vrijwel naakte vrouw betreft, de uiting op zeer directe wijze oproept tot seksuele handelingen, zonder enige terughoudendheid, op een zeer opvallende wijze en op een plaats waar een algemeen publiek de uiting passeert. De klacht tegen deze uiting werd gegrond verklaard. In dossier 2015/00806 overwoog de Commissie bij haar afwijzing van de klacht dat voldoende terughoudendheid is betracht. De uiting toont het afgebeelde model niet bloot en/of in een seksueel uitdagende pose en suggereert geen seksuele handelingen. Evenmin roept de uiting (...) op zeer directe wijze op tot het plegen van seksuele handelingen, zo besliste de Commissie.

Ook gelet op volgende uitspraken van de Reclame Code Commissie dienen de klachten volgens adverteerder te worden afgewezen:

2007/07271C, 2009/00301 en 2010/00971, 2012/00170 (adverteerder Sapph)
 2007/07.0541B en 2007/07.0541A (adverteerder Esta)
 2008/08.0490 (adverteerder Passie)
 2013/00155 en 2013/00155B (adverteerder Playboy)
 2012/00289, 2012/00289A en 2013/004910 (adverteerder Second Love)
 2014/00535 (adverteerder Willie)

2014/00183, 2015/00079 en 2016/00082 CvB (adverteerder Kamasutra)
2014/00578B (adverteerder Radio 538)

Daaruit blijkt – zo concludeert adverteerder – dat reclame uitingen:

zelfs erotisch prikkelend en uitdagend mogen zijn (Esta, Passie, Sapph, Playboy, Second Love, Willie.nl, Kamasutrabeurs, Suitsupply, Radio 538); dergelijke reclame-uitingen zowel mogelijk zijn op abriposters in woonwijken e.d. (Esta, Playboy, Kamasutrabeurs), billboards en reclamemasten (Passie, Sapph en Kamasutrabeurs); ook mogelijk zijn als kinderen (minderjarigen) er onverhoeds en ongewild mee geconfronteerd worden ((Esta, Passie, Sapph, Playboy, Second Love, Willie.nl, Kamasutrabeurs, Suitsupply, Radio 538) en ook mogelijk zijn voor erotische producten of diensten die niet voor minderjarigen bedoeld zijn (Passie, Sapph, Playboy, Second Love, Willie.nl, Kamasutrabeurs).

Voorts verwijst adverteerder naar de volgende bij haar verweer gevoegde beslissingen.

In dossier 2015/00863 betrof het een klacht tegen een reclamesleepvlucht waarbij het vliegtuig 's middags een doek sleepte met daarop in grote letters de tekst "webcamsex.nl". De voorzitter wees de klacht, dat kinderen en tieners de uiting lezen, af, verwees naar de uitspraak in de zaak met nummer 2015/00806 en merkte daarbij op dat in die uitspraak het een confrontatie met reclame in de openbare ruimte betrof waaraan men zich niet kon onttrekken en dat dit aspect uitdrukkelijk is meegewogen door de Commissie en daarin geen aanleiding is gezien de uiting ontoelaatbaar te achten.

Adverteerder verwijst vervolgens naar een uitspraak van de Commissie inzake een poster van Squirt.org (2015/01112). Op deze poster staan twee mannen met ontbloot bovenlijf en onder meer de tekst "get 1 year free!". De Commissie heeft de klacht afgewezen omdat naar haar oordeel voldoende terughoudendheid is betracht, geen sprake is van een seksueel uitdagende pose en geen seksuele handelingen worden gesuggereerd. Reeds op deze grond dienen de huidige tegen de billboards (met daarop slechts het gezicht van Bobbi Eden) gerichte klachten te worden afgewezen. Voorts lijkt de zinsnede "nu 10 euro gratis! credits" op de zinsnede "get 1 year free!" op de poster van Squirt.org.

Adverteerder stelt verder dat de klacht uitdrukkelijk niet de afbeelding (van het gezicht van Bobbi Eden), noch te tekst: "nu 10 euro gratis! credits" betreft. Wat overblijft is dat er op de uiting in grote letters staat: webcamsex.nl. Uit alle voornoemde uitspraken is op te maken dat reclame voor webcamsex is toegestaan, waaronder de confrontatie met deze reclame (in zeer groot formaat) in de openbare ruimte, waar men (volwassenen en kinderen) zich niet aan kan onttrekken. De reclame-uitingen van adverteerder zijn bovendien door de exploitant onderworpen aan een "prohibition-check" en de

plaatsing is zorgvuldig door hen gekozen. Zo zal dit soort reclame nooit worden geplaatst op schoolboards (op scholen).

Toegespitst op de klacht van klagster voert adverteerder aan dat uit de hiervoor genoemde uitspraken is gebleken dat (a) reclame (erotisch) prikkelend en uitdagend mag zijn, onder meer op (b) billboards, reclamemasten, radio en televisie en ook mogelijk zijn als (c) kinderen (minderjarigen) er onverhoeds en ongewild mee geconfronteerd worden, ook (d) voor erotische producten of diensten die niet voor minderjarigen bedoeld zijn. Ook gelet op de uitspraak inzake de reclamemast met Kelly (2015/00806) dient deze klacht te worden afgewezen. Dit zeer grote billboard voor webcamsex was twee weken lang, dag en nacht, zichtbaar voor (miljoenen) volwassenen en kinderen. De beslissing inzake de reclamesleepvlucht(en) volgt dezelfde lijn (2015/00863). Adverteerder heeft voorts (mede gelet op voornoemde uitspraken) genoeg terughoudendheid betracht bij de onderhavige uiting door daartoe uitsluitende de letters van haar website, het gezicht van Bobbi Eden en een gratis bedrag aan credits weer te geven.

De mondelinge behandeling

Het standpunt van adverteerder is gehandhaafd en nader toegelicht, mede aan de hand van een pleitnotitie. Adverteerder heeft in 2016 gekozen voor reclame op kleinere billboards en (nog) meer terughoudende reclame. Daarbij is meegedeeld dat het bestreden billboard (evenals de andere van de campagne deel uitmakende billboards langs snelwegen) op 28 april 2015, na de gebruikelijke periode van 14 dagen, is verwijderd. Ook voordien zijn enkele billboards naar aanleiding van klachten ertegen verwijderd. Adverteerder deelt mee dat in totaal 20 van de 200 borden (in Nederland) naar aanleiding van klachten zijn verwijderd.

Het oordeel van de Commissie

1. De Commissie neemt tot uitgangspunt dat het adverteerder in beginsel toegestaan is de door haar geëxploiteerde website webcamsex.nl aan te prijzen. Daaraan doet niet af dat tegen deze dienst morele of andere bezwaren kunnen bestaan. De Commissie beoordeelt niet de bestaande dienst op zich, maar toetst of de wijze waarop daarvoor reclame wordt gemaakt in overeenstemming is met de bepalingen van de NRC. Daarbij kan (de aard van) de aangeprezen dienst wel een rol spelen.

2. Klagster maakt – kort gezegd – bezwaar tegen de onderhavige reclame voor webcamsex.nl op een billboard omdat iedereen, ook minderjarigen, onverhoeds en ongewild geconfronteerd wordt met deze in de publieke ruimte geopenbaarde uiting van zeer groot formaat waarin door de afbeelding en tekst duidelijk reclame wordt gemaakt voor een erotische dienst, die niet voor minderjarigen is bedoeld, en wordt aangezet tot het verrichten van seksuele handelingen, te meer nu in de uiting 10 euro gratis "credits" worden aangeboden. De Commissie vat deze bezwaren aldus op dat klagster het billboard in strijd acht met de goede smaak en/of het fatsoen als bedoeld in artikel 2 NRC.

3. 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 overschrijft. Hierbij wordt, zoals vermeld in toelichting bij artikel 2 NRC, mede rekening gehouden met de wijze waarop de uiting is geopenbaard en het effect dat de uiting daardoor op het publiek heeft. 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. Hierbij dienen onder meer de frequentie waarmee men de uiting ziet en de situering van de uiting te worden meegewogen. Met inachtneming van voornoemde terughoudendheid en rekening houdend met het feit dat de onderhavige uiting een aan de openbare weg geplaatst reclamebord van groot formaat betreft, overweegt de Commissie als volgt.

4. Op de in de gemeente Zoetermeer geplaatste billboards, waarvan klager één foto heeft overgelegd die is genomen op de hierna te omschrijven locatie, wordt reclame gemaakt voor webcamsex.nl door middel van een afbeelding van de als pornoactrice bij het publiek bekende Bobbi Eden gecombineerd met de in zeer grote letters weergegeven tekst "webcamsex.nl" en in minder grote letters maar opvallend: "Nu: 10,- euro GRATIS! credits". De uiting betreft specifiek de aanprijzing van de erotische dienst van adverteerder die er kennelijk uit bestaat om "webcamsex" aan te bieden met (onder meer) Bobbi Eden. Door de grootte van de billboards en van de tekst "webcamsex" zal passant de uiting niet ontgaan en hen wijzen op het feit dat specifiek reclame wordt gemaakt voor een erotische dienst, te weten een vorm van seks op commerciële basis.

5. De combinatie van de woorden "webcam" en "seks" in de domeinnaam waarvoor reclame wordt gemaakt, beschrijft (expliciet) in essentie de aard van de aangeboden erotische dienst. Deze dienst betreft webcamseks, dat een vorm van betaalde erotische dienstverlening via internet is. Voor de gemiddelde consument is duidelijk dat het om een vorm van erotische dienstverlening gaat, reeds door het element "sex" in de domeinnaam. De tekst "Nu: 10,- euro GRATIS! credits" wijst op het betaalde karakter van deze dienst en draagt bij aan de aanprijzing daarvan nu deze onmiskenbaar is bedoeld om een financieel voordeel voor de consument tot uitdrukking te brengen. De consument wordt door de uiting opgevoerd gebruik te maken van de aangeboden seksuele dienstverlening. In feite roept de uiting daarmee op directe wijze op tot het verrichten van seksuele handelingen. Dit is anders dan bij de uiting in het door adverteerder genoemde dossier 2015/01112 (Squirt.org), waarbij alleen de mogelijkheid werd geboden om mensen te ontmoeten en er geen sprake was van een directe oproep tot seksuele handelingen middels een betaalde erotische dienstverlening was. Bij de onderhavige oproep is dit wel het geval. Deze vindt plaats op een (groot) billboard, dat uit haar aard statisch is, waardoor de uiting, anders dan in dossier 2015/00863, veel indringender overkomt dan op een doek achter een vliegtuig. Deze oproep gebeurt blij-

kens de door klager overgelegde uiting, ook anders dan in de eerdere zaken waarnaar adverteerder verwijst, waaronder dossier 2015/00806 (Kelly) waarin het een billboard langs de snelweg betrof, blijkbaar binnen of nabij de bebouwde kom. De Commissie zal beoordelen of de onderhavige uiting op de specifieke locatie waarvan de uiting is overgelegd in overeenstemming is met artikel 2 NRC. De onder 3. bedoelde toets dient immers in een geval als het onderhavige per locatie waarop de klacht betrekking heeft te worden uitgevoerd. Dit impliceert overigens dat de Commissie niet kan oordelen over de overige locaties binnen de gemeente Zoetermeer waar de uitingen zijn geopenbaard, nu hiervan geen foto's zijn overgelegd. Uitgaande van dit alles oordeelt de Commissie als volgt.

6. De door klager overgelegde foto toont een groot billboard met de onderhavige reclame-uiting, op een staander met verlichting, geplaatst tussen een doorgaande weg en een fietspad in Zoetermeer. Het billboard domineert door zijn grote omvang het straatbeeld ter plaatse. Een deel van het verkeer, waaronder fietsers en minderjarigen, zal noodgedwongen op zeer korte afstand het billboard passeren. De Commissie oordeelt, rekening houdend met de klacht en de beoordelingsmarge die in deze zaak bestaat, dat door het voorgaande sprake is van een dusdanige confrontatie met de onderhavige uiting, dat een aanbeveling noodzakelijk is ter bescherming van de in artikel 10 lid 2 EVRM genoemde goede zeden. In de gegeven omstandigheden is immers blijkens het voorgaande sprake van een zodanig intense en onwenselijke confrontatie van het (deels jeugdige) publiek met de uiting voor webcamseks, dat de grenzen van het toelaatbare zijn overschreden.

7. Op grond van het voorgaande is de Commissie van oordeel dat de bestreden reclame-uiting in strijd is met het bepaalde in artikel 2 NRC voor zover het betreft de hiervoor omschreven locatie. Daarom wordt als volgt beslist.

De beslissing van de Reclame Code Commissie

De Commissie acht de reclame-uiting in strijd met artikel 2 NRC voor zover deze is geopenbaard op de locatie die op de door klager overgelegde uiting is te zien. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Regeling: NRC art. 2 (goede smaak en fatsoen)

Noot

RCC en CvB oordelen de laatste tijd opvallend streng in zaken over goede smaak en fatsoen, met deze zaak als voorlopig hoogtepunt (of dieptepunt – smaken verschillen tenslotte).

De beoordeelde reclame-uiting is een billboard met daarop tv-persoonlijkheid annex knuffelpornoster Bobbi Eden met daaronder in vette letters en in rood kader "WEBCAMSEX.NL". Aan de rechterzijde van de uiting staat enigszins cryptisch: "Nu: € 10,- GRATIS! credits". Veel geblondeerd haar en een stoere, mild-zwoele blik van Bobbi die het CvB onbewogen typeert als "geen specifieke gezichtsexpressie". De uiting bevat geen naakt. Geen seksualiteit of seksueel uitdagende

pose. Puur visueel had dit een reclame kunnen zijn voor een (goedkope) sportschoolketen of een (goedkoop) parfum.

Toch kan deze reclame volgens het CvB op bepaalde locaties niet door de beugel. Daarbij is het enkele woord “webcamsex” de grote boosdoener. Met dat woord wordt immers dienstverlening van seksuele aard geïmpliceerd. Een onverhoedse, onvermijdelijke en intense confrontatie van een algemeen publiek met het groot afgedrukte woord webcamsex (en dus met reclame voor seksuele diensten) is een no-go. De uiting gaat over de schreef op locaties waar het publiek de uiting relatief langzaam en op kleine afstand passeert (i.e. billboards langs een rondweg met maximumsnelheid 50km/h en al helemaal: langs een fietspad). Het CvB bevestigt het oordeel van de RCC dat de reclame-uiting strijdig is met de goede smaak en het fatsoen, voor zover de uiting wordt geopenbaard op een dergelijke locatie.

RCC en CvB hebben in dit soort smaken-verschillenzaken geen makkelijke taak. Beoordeeld moet worden of de uiting in het concrete geval *naar de huidige maatschappelijke opvattingen* de grenzen van het toelaatbare te buiten gaat. De maatschappelijke opvattingen vormen het richtsnoer voor het oordeel – niet de persoonlijke opvattingen van klagers of de leden van RCC en CvB. Een 100% zuivere beslissing zou dus een perfect begrip en 1-op-1 doorvertaling van het Nederlands maatschappelijk sentiment vergen. Dat is onmogelijk – de maatschappelijke opvattingen zijn per definitie diffuus. Het gebrek aan een betrouwbaar ijkpunt maakt dat een oordeel over goede smaak en fatsoen tot stand komt met gebruikmaking van beredeneerde *aannames* over gedeelde Nederlandse fatsoensnormen. Daarin zit een flinke subjectiviteitsmarge – smaken verschillen – waardoor klachten met terughoudendheid moeten worden beoordeeld.

Ook adverteerders van erotische producten en diensten moeten terughoudend zijn. De vaste lijn in de beslissingen van RCC en CvB was dat adverteren voor legale erotische producten en diensten mag, want legaal aanbod moet kunnen worden aangeprezen, maar het moet allemaal wel een beetje terughoudend.² Dat terughoudendheidvereiste had betrekking op de *vorm* van de reclame; een directe oproep tot het plegen van seksuele handelingen gaat te ver, net als naakt en seksueel uitdagende poses.

De RCC motiveert in deze zaak nog in de traditionele lijn: het billboard roept volgens de commissie op directe wijze op tot het verrichten van seksuele handelingen, en dat lijkt de balans te doen overslaan (r.o. 5 RCC). Ik vind het opmerkelijk dat het CvB deze overweging niet overneemt en zijn oordeel uitsluitend motiveert op basis van het woord “webcamsex.nl”. Het CvB heeft geen “directe oproep tot seksuele handelingen” nodig om tot een toewijzing van de klacht te komen. Het prominent adverteren van het woord webcamsex.nl is al genoeg, omdat dit woord seksuele diensten impliceert. Eigenlijk zegt het CvB: reclame voor seksuele diensten mag op bepaalde lo-

caties niet opvallend zijn, hoe decent de uiting er overigens ook uitziet. Dat neigt naar het aan banden leggen van reclame voor een hele categorie producten en diensten, ongeacht de vorm.

Is het woord webcamsex.nl werkelijk zo oneerbaar dat het niet groot zou mogen worden geadverteerd langs een fietspad? De motivering die het CvB geeft vind ik mager. Het aanprijzen van webcamsex.nl zal volgens het CvB:

“niet door iedereen worden gewaardeerd en door sommigen, zoals blijkt uit de onderhavige klacht en uit de klachten waarin tegelijk met deze zaak uitspraak wordt gedaan, schokkend of anderszins onwenselijk worden geacht.”

Hier verwijst het CvB in feite terug naar de klachten; de klagers vinden het woord schokkend of anderszins onwenselijk. Een open deur, en geen zuivere redenering voor het vaststellen van onbetamelijke, want de klachten kunnen niet de graadmeter vormen van de maatschappelijke opvattingen. Toch bouwt het CvB verder op deze vaststelling:

“Het College acht het aannemelijk dat het op zo opvallende wijze adverteren met het woord ‘webcamsex.nl’ deze bezwaren versterkt”.

Eens, de bezwaren van klagers zullen worden versterkt, maar de kernvraag of *wij als maatschappij* het adverteren voor een legale erotische dienst met het woord webcamsex.nl bezwaarlijk vinden blijft onbeantwoord. Het CvB voegt toe:

“Het ligt voor de hand dat naarmate in reclame het seksuele karakter van de aangeprezen dienst explicieter en nadrukkelijker tot uitdrukking wordt gebracht, de uiting eerder op maatschappelijke bezwaren zal stuiten dan indien dit karakter minder expliciet of minder nadrukkelijk uit de uiting blijkt.”

Ook mee eens, maar vooral voor zover bedoeld wordt op uitnodigingen tot het verrichten van seksuele handelingen, naakt en uitdagende poses. Ik betwijfel of het groter of kleiner afdrucken van een woord waaruit het seksuele karakter van de dienst blijkt werkelijk verschil maakt.

In de zomer van 2015 vloog een vliegtuigje langs de kust bij Wijk aan Zee met daarachter een grote sleep met daarop de tekst “WEBCAMSEX.NL”. Een minutenlange opgelegde confrontatie van argeloze badgasten met hetzelfde woord, toch ook tamelijk in het oog springend, en nog wel op een zondag! De hiertegen gerichte klachten werden destijds afgewezen door de voorzitter van de RCC.³

Het CvB breekt nu met de vaste lijn, en oordeelt bijzonder streng. Een eerste stap naar volledige uitbanning van reclame voor seksuele diensten in het straatbeeld?

D. Haije

2 Vgl. RCC 25 augustus 2014, doss. 2014/00535 (radiocommercial Willie.nl).

3 Voorzitter RCC 8 september 2015, doss. 2015/00863/A/B.