

University of Groningen

## Case Note: 2019/00587 (Ossenstaartsoep)

de Jager, Carien

*Published in:*  
 Tijdschrift voor Consumentenrecht & Handelspraktijken

**IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.**

*Document Version*  
 Publisher's PDF, also known as Version of record

*Publication date:*  
 2020

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

*Citation for published version (APA):*  
 de Jager, C. (2020). Case Note: 2019/00587 (Ossenstaartsoep). Casenote over: Reclame Code Commissie, 15/10/2019, 2019/00587 *Tijdschrift voor Consumentenrecht & Handelspraktijken*, 2020(6), 326-329.

### Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

### Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

*Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.*

# Oneerlijke handelspraktijken

Reclame Code Commissie 15 oktober 2019,  
2019/00587 (*Ossenstaartsoep*)  
(Zie de noot onder deze uitspraak.)

- *benaming van voedingsmiddel*
- *misleiding, Teekanne-arrest*

## De bestreden reclame-uiting

Het betreft de verpakking van ‘Unox speciaal klassieke ossenstaart soep met malse stukjes rundvlees, mierikswortel en ui’. In de ingrediëntenlijst staat onder meer dat het product 0,2% ossenstaartvlees bevat alsmede 4,1% rundvleesblokjes.

## De klacht

In de ingrediëntenlijst staat dat er 0,2% ossenstaartvlees in de verpakking zit. Dat is ongeveer 1 gram. Hierdoor smaakt de soep nergens naar. Klager meent dat een ingrediënt dat wordt genoemd in de aanprijzing van een product duidelijk, met hoeveelheid of percentage, op de voorkant van de verpakking moet worden vermeld om ‘volksverlakkerij’ te voorkomen.

## Samenvatting van het verweer

Adverteerder bestrijdt de door klager gelegde relatie tussen de smaak en de hoeveelheid ossenstaartvlees in de verpakking. De bouillon van de soep wordt getrokken op basis van aanzienlijk grotere hoeveelheden, waarbij de bouillon-bepalende bestanddelen voor het maken van de soep, zoals het vlees aan het staartbot (traditioneel geroosterd en uren gestoofd) hun smaak afgeven. Voor zover de consument al enige verwachting zou koesteren van en/of belang zou hechten aan de aanwezigheid van een bepaalde hoeveelheid ossenstaartvlees, informeert de verpakking hem volledig over de hoeveelheid, zodat, overeenkomstig het door adverteerder geschetste juridische kader, van misleiding geen sprake kan zijn. De naam ‘Ossenstaartsoep’ suggereert ook geen bepaalde hoeveelheid ossenstaartvlees in de soep. De afbeelding van de soep op de verpakking toont wel stukjes vlees, maar uit de benaming ‘Klassieke ossenstaartsoep met malse stukjes Rundvlees’ volgt dat dit ‘stukjes Rundvlees’ betreft. Deze worden separaat gedeclareerd in de kwantitatieve ingrediëntendeclaratie op de achterzijde van de verpakking. Ter ondersteuning van haar standpunt verwijst adverteerder naar de beslissingen in de dossiers met nummer 2019/00105, 2019/00211 en 2008/08.0506. Tot slot stelt adverteerder dat een vergelijking met de uitspraken over ‘volkoren’ producten niet opgaat. Bij de gemiddelde consument mag bekend worden verondersteld dat soep het resultaat is van een bereidingsproces met bepaalde smaakmakers die niet noodzakelijkwijze (in herkenbare vorm en/of bepaalde hoeveelheden) in het eindproduct zijn terug te vinden.

## Het oordeel van de voorzitter

1. Uit de klacht blijkt dat klager het misleidend vindt dat de soep op het etiket op de verpakking ‘ossenstaartsoep’ wordt genoemd, nu het percentage ossenstaartvlees 0,2% bedraagt. Bij de beoordeling of een etikettering voor een consument misleidend kan zijn, volgt uit de rechtspraak dat moet worden uitgegaan van de vermoedelijke verwachting van de normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende gemiddelde consument op basis van de volledige uiting (HvJ EG 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, inzake Gut Springenheide). En voorts is het uitgangspunt dat deze gemiddelde consument, wiens beslissing tot aankoop wordt bepaald door de samenstelling van een product, eerst de lijst van ingrediënten leest (HvJ EG 26 oktober 1995, C-51/94, ECLI:EU:C:1995:352). Dat de lijst van de ingrediënten op de verpakking staat, kan anderzijds niet uitsluiten dat de etikettering, in zijn geheel beschouwd, de indruk wekt dat het product een ingrediënt bevat dat het in werkelijkheid niet bevat, wat uitsluitend blijkt uit de lijst van de ingrediënten (HvJ EG 4 juni 2015, C-195/14, ECLI:EU:C:2015:361, inzake Teekanne). Op basis van deze uitgangspunten oordeelt de voorzitter als volgt.

2. De naam van de soep is afgeleid van een ingrediënt dat volgens de ingrediëntenlijst op het etiket in zeer beperkte mate als ‘vlees’ aanwezig is (0,2%). Adverteerder heeft gesteld dat de bouillon van de soep wordt getrokken op basis van aanzienlijk grotere hoeveelheden vlees “waarbij de bouillon-bepalende bestanddelen voor het maken van de soep, zoals het vlees aan het staartbot (traditioneel geroosterd en uren gestoofd), hun smaak afgeven”. Het is de voorzitter niet duidelijk geworden hoe dit betoog van adverteerder zich verhoudt tot het feit dat in de ingrediëntenlijst geen melding wordt gemaakt van bouillon of andere bestanddelen die naar ossenstaartbouillon zouden kunnen verwijzen als basis voor de soep. Dit staat in dit geval niet in de weg aan het gebruik van de naam ‘ossenstaartsoep’. De gemiddelde consument zal op basis van de naam en de productomschrijving van de soep (“Klassieke ossenstaartsoep met malse stukjes rundvlees, mierikswortel en ui”) verwachten dat het een specifiek recept betreft waarbij, zoals hier, in enige mate ossenstaart(vlees) als ingrediënt in het product is verwerkt. Er zijn geen richtlijnen voor het percentage (ossenstaart)vlees dat in de ossenstaartsoep aanwezig dient te zijn om deze soep zo te mogen noemen.

3. Klager meent dat een percentage van 0,2% ossenstaartvlees desalniettemin onvoldoende is om de naam ossenstaartsoep te kunnen rechtvaardigen. De naam ossenstaartsoep zegt echter niets over de hoeveelheid ossenstaartvlees die in het product is verwerkt. Dat op de foto op de verpakking een kop soep is te zien met enkele stukjes vlees, zegt evenmin iets over de hoeveelheid ossenstaartvlees in het product. Dit zijn blijkbaar (mede) de stukjes vlees waarnaar direct boven de foto wordt verwezen (“ossenstaartsoep met malse stukjes rundvlees”). Het product bestaat voor 4,1% uit rundvleesblokjes. Verder maakt de

aanduiding ‘serveersuggestie’ op de voorzijde van de verpakking duidelijk dat de afbeelding niet zonder meer het product in de verpakking weergeeft. Als geheel bestaat het product voor 4,3% uit rundvlees. Nu adverteerder op de verpakking verder niet de indruk wekt dat in de soep een aanzienlijke hoeveelheid ossenstaartvlees is verwerkt, mag zij op grond van het geldende juridische kader de onderhavige soep ‘ossenstaartsoep’ noemen. De gemiddelde consument die de samenstelling van de soep van belang acht, kan in de ingrediëntenlijst de hoeveelheid ossenstaartvlees lezen en op basis daarvan beslissen of hij het product wenst te kopen. Het percentage hoeft niet afzonderlijk op de voorzijde van de verpakking te worden vermeld. Op de voorzijde van de verpakking staan geen expliciete mededelingen over ossenstaartvlees als ingrediënt die een onjuiste, misleidende indruk over de samenstelling van het product zouden kunnen wekken. Om die reden beslist de voorzitter als volgt.

### De beslissing van de voorzitter

Gelet op het bovenstaande wijst de voorzitter de klacht af.

### NOOT

#### 1. Inleiding

Waar ligt de grens tussen verleiding en misleiding als de benaming van een voedingsmiddel de aanwezigheid van een ingrediënt veronderstelt, maar het ingrediënt niet of in zeer beperkte mate in het product aanwezig is? Deze vraag beoordeelde de voorzitter van de Reclame Code Commissie op 15 oktober 2019 met betrekking tot ossenstaartsoep waar slechts 0,2% ossenstaartvlees in zit (ongeveer 1 gram).<sup>1</sup>

In het hiernavolgende zal allereerst de beslissing van de voorzitter van de Reclame Code Commissie (hierna soms ook: RCC) in de *ossenstaartsoep*-uitspraak uiteengezet worden (paragraaf 2). Vervolgens wordt in paragraaf 3 ingegaan op de wet-, regelgeving en jurisprudentie die van belang zijn voor de beoordeling of de benaming van een voedingsmiddel misleidend is. In paragraaf 4 wordt de *ossenstaartsoep*-uitspraak geplaatst in het licht van eerdere uitspraken die de Reclame Code Commissie heeft gedaan over andere productnamen van levensmiddelen. In paragraaf 5 volgt de conclusie.

#### 2. De uitspraak

In 2019 oordeelde de voorzitter van de Reclame Code Commissie over de benaming en verpakking van ‘Unox speciaal klassieke ossenstaartsoep met malse stukjes rundvlees, mierikswortel en ui’ (zie afbeelding). In de ingrediëntenlijst staat dat er 0,2% ossenstaartvlees in de verpakking zit, hetgeen absoluut gezien 1 gram is. Volgens klager is dit ‘volksverlakkerij’ en smaakt de soep nergens naar. Het verweer van adverteerder is in hoofdzaak vierledig. In de eerste plaats betwist adverteerder de klacht over de smaak met het argument dat de bouillon van de soep wordt getrokken op basis van aanzienlijk

grotere hoeveelheden ossenstaartvlees. In de tweede plaats stelt verweerder dat de informatie over de hoeveelheid ossenstaartsoep op de verpakking juist is. Daar komt in de derde plaats volgens verweerder bij dat de verpakking niet de suggestie wekt dat er een bepaalde hoeveelheid ossenstaartvlees in de soep zit. Ten vierde stelt verweerder dat bij de gemiddelde consument bekend mag worden verondersteld dat soep het resultaat is van een bereidingsproces met bepaalde smaakmakers die niet per se herkenbaar of in een bepaalde hoeveelheid terug te vinden zijn in het eindproduct.



De voorzitter van de Reclame Code Commissie volgt in zijn oordeel grotendeels het gevoerde verweer van adverteerder. De RCC stelt in de eerste plaats voorop dat er geen richtlijnen bestaan voor het percentage (ossenstaart)vlees dat in een soep aanwezig moet zijn om die ossenstaartsoep te mogen noemen. Bovendien wekt de verpakking volgens de RCC niet de indruk dat in de soep een aanzienlijke hoeveelheid ossenstaartvlees is verwerkt. De naam ossenstaartsoep zegt namelijk niets over de hoeveelheid ossenstaartvlees die in de soep moet worden verwerkt. Ook suggereert de foto met een kop soep en enkele stukjes vlees op de voorkant van de verpakking evenmin een bepaalde hoeveelheid ossenstaartvlees doordat onder meer boven de foto staat ‘ossenstaartsoep met malse stukjes rundvlees’ en het product voor 4,1% uit rundvleesblokjes bestaat. Omdat de gemiddelde consument die de samenstelling van de soep belangrijk vindt, in de ingrediëntenlijst kan lezen hoeveel ossenstaartvlees er in de soep zit, is er al met al geen sprake van misleiding.

#### 3. Juridisch kader

Het juridisch kader dat van toepassing is op misleidende verpakkingen bestaat in de eerste plaats uit algemene wet- en regelgeving zoals neergelegd in de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken (Richtlijn OHP) en de implementatie daarvan in art. 6:193a tot en met 193j van het Burgerlijk

1. RCC 15 oktober 2019, 2019/00587 (*Unox speciaal klassieke ossenstaartsoep*).

Wetboek.<sup>2</sup> Op grond van deze bepalingen kunnen voedselverpakkingen misleidend en daarmee verboden zijn als er sprake is van onjuiste informatie of een presentatie die de gemiddelde consument bedriegt over bijvoorbeeld de samenstelling van de aard of kenmerken van het product.<sup>3</sup>

In de tweede plaats heeft Verordening (EU) 1169/2011 (de VIC-verordening) meer specifiek betrekking op het verstrekken van voedselinformatie aan consumenten.<sup>4</sup> Zo schrijft artikel 7 van deze verordening voor dat voedselinformatie niet misleidend mag zijn, zoals met betrekking tot de kenmerken en samenstelling van het levensmiddel.<sup>5</sup> Op grond van de VIC-verordening maakt de benaming van een levensmiddel duidelijk om wat voor een product het gaat en weet de consument daardoor wat voor een product hij/zij koopt. De verordening schrijft voor dat wanneer een benaming is gedefinieerd in Europese en nationale regelgeving, het product deze benaming dient te krijgen.<sup>6</sup> Als er geen wettelijke benaming is, dan moet een gebruikelijke naam gekozen worden die wordt begrepen door consumenten zonder dat een uitleg nodig is, zoals *tompouce* of *bitterbal*.<sup>7</sup> Als er geen wettelijke of gebruikelijke benaming is, dan moet een beschrijvende benaming worden gebruikt.<sup>8</sup> De beschrijvende benaming geeft een beschrijving van het levensmiddel en moet zo zijn dat de consument weet wat 'de echte aard' van het product is zoals 'pinda's in een krokant jasje met hartige smaak'.<sup>9</sup> Het Nederlandse Warenwetbesluit Informatie Levensmiddelen (Warenwetbesluit) sluit aan op de VIC-verordening.<sup>10</sup>

Tot slot is in Nederland op misleidende reclame voor levensmiddelen zelfregulering van toepassing in de vorm van de Nederlandse Reclame Code (hierna: NRC). De bepalingen in de NRC die misleidende reclame verbieden, komen grotendeels overeen met de bepalingen in de Richtlijn OHP.

Bij de juridische beoordeling of een verpakking van een levensmiddel misleidend is, dient te worden uitgegaan van een gemiddelde consument zoals gedefinieerd in het *Gut Springenheide*-arrest: een redelijk geïnformeerde,

omzichtige en oplettende consument.<sup>11</sup> Lange tijd werd ervan uitgegaan dat deze consument de ingrediëntenlijst op een verpakking leest waardoor teksten en afbeeldingen hem of haar niet kunnen misleiden.<sup>12</sup> Het in 2015 gewezen *Teekanne*-arrest nuanceerde dit uitgangspunt.<sup>13</sup> In dit arrest oordeelde het Hof van Justitie namelijk dat een verpakking ondanks een juiste en volledige ingrediënten-declaratie toch misleidend kan zijn. Alle andere elementen van een verpakking kunnen voor consumenten dusdanig leugenachtig, verkeerd, dubbelzinnig, tegenstrijdig of onbegrijpelijk zijn dat deze indruk onvoldoende kan worden gecorrigeerd.<sup>14</sup> Bij de vraag of er sprake is van misleiding dient de nationale rechter derhalve alle aspecten van de verpakking te betrekken, waaronder het lettertype en de bewoordingen, afbeeldingen, plaats, omvang, kleur, taal, zinsbouw en gebruikte leestekens.<sup>15</sup>

#### 4. Ossenstaartsoep in het licht van andere uitspraken over benamingen van voedingsmiddelen

De *ossenstaartsoep*-uitspraak is niet de eerste keer dat er door de Reclame Code Commissie werd geoordeeld over de vraag of de benaming van het product strookt met de samenstelling van het product. Het is interessant om de uitspraak over de *ossenstaartsoep* te bezien in het licht van deze andere uitspraken over benamingen van voedingsmiddelen.

##### 4.1. Wettelijk voorgeschreven naam of richtlijnen?

In gevallen waarin de RCC uitspraak doet over de vraag of er sprake is van een misleidende productnaam staat, evenals in de *ossenstaartsoep*-uitspraak, allereerst de vraag centraal: Bestaat er een wettelijk voorgeschreven naam voor het product of bestaan er richtlijnen voor de samenstelling van het product?<sup>16</sup> Zo stelt de RCC voorop dat er geen wettelijke benaming bestaat voor bakmeel dat mede amandelmeel bevat en dat de fabrikant daarom terecht de benaming 'zelfrijzend amandelbakmeel' heeft gekozen.<sup>17</sup> Echter, in een groot deel van de uitspraken

2. Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad (*PbEU* 2005, L 149/22).

3. Art. 5 Richtlijn OHP.

4. Verordening (EU) 1169/2011 van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten, tot wijziging van Verordening (EG) 1924/2006 en (EG) nr. 1925/2006 van het Europees Parlement en de Raad tot intrekking van Richtlijn 87/250/EEG van de Commissie, Richtlijn 90/496/EEG van de Raad, Richtlijn 1999/10/EG van de Commissie, Richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad, Richtlijnen 2002/67/EG en 2008/5/EG van de Commissie, en Verordening (EG) 608/2004 van de Commissie (*PbEU* 2011, L 304/18), hierna: VIC-verordening.

5. Art. 7 lid 1 onder a VIC-verordening.

6. Art. 17 lid 1 en art. 2 lid 2 onder n VIC-verordening.

7. Art. 17 lid 1 en art. 2 lid 2 onder o VIC-verordening; Voorbeelden ontleend aan NVWA, *Handboek Etikettering van levensmiddelen*, 24 maart 2020, p. 28 (online raadpleegbaar via [nvwa.nl](http://nvwa.nl)).

8. Art. 17 lid 1, 2 en 4 en art. 2 lid 2 onder p VIC-verordening.

9. Voorbeeld ontleend aan NVWA, *Handboek Etikettering van levensmiddelen*, 24 maart 2020, p. 28 (online raadpleegbaar via [nvwa.nl](http://nvwa.nl)).

10. Besluit van 3 april 2013, houdende regels inzake de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten (Warenwetbesluit informatie levensmiddelen), *Stb.* 2013, 146.

11. HvJ EG 16 juli 1998, C-210/96, ECLI:EU:C:1998:369, NJ 2000/374 (*Gut Springenheide*).

12. Dit wordt ook wel de *labelling*-doctrine genoemd, zie HvJ EU 4 april 2000, C-465/98 *Jur.* 2000, p. I-2297 (*Darbo*).

13. HvJ EU 4 juni 2015, C-195/14, ECLI:EU:C:2015:361, *IER* 2015/53, m.nt. E.H. Hoogenraad & B. Duivenvoorde (*Teekanne*). Zie hierover ook H. Schebesta & K.P. Purnhagen, 'The Behaviour of the Average Consumer: A Little Less Normativity and a Little More Reality in CJEU's Case Law? Reflections on *Teekanne*', *European Law Review* 2016, afl. 4, p. 590-598.

14. *Teekanne*-arrest, r.o. 39-40.

15. *Teekanne*-arrest, r.o. 42.

16. Dit is in overeenstemming met art. 17 lid 1 en art. 2 lid 2 onder n Verordening 1169/2011 zoals beschreven in paragraaf 3.

17. RCC 23 augustus 2016, 2016/00600 (*Koopmans zelfrijzend amandelbakmeel*).

over productbenamingen wordt niet op deze meer formele vraag ingegaan.<sup>18</sup>

#### 4.2. Toepassing Teekanne-gezichtspunten

Aan de hand van de gezichtspunten uit het *Teekanne*-arrest wordt er in de *ossenstaartsoep*-uitspraak en andere uitspraken vervolgens bepaald of er sprake is van een misleidende productnaam. In dat verband bestaan er kortweg twee soorten klachten: 1) de productnaam verwijst naar een ingrediënt dat niet in het voedingsmiddel zit en 2) de productnaam verwijst naar een ingrediënt dat te weinig in het voedingsmiddel zit.

##### 4.2.1. Het ingrediënt zit niet in het voedingsmiddel

Als een product naar een ingrediënt is vernoemd dat *niet* in het product zit, dan neemt de RCC als uitgangspunt dat de gemiddelde consument mag verwachten dat er een bepaalde hoeveelheid van het ingrediënt in het product zit. Zo oordeelde de RCC dat de gemiddelde consument zal verwachten dat 'Limoncello pudding' voor in ieder geval een deel uit limoncello (een Italiaanse alcoholische drank) bestaat.<sup>19</sup>

##### 4.2.2. Het ingrediënt zit 'te weinig' in het voedingsmiddel

Een tweede type zaken betreft productnamen die naar een ingrediënt verwijzen dat slechts in beperkte mate in het voedingsmiddel is verwerkt. In dergelijke gevallen is de centrale vraag die de RCC beantwoordt: in hoeverre wekt de verpakking de indruk dat er veel van het ingrediënt in het voedingsmiddel aanwezig is? Daarbij kunnen, conform het *Teekanne*-arrest, alle elementen van de verpakking een rol spelen.

Wanneer de verpakking niet de indruk wekt dat er een grote hoeveelheid van het ingrediënt in het product is verwerkt, neemt de RCC als uitgangspunt dat de gemiddelde consument er rekening mee zal houden dat het ingrediënt slechts in beperkte mate in het product is verwerkt dan wel dat het product naast het ingrediënt andere ingrediënten bevat. Daarbij komt ook de ingrediëntenlijst om de hoek kijken: de consument die wil weten hoeveel van het specifieke ingrediënt in het product is verwerkt kan dit lezen in de ingrediëntenlijst, aldus de RCC. Op grond van dit argument oordeelde de RCC dat de benaming en verpakking van de *ossenstaartsoep* niet misleidend was. In een aantal andere zaken kwam de RCC tot dezelfde conclusie.<sup>20</sup>

Wanneer de verpakking wel de indruk wekt dat er een bepaalde hoeveelheid van het ingrediënt in het levensmiddel zit terwijl dat ingrediënt niet of onvoldoende aanwezig is, dan wordt dit door de RCC als misleidend gezien. Een voorbeeld hiervan zijn de uitspraken die de RCC deed over diverse volkorenproducten.<sup>21</sup> Zo oordeelde de RCC dat één van deze producten zodanig prominent als 'volkoren' werd gepresenteerd dat de gemiddelde consument bij de aankoop zich door de enkele vermelding van

'tarwebloem' in de ingrediëntenlijst niet voldoende ervan bewust is dat het product slechts deels 'volkoren' is.<sup>22</sup>

## 5. Analyse en conclusie

De *ossenstaartsoep*-uitspraak is begrijpelijk in het licht van de lijn van uitspraken over productbenamingen van levensmiddelen zoals die zojuist is beschreven. Toch kan betwijfeld worden of het strikt volgen van deze lijn in de *ossenstaartsoep*-uitspraak wenselijk is. Stel, de RCC had moeten oordelen over *ossenstaartsoep* met 0% *ossenstaartvlees*. In dat geval is het uitgangspunt dat de gemiddelde consument op basis van de productnaam mag verwachten dat *ossenstaartvlees* in enige mate in het product zit ('categorie 1-gevallen'). De verpakking zou dan misleidend zijn. Echter, doordat er in de *ossenstaartsoep* waarover de RCC moest oordelen 0,2% *ossenstaartvlees* zat, viel deze zaak in de 'tweede categorie' en diende aan de hand van het *Teekanne*-arrest bepaald te worden of de verpakking een bepaalde indruk wekt over de hoeveelheid *ossenstaartvlees* in de soep. Als de verpakking niet die indruk wekt, dan is het gezien de *ossenstaartsoep*-uitspraak voldoende als er een minieme hoeveelheid van het ingrediënt in het product aanwezig is. Echter, het verschil tussen niks (0% *ossenstaartvlees*) en een heel klein beetje of bijna niks (0,2% *ossenstaartvlees*) is zeer klein. De consequentie van dit verschil voor de beoordeling van de verpakking blijkt veel groter: geen misleiding versus wel misleiding.

Een tweede kanttekening kan worden geplaatst bij de conclusie van de RCC dat de naam *ossenstaartsoep* niets zegt over de hoeveelheid *ossenstaartvlees* die in het product is verwerkt. In paragraaf 2 werd reeds uiteengezet dat wanneer er geen wettelijke of gebruikelijke benaming bestaat, een beschrijvende benaming moet worden gekozen. Door die benaming moet een consument weten welk product hij koopt. Men kan zich afvragen of een gemiddelde consument door de benaming 'Unox speciaal klassieke soep met malse stukjes rundvlees, mierikswortel en ui' weet dat er maar 0,2% *ossenstaartvlees* in de soep zit. Zeker, omdat het in de productbenaming als eerste ingrediënt wordt genoemd. Gezien de verhouding *rundvlees*- en *ossenstaartvlees* (respectievelijk 4,3% en 0,2%) in de soep zou de benaming 'Unox speciaal klassieke *rundvlees*-soep met malse stukjes *ossenstaartvlees*, mierikswortel en ui' beter aansluiten bij de vereisten uit de VIC-verordening. In dit licht zou, in tegenstelling tot het oordeel van de RCC, gesteld kunnen worden dat de benaming van het product juist wel iets zegt over de hoeveelheid *ossenstaartvlees* die in het product is verwerkt. Daar kan tegenin gebracht worden dat ook de smaak van het product van belang is.<sup>23</sup> Uit de uitspraak blijkt echter niet dat de soep duidelijk naar *ossenstaartvlees* smaakt en of soep van *ossenstaartvlees* duidelijk anders smaakt dan soep van *rundvlees*.

18. Dit betreft onder meer uitspraken over Jumbo 4 kazen pizza, Heks'nkaas, Vlokkfeest van de Ruijter en Limoncello pudding.

19. RCC 13 december 2016, 2016/00879 (*Mona Limoncello pudding met citroensaus*). Zie eveneens RCC 14 februari 2019, 2018/00701 (*Optimel Vla Vanille*).

20. Zie RCC 20 februari 2019, 2019/00105 (*Jumbo 4 kazen pizza*); RCC 31 mei 2017, 2017/00264 (*AH Stevia extract zoetstof*).

21. Zie bijvoorbeeld RCC 19 september 2019, 2019/00345 (*Patria Volkoren Voedingsbiscuits*).

22. RCC 19 september 2019, 2019/00346 (*Van Vlegelaar Knäckebröd*).

23. Vgl. RCC 7 juli 2016, 2016/00103 (*Appelsientje zwarte bes*).

Hoewel het niet goed is na te gaan, is het mogelijk dat het woord 'serveersuggestie' bij de afbeelding van de kom soep op de voorzijde van de verpakking voor de RCC de doorslag heeft gegeven dan wel een belangrijke rol heeft gespeeld. Dit zou passen bij de in de literatuur eerder geconstateerde lijn dat er in de uitspraken van de RCC over misleidende verpakkingen veel gewicht wordt toegekend aan woorden op de verpakking.<sup>24</sup> Mocht het woord 'serveersuggestie' in deze zaak een belangrijke rol hebben gespeeld, dan lijkt dat onwenselijk omdat adverteerders door dat woord gemakkelijk extra speelruimte voor zichzelf kunnen creëren, terwijl het zeer de vraag is of de gemiddelde consument zoveel aandacht aan dit woord schenkt. Aannemelijker lijkt dat de aandacht van consumenten wordt getrokken naar de afbeelding in plaats van naar een dergelijk woord.

Tot slot roept de uitspraak de vraag op of de lage grens van 0,2% (en mogelijk nog lager) ook zal gelden voor andere voedingsmiddelen. Denkbaar is dat 0,2% echte

vanille in vanillevla erg weinig is, terwijl 0,2% van de sterke drank limoncello in een pudding als een grotere hoeveelheid geldt. In de *ossenstaartsoep*-uitspraak had in dit verband een rol kunnen spelen dat ossenstaartvlees een soort rundvlees is. In totaal zat er 4,1% rundvlees + 0,2% ossenstaartvlees = 4,3% rundvlees in de soep. Runderen kunnen immers worden opgedeeld in koeien (vrouwelijke runderen), stieren (mannelijke runderen) en ossen (gecastreerde stieren). Ook zou in dit verband meegewogen kunnen worden dat een beperkte hoeveelheid ossenstaartvlees in ossenstaartsoep, deze soep in feite niet ongezonder maakt. Hoewel de aard van het product niet aan de orde kwam in de *ossenstaartsoep*-uitspraak, is dit een factor die mogelijk wel in toekomstige zaken relevant is omdat appelmoes met 0,2% appel toch wat weinig lijkt, ongeacht de indruk die de verpakking wekt over de aanwezigheid van appels.

*Mw. mr. dr. C.E. de Jager*<sup>25</sup>

## Reizen

### Geschillencommissie Reizen 22 september 2020, 29916/33919

(*Mr. M.G.W.M. Stienissen, W.A.M. Hendrix en mr. P.C. de Klerk*)

(Zie de noot van M.B.M. Loos onder het bindend advies van de Geschillencommissie Reizen van 30 september 2020, 28181/33982.)

- *Uitbraak corona-virus tijdens uitvoering pakketreis*
- *Non-conformiteit*
- *Prijsverlaging*
- *Schadevergoeding*
- *Onvoorzienne omstandigheden*
- *Onvermijdbare en buitengewone omstandigheden*

#### De uitspraak

De consument heeft een twintig daagse pakketreis met een groepsreis naar Suriname geboekt. Na acht dagen is de reis naar aanleiding van de COVID-19-pandemie en de bijbehorende maatregelen vroegtijdig afgebroken. De consument vindt de compensatie die de ondernemer heeft aangeboden onvoldoende. De consument wil een redelijke vergoeding. De ondernemer stelt dat de wereldwijde pandemie, het COVID-19-virus, onder een abnormale voorziene omstandigheid in termen van de toepasselijke ANVR-reizigersvoorwaarden valt. Daarnaast heeft de ondernemer zich ingespannen om de vooraf contant betaalde kosten voor niet genoten accommodaties en vervoer te verhalen op de lokale partners, maar dit is helaas niet gelukt. De ondernemer heeft vervolgens een vergoe-

ding en een kortingbon aangeboden. De commissie stelt allereerst vast dat de ondernemer de reis heeft beëindigd. Vervolgens verwijst de commissie naar artikel 7:511 BW. De consument heeft op basis van deze bepaling weliswaar geen recht heeft op een schadevergoeding, omdat de Corona-pandemie een onvermijdbare en buitengewone omstandigheid is, maar wel op een passende prijsverlaging voor de periode dat sprake was van non-conformiteit. De ondernemer moet de consument een passende prijsverlaging van € 780,- terugbetalen.

#### Onderwerp van het geschil

Het geschil vloeit voort uit de op 1 november 2019 tussen partijen tot stand gekomen twintigdaagse pakketreisovereenkomst voor één persoon met een groepsreis naar Suriname met vertrekdatum 10 maart 2020 tegen een door de consument te betalen en betaalde prijs van € 2.327,50. De consument heeft de klacht eerst voorgelegd aan de ondernemer.

#### Standpunt van de consument

Het standpunt van de consument luidt in hoofdzaak als volgt. Het twintigdaagse rondreis werd na acht dagen afgebroken en de door de ondernemer aangeboden compensatie voor de gemiste 2/3 van de reis is onvoldoende. De consument verlangt in hoofdlijn een restitutie van € 1.000,- als vergoeding voor de niet genoten vakantiedagen.

24. I.E. van der Wal, 'Op de voorkant de leugen, op de achterkant de waarheid? Over de Nederlandse uitwerking van het Teekanne-arrest', *IER* 2019, afl. 17, p. 202-206; C.E. de Jager & A.J. Verheij, 'Wanneer is een voedsletiket misleidend? Uitspraken van de Nederlandse Reclame Code Commissie na Teekanne', *TvC* 2019, afl. 6, p. 257-264.

25. Carien de Jager is universitair docent bij de vakgroep Privaatrecht en Notarieel Recht van de Rijksuniversiteit Groningen.