

**STICHTING  
RECLAME CODE**

Per e-mail:  
Stichting Bite Back  
t.a.v. Ing. A. Romijn  
Europalaan 22-24  
3526 KS UTRECHT

**Dossier 2022/00553**

Amsterdam, 28 februari 2023

Geachte heer Romijn,

Hierbij zend ik u een afschrift van de beslissing van de Reclame Code Commissie d.d. heden in bovengemeld dossier.

Indien u het met deze beslissing niet eens bent, kunt u daartegen in beroep gaan bij het College van Beroep.

**Beroepsprocedure.**

Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van de uitspraak in het bezit te zijn van het College van Beroep, Postbus 75684, 1070 AR Amsterdam. Het beroepschrift moet bevatten:

- a. naam en adres
- b. aanduiding (dossiernummer), datum van de uitspraak
- c. de gronden van het beroep

Het beroepschrift kan daarnaast binnen deze termijn ook per e-mail worden verzonden aan [klacht@reclamecode.nl](mailto:klacht@reclamecode.nl).

De kosten voor het indienen van beroep bedragen:

- Particulieren: € 30,--.
- Bedrijven: € 500,-- tenzij het gaat om:
  - bedrijven die de door de Stichting Reclame Code op basis van het omslagstelsel gevraagde financiële bijdrage hebben betaald. In dit geval wordt € 250,-- per ingesteld beroep in rekening gebracht.

Voor nadere details ten aanzien van de kostenregeling verwijs ik u naar onze website <https://www.reclamecode.nl/NRC>.

De bijdrage voor het indienen van beroep dient te worden overgemaakt op ING bank nr. NL57 INGB 0005 349417 ten name van de Stichting Reclame Code.

Hoogachtend,  
namens de Reclame Code Commissie

Mr. J.H.M. Borret-Bouritius  
Secretaris

**...voor verantwoorde reclame**



**Beslissing van de Reclame Code Commissie**

In de zaak van : Stichting Bite Back, gevestigd te Utrecht, klagster,  
tegen : Kalverliefde Zuivel, gevestigd te Bergambacht, adverteerder

De procedure

Klagster heeft bij e-mail van 4 december 2022 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

Adverteerder heeft verweer gevoerd bij e-mail van 28 december 2022.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld tijdens haar zitting van 9 februari 2023.

Klagster werd vertegenwoordigd door ing. A. Romijn, die een pleitnota overlegde.  
Adverteerder werd vertegenwoordigd door J. van der Drift.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft:

1. De verpakking van de melk "Kalverliefde".

Op de voorkant van de verpakking staat (in hoofdletters):

"Kalverliefde  
Biologische halfvolle melk  
Koe en kalf lekker langer samen".

Op één zijkant staat onder het kopje (in hoofdletters) "Wat is kalverliefde":

"Om melk te kunnen geven krijgt een koe ieder jaar een kalfje. Helaas worden koe en kalf meestal direct na de geboorte van elkaar gescheiden. Bij Kalverliefde houden we net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe zelf. Daarom mogen ze na hun geboorte lekker bij hun moeder blijven. Zo worden ze groot en sterk dankzij de melk en liefde van hun mama. Want niemand kan zo goed voor het kalfje zorgen als zij. Hier worden niet alleen de kalfjes gelukkig van, maar ook onze boeren. Dat is Kalverliefde!

Omdat het kalfje lekker bij zijn moeder mag drinken, blijft er wel minder melk over voor de boer om te verkopen. Maar van wat er overblijft, maken we biologische melk voor iedereen die ook van kalfjes houdt".

Vervolgens staat onder het kopje (in hoofdletters) "Kalverliefde is":

"Koe en kalfje langer samen  
Blijde en gelukkige kalfjes  
Blijde boeren  
Natuurlijk biologisch".

Onderaan (dezelfde zijkant) staat:

"Wil je meer weten over onze kalfjes?"



Kijk dan op [www.kalver-liefde.nl](http://www.kalver-liefde.nl)".

2.

Een uiting op de website "<https://kalver-liefde.nl>".

Daarin staat onder het kopje "Wat is kalverliefde" onder meer:

"Wij houden net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe. Daarom mogen ze na hun geboorte lekker bij haar blijven.

De vaarskalfjes (zeg maar; de vrouwtjes) mogen 3 maanden bij hun moeder blijven. De stierkalfjes mogen tenminste 35 dagen bij hun moeder blijven, maar in de meeste gevallen ook 3 maanden.

Onder het kopje "Kalverliefde is koe en kalfje lekker langer samen" staat onder meer:

"Kalverliefde is biologische melk van koeien die het kalfje na de geboorte bij zich mogen houden".

Verder is in de uiting, links van de afbeelding van twee pakken "Kalverliefde", te lezen:

"Koe en kalf

lekker langer samen

met kalverliefde

Biologische kalf-bij-koe melk".

De door klagster overgelegde afdrukken van de uitingen zijn in kopie aan deze uitspraak gehecht.

#### De klacht

Klagster acht de uitingen misleidend en daarom in strijd met de wet, de waarheid, de goede smaak en het fatsoen als bedoeld in artikel 2 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Zij voert hiertoe het volgende aan.

De naam Kalverliefde impliceert dat het product diervriendelijk is. Dit wordt niet ondersteund door bewijs. Integendeel, de kalfjes en koeien eindigen in slachthuizen. Een oordeel over de naam valt wellicht buiten de scope van de Commissie, maar de naam was voor klagster aanleiding om het product verder te bekijken. Naar de mening van klagster zijn de volgende beweringen misleidend voor de consument:

a.

'*Wij houden net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe*' (site en verpakking) (BIJLAGE A, B bij de klacht).

Dit is een vrij absolute uitspraak. Klagster vraagt zich af: "Zou de moederkoe de kalfjes ook naar de slacht sturen? Zou de moederkoe de kalfjes als ze opgroeien als melkkoe ook kunstmatig insemineren? Zou de moederkoe haar nakomelingen uiteindelijk naar de slacht sturen als ze niet genoeg meer produceren (gemiddeld 6 jaar)?" Klagster denkt van niet, omdat deze handelingen niet in lijn zijn met wat je onder 'houden van' verstaat, aldus klagster.

De consument kan denken dat de ondernemers (de Commissie: boeren) hun dieren nooit iets zouden aandoen wat de moederkoe haar kalfjes ook niet zou aandoen. Bovendien is er geen wetenschappelijke onderbouwing voor voornoemde bewering en betreft het dus vooral een subjectieve beleving van adverteerder, aldus klagster.

b.

'*Daarom mogen ze na hun geboorte lekker bij haar blijven*' (website);

'*Daarom mogen ze na hun geboorte lekker bij hun moeder blijven*' (verpakking) (BIJLAGE C, D);

'*Kalverliefde is biologische melk van koeien die het kalfje na de geboorte bij zich mogen houden*' (website, BIJLAGE E) en





'*BIOLOGISCHE KALF-BIJ-KOE MELK*' (website, BIJLAGE F).

Stierkalfjes gaan na 35 dagen weg en uiteindelijk, na vetmesten, naar de slacht. De andere kalfjes blijven ongeveer 3 maanden. Voornoemde uitspraken suggereren dat de kalfjes de hele 'kalfperiode' bij hun moeder mogen blijven. In de natuur blijven moederkoe en haar kalfje tot wel 12 maanden samen', zo blijkt uit een (in de klacht genoemde) publicatie op <https://edepot.wur.nl>, heel anders dus dan de maximaal 3 maanden bij "Kalverliefde".

Op de website is de informatie over de periode van verblijf van het kalfje bij de moeder wel elders te vinden, maar de consument heeft deze informatie bij lezen van de verpakking niet direct bij de hand. Op de website moet de consument deze informatie ook maar net lezen. Bovendien zijn uitspraken tegenstrijdig. Enerzijds staat op de site op meer plekken dat kalf bij moeder blijft, maar elders is te lezen hoe lang die periode is.

De intentie van adverteerder mag wellicht zijn om op sommige vlakken 'beter' te zijn dan de gangbare industrie, maar de keuze over de periode dat een dier bij de moederkoe mag zijn is een financiële en praktische afweging. De natuurlijke speenleeftijd ligt tussen de 6-12 maanden. Een kalf is langer dan 3 maanden een kalf. De consument zal op het verkeerde been gezet blijven worden door de suggestie dat de kalf na geboorte bij moeder mag blijven.

c.

'*Koe en kalf lekker langer samen*' (website, verpakking) (BIJLAGE G, H)

Koe en kalf zijn lekker langer samen, maar de periode is beperkt. Langer dan wat gebruikelijk is, maar korter dan wat normaal zou zijn in een natuurlijke situatie. De suggestie blijft gewekt worden dat de koe en kalf de gehele periode dat het dier een kalf is bij elkaar blijven.

In de teksten bij Albert Heijn komt dit terug, aldus klaagster: "*Kalverliefde biologische volle melk komt van koeien die hun kalfje na de geboorte bij zich mogen houden. Hierdoor groeien de kalfjes blij en gelukkig op.*" Deze tekst is of door Kalverliefde zelf aangeleverd of door Albert Heijn opgesteld. In het eerste geval zou deze tekst wederom duidelijk misleidend zijn en in het tweede geval zou ook Albert Heijn door de communicatie van Kalverliefde op het verkeerde been zijn gezet.

d.

'*Blij en gelukkige kalfjes*', (verpakking) (BIJLAGE I).

Dit is een absoluut, niet te onderbouwen statement. Het is onmogelijk om met 100% zekerheid mee te delen dat de kalfjes gelukkig zijn. Hier is sprake van een subjectief statement, maar de consument kan deze mededeling opvatten in die zin dat deze onderbouwd is en berust op wetenschappelijke feiten. Er kunnen hooguit indicaties worden gegeven over welzijn.

### Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

Kalverliefde Zuivel is opgericht in 2022 met als doel een consumentenvraag te creëren naar een alternatief voor de gangbare praktijk in de melkveehouderij, waarin kalf en koe vrijwel direct (binnen enkele uren) na de geboorte van elkaar worden gescheiden. Onderzoek van de Universiteit Wageningen kent aan deze directe scheiding de hoogste score voor ongerief (8) toe. Het niet scheiden van kalf en koe is een eerste, weliswaar grote stap, maar niet de enige stap die gezet kan worden op het gebied van dierwelzijn in de melkveehouderij. Op dat vlak is adverteerder het eens met klaagster; er zijn nog meer verbeteringen nodig.





## Dossier 2022/00553

Kalverliefde is volledig vanuit dierenliefde ontstaan en gefinancierd met persoonlijke middelen. Adverteerder ontvangt veel publieke steun van dierenwelzijnsorganisaties zoals Wakker Dier, Eyes on Animals en Compassion in World Farming, zo blijkt uit bijlage A bij het verweer. De naam Kalverliefde is een verwoording van adverteerders gevoel van liefde voor de kalveren.

Met betrekking tot de verschillende bestreden tekstgedeelten merkt adverteerder het volgende op.

Ad a.

De melkveehouders die aan Kalverliefde leveren zorgen ervoor dat de kalveren na de geboorte bij de koe mogen blijven. Hiermee behoren deze melkveehouders tot de naar schatting 45 melkveehouders in Nederland op een totaal van 15.000.

De kalveren drinken in de periode van 2,5 tot 3 maanden dat zij bij hun moeder mogen lopen minstens 1000 liter melk. Deze melk had de boer anders kunnen verkopen tegen de huidige prijs van 65 cent. Het is dus niet vanuit commercieel oogpunt dat de melkveehouder het kalf bij de koe laat. Daarnaast vergt het houden van kalf bij koe een compleet andere manier van stalmanagement, met meer ruimte en bijvoorbeeld strobedekking waarin de kalveren veilig kunnen bewegen en uitrusten. Ook dit werkt kostenverhogend en doet de boer uitsluitend omdat het hem plezier geeft de kalveren zo samen met de koeien te zien. Verder onthoornen de Kalverliefde boeren de kalveren niet, terwijl onthoornen zeer gebruikelijk is in de melkveehouderij.

Gelet op het bovenstaande is er naar de mening van adverteerder zeker sprake van liefde.

De claim "Wij houden net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe" zegt ook iets over de hoeveelheid liefde en niet over "moederliefde" die adverteerder zou voelen voor het kalf. Het wetenschappelijk onderbouwen van liefdesgevoelens, zoals klaagster graag zou willen, lijkt adverteerder overbodig, aangezien de claim duidelijk subjectief is. Adverteerder verzoekt de Commissie dit klachtonderdeel ongegrond te verklaren.

Ad b.

Met de hier bedoelde claim wordt alleen tot uitdrukking gebracht dat de kalveren na de geboorte bij de koe mogen blijven, en het zegt niets over de lengte van dit verblijf. In combinatie met de claim op de voorkant van de verpakking, namelijk "Koe en Kalfje lekker langer samen" is het duidelijk dat ze langer samen blijven, maar niet voor altijd. Het woord "langer" is zorgvuldig gekozen en duidt erop dat koe en kalfje niet voor altijd samen blijven. Adverteerder streeft ernaar de kalfjes 2,5 tot 3 maanden bij de koe te houden. Uiteindelijk worden ze wel (geleidelijk aan) gescheiden. Lang zou in adverteerders ogen 9 maanden tot een jaar zijn, zoals in de natuur.

Adverteerder vindt 2,5 tot 3 maanden substantieel langer dan wat gebruikelijk is. Normaal gesproken worden kalfjes vrijwel direct na de geboorte van hun moeder gescheiden, dus binnen enkele uren. Deze uitleg van "langer" is op meer plekken van de site te vinden en niet "verstopt" zoals door klager gesteld. Ook in de FAQ's (zie bijlage B bij het verweer) is de uitleg te vinden. Bovendien wordt deze achtergrond desgevraagd op de social media kanalen (zie bijlage C) gedeeld met consumenten en is deze onlangs in het TV Programma BinnensteBuiten besproken (zie, via een in het verweer opgenomen link, minuut 4.54 Melk van moederkoe met kalf | BinnensteBuiten (kro-ncrv.nl)). Ook is in de FAQ's duidelijk te vinden in welke situatie adverteerder afwijkt van de 2,5 tot 3 maanden en zich beroept op de 35 dagen waarin de stierkalfjes bij de koe worden gehouden. Zelfs bij deze kortere periode van 35 dagen is het verschil nog steeds substantieel ten opzichte van de gangbare praktijk. Van misleiding of het achterhouden van informatie is geen sprake.

Ad c.





Voor wat betreft het bezwaar tegen 'Koe en kalf lekker langer samen' verwijst adverteerder naar haar opmerkingen hierboven onder 2. Verder wijst zij op een nieuwsbericht op de site van 1 december 2022 dat als bijlage D wordt overgelegd. Hierin wordt uiteengezet hoe de periode van 2,5 tot 3 maanden zich verhoudt tot de situatie in de natuur. Er is geen sprake van misleiding, maar van volledige transparantie.

Ad d.

De claim "Blij en gelukkige kalfjes" is gebaseerd op een literatuuroverzicht van de Universiteit van Wageningen, waarin de voordelen op het gebied van gezondheid en welzijn voor het houden van kalf bij koe voor beiden uiteen worden gezet. Doordat er geen vroege scheiding plaatsvindt, is een belangrijke stressfactor gereduceerd. Daarnaast is gebleken dat de kalveren minder ziek en actiever zijn en dat de moederkoe minder uierproblemen ervaart. Qua gedrag zijn kalfjes die bij de koe mogen blijven minder bang, vertonen zij minder stereotiep gedrag en leren zij moederzorg. In de praktijk zie je dan ook dat deze kalfjes "blij en gelukkig" door de wei of in het winterseizoen door de stal dartelen. Dit in tegenstelling tot de (eenling-)boxen waarin kalveren meestal direct na de geboorte worden gehouden.

Van het bovenstaande is ook een uitgebreide uitleg en een link naar het bovengenoemde onderzoek te vinden op adverteerders website (bijlage E bij het verweer). Ook wordt op de verpakking duidelijk verwezen naar de site (bijlage F). Vanwege deze transparantie verzoekt adverteerder de Commissie dit bezwaar ongegrond te verklaren.

Kalverliefde Zuivel is een startend bedrijf dat puur vanuit dierenliefde probeert de melkveehouderij duurzaam te verbeteren op het gebied van dierwelzijn. Adverteerder streeft ernaar om uiterst transparant te zijn in haar communicatie, omdat zij het belangrijk vindt dat de consument de juiste keuzes maakt op basis van correcte informatie.

#### De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten nader toegelicht. Op die toelichting zal worden teruggekomen in het oordeel.

#### Het oordeel van de Commissie

1.

Zoals klaagster ter zitting heeft meegedeeld, is de kern van de klacht dat door de bestreden reclame-uitingen (ten onrechte) de indruk wordt gewekt dat het kalfje na de geboorte bij de koe mag blijven, gedurende de hele kalfperiode. Uit hetgeen partijen naar voren hebben gebracht, begrijpt de Commissie dat tussen hen niet in geschil is dat kalf en koe in de natuur 9 tot 12 maanden bij elkaar blijven, terwijl in het kader van het product "Kalverliefde", zogenoemde vaarskalfjes 3 maanden bij de koe blijven en stierkalfjes 35 dagen tot 3 maanden.

Met betrekking tot de verschillende bestreden uitingen oordeelt de Commissie als volgt over de kern van de klacht.

2.

Bij haar oordeel stelt de Commissie voor de duidelijkheid voorop dat zij niet zal oordelen over de naam "Kalverliefde", noch op zichzelf, noch zoals vermeld in de bestreden uitingen. Ter zitting heeft klaagster niet aangevoerd noch is anderszins gebleken dat de klacht ook uitdrukkelijk is gericht tegen de naam "Kalverliefde".

3.





Ad 1. De verpakking

Gelet op de kern van de klacht ziet de Commissie aanleiding om de klachtonderdelen b en c als eerste te behandelen, en wel gezamenlijk:

Ad b en c.

Op de voorzijde van de verpakking staat zonder nadere toelichting: "Koe en kalf lekker langer samen". Op één van de zijkanten van de verpakking wordt nadere informatie gegeven over wat "Kalverliefde" is en over wat er na de geboorte met het kalfje gebeurt. In deze informatie wordt onderscheid gemaakt tussen enerzijds de zich "meestal" voordoende situatie, dat "kalf en koe" "direct na de geboorte van elkaar gescheiden" worden en anderzijds het product Kalverliefde, in het kader waarvan de kalfjes "na hun geboorte lekker bij hun moeder blijven". Deze laatste zinsnede wordt direct gevolgd door:

"Zo worden ze groot en sterk dankzij de melk en liefde van hun mama. Want niemand kan zo goed voor het kalfje zorgen als zij. Hier worden niet alleen de kalfjes gelukkig van, maar ook onze boeren. Dat is Kalverliefde!

Omdat het kalfje lekker bij zijn moeder mag drinken, blijft er wel minder melk over voor de boer om te verkopen. Maar van wat er overblijft, maken we biologische melk voor iedereen die ook van kalfjes houdt".

Uit het bovenstaande zal de gemiddelde consument begrijpen dat de kalfjes, waarop het product Kalverliefde betrekking heeft, langer bij de koe blijven dan in de zich "meestal" voordoende situatie van directe scheiding, maar niet duidelijk is dat deze langere periode maximaal 3 maanden is en daarmee aanzienlijk korter dan de periode dat kalf en koe in de natuur bij elkaar blijven. Naar het oordeel van de Commissie betreft deze periode van 3 maanden in dit geval essentiële informatie, te meer nu in de uiting uitdrukkelijk wordt gewezen op de volgende voordelen van het na de geboorte bij de moeder blijven:

"Zo worden ze groot en sterk dankzij de melk en liefde van hun mama. Want niemand kan zo goed voor het kalfje zorgen als zij". Door deze mededelingen, in combinatie met het ontbreken van de vermelding van bovenbedoelde periode van maximaal 3 maanden, kan bij de consument gemakkelijk de onjuiste indruk ontstaan dat de kalveren gedurende de hele groeiperiode of hele kalverperiode bij de koe blijven.

De enkele mededelingen "Koe en kalf lekker langer samen" op de voorzijde en "Koe en kalfje langer samen" op één van de zijkanten geven, in de context van de overige tekst op diezelfde zijkant onvoldoende duidelijkheid over de werkelijke situatie, waarin het kalfje aanzienlijk korter bij de koe blijft, dan gedurende de periode van opgroeien. Ook de verwijzing naar de website "Wil je meer weten over onze kalfjes? Kijk dan op [www.kalver-liefde.nl](http://www.kalver-liefde.nl)" geeft wat dit betreft onvoldoende duidelijkheid.

Gelet op het bovenstaande wordt in dit geval onduidelijke voedselinformatie gegeven en is de verpakking in strijd met artikel 7 lid 2 in verbinding met artikel 7 lid 4 aanhef en onder b van Verordening (EU) Nr. 1169/2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten en daardoor in strijd met de wet als bedoeld in artikel 2 NRC.

In artikel 7 lid 2 van voornoemde verordening is bepaald:

"Voedselinformatie is nauwkeurig, duidelijk en voor de gemiddelde consument gemakkelijk te begrijpen"

Artikel 7 lid 4 aanhef en onder b luidt, voor zover hier van belang:

"De leden 1, 2 en 3 gelden ook voor:

(...)

b. (...) de verpakking (...)"





Overigens heeft adverteerder ter zitting aangevoerd dat bovenbedoelde periode van 3 maanden niet op de verpakking is vermeld, omdat ten tijde van vervaardiging van de verpakking, in oktober 2022, niet duidelijk was of het kalfje 3 of 4 maanden bij de koe zou blijven. Verder heeft adverteerder meegedeeld dat zij ervoor open staat om de periode van 3 maanden op de verpakking te vermelden of om een duidelijkere verwijzing naar de website op te nemen, en dat “3 maanden” het moment is waarop het kalfje overgaat naar ruw voer of krachtvoer.

Ad a en d.

Voor wat betreft de verpakking maakt klaagster ook bezwaar tegen de mededelingen:

“Bij Kalverliefde houden we net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe zelf” en

“Blij en gelukkige kalfjes”. Zoals klaagster zelf stelt, betreft het hier uitspraken van subjectieve aard. Naar het oordeel van de Commissie zal de gemiddelde consument deze mededelingen ook op laatstbedoelde wijze interpreteren. De consument zal de uitspraken beschouwen als een visie van adverteerder en deze uitspraken niet letterlijk nemen, meer in het bijzonder niet in die zin dat daaraan wetenschappelijk bewijs ten grondslag ligt.

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie dit onderdeel van de klacht ongegrond.

Ad 2. De website

Ad b en c.

Anders dan op de verpakking, is in de uiting op de website wel vermeld hoe lang de kalfjes na de geboorte bij de koe mogen blijven. Naar het oordeel van de Commissie is de uiting op de website wat dit betreft voldoende duidelijk. Onder het kopje “Wat is kalverliefde” staat immers uitdrukkelijk: “Wij houden net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe. Daarom mogen ze na hun geboorte lekker bij haar blijven.

De vaarskalfjes (zeg maar: de vrouwtjes) mogen 3 maanden bij hun moeder blijven. De stierkalfjes mogen tenminste 35 dagen bij hun moeder blijven, maar in de meeste gevallen ook 3 maanden”.

Naar het oordeel van de Commissie moet de gemiddelde consument worden geacht de verschillende door klager bestreden tekstgedeelten op de website in onderling verband te lezen. Daarbij kan de vermelding van voornoemde periode de lezer moeilijk ontgaan. Het enkele feit dat deze periode niet in meer van de bestreden tekstgedeelten uitdrukkelijk wordt genoemd, betekent nog niet dat in de uiting tegenstrijdige uitspraken worden gedaan, zoals door klaagster is gesteld.

Ter zitting heeft klaagster nog gesteld dat bij de consument de verwachting gewekt kan worden dat de op de site weergegeven periode van 3 maanden de volledige kalfperiode zou zijn. “De consument zal er te snel vanuit gaan dat de 3 maanden bij de moederkoe de natuurlijke periode is”, aldus klaagster. Dit standpunt van klaagster deelt de Commissie niet; naar haar oordeel bieden de bestreden tekstgedeelten op de website onvoldoende grondslag voor deze conclusie.

Ad a.

Voor wat betreft de website maakt klaagster ook bezwaar tegen de mededeling:

“Bij Kalverliefde houden we net zoveel van onze kalfjes als de mamakoe zelf”.

Zoals klaagster zelf stelt, betreft het hier wederom een uitspraak van subjectieve aard. Naar het oordeel van de Commissie zal de gemiddelde consument deze mededeling ook op laatstbedoelde wijze interpreteren. De consument zal de uitspraak beschouwen als een visie van adverteerder en deze uitspraak niet letterlijk nemen, meer in het bijzonder niet in die zin dat daaraan wetenschappelijk bewijs ten grondslag ligt.

Gelet op het bovenstaande acht de Commissie klagers bezwaren tegen de uiting op de website ongegrond.





Dossier 2022/00553

Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

Gelet op het oordeel onder 3 Ad 1 onder b en c acht de Commissie de verpakking in strijd met artikel 2 NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst zij 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 binnen 14 dagen na dagtekening van deze beslissing 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. Het beroepschrift kan daarnaast binnen deze termijn per e-mail worden verzonden aan [klacht@reclamecode.nl](mailto:klacht@reclamecode.nl).

De voorzitter

Mr. R.H.C. van Harmelen

De secretaris

Mr. J.H.M. Borret-Bouritius

Gewezen door mr. R.H.C. van Harmelen, voorzitter, mr. J.J. van Ewijk, mr. A. van Hattum, drs. L. Tol-Moeke en S. Tacx, leden.

Amsterdam, 28 februari 2023

## BIJLAGE A



Kalver Liefde

HOME OVER ONS WIL MOEN MET ANDERS ONZE KOELEN VERBODPUNTEN CONTACT

### WAT IS KALVERLIEFDE?

WIJ HOUDEN NET ZOVEEL VAN ONZE KALFJES ALS DE MAMAKOE, DAAROM HOGEN ZE NA HUN GEBORTE LEKKER BIJ HAAR BLIJVEN.

DE VAARSKALFJES (ZEG HAAR: DE VROUWTJES) HOGEN 3 MAANDEN BIJ HUN MOEDER BLIJVEN, DE STIERKALFJES HOGEN TENMINSTE 35 DAGEN BIJ HUN MOEDER BLIJVEN, MAAR IN DE MEESTE GEVALLEN OOK 3 MAANDEN. DIT IS NAHELIJK AFHANKELIJK VAN DE RUIMTE DIE DE BOER HEEFT EN DE EVENTUELE PIJK (IN GEBORTES VAN STIERKALFJES.

ZO HEBBEN DE KALFJES EEN GOEDE START DANKEZIJ DE MELK EN LIEFDE VAN HUN MOEDER.

DIT NOEM JE KALF-BIJ-KOE MELK, MAAR WIJ NOEMEN HET KALVERLIEFDE

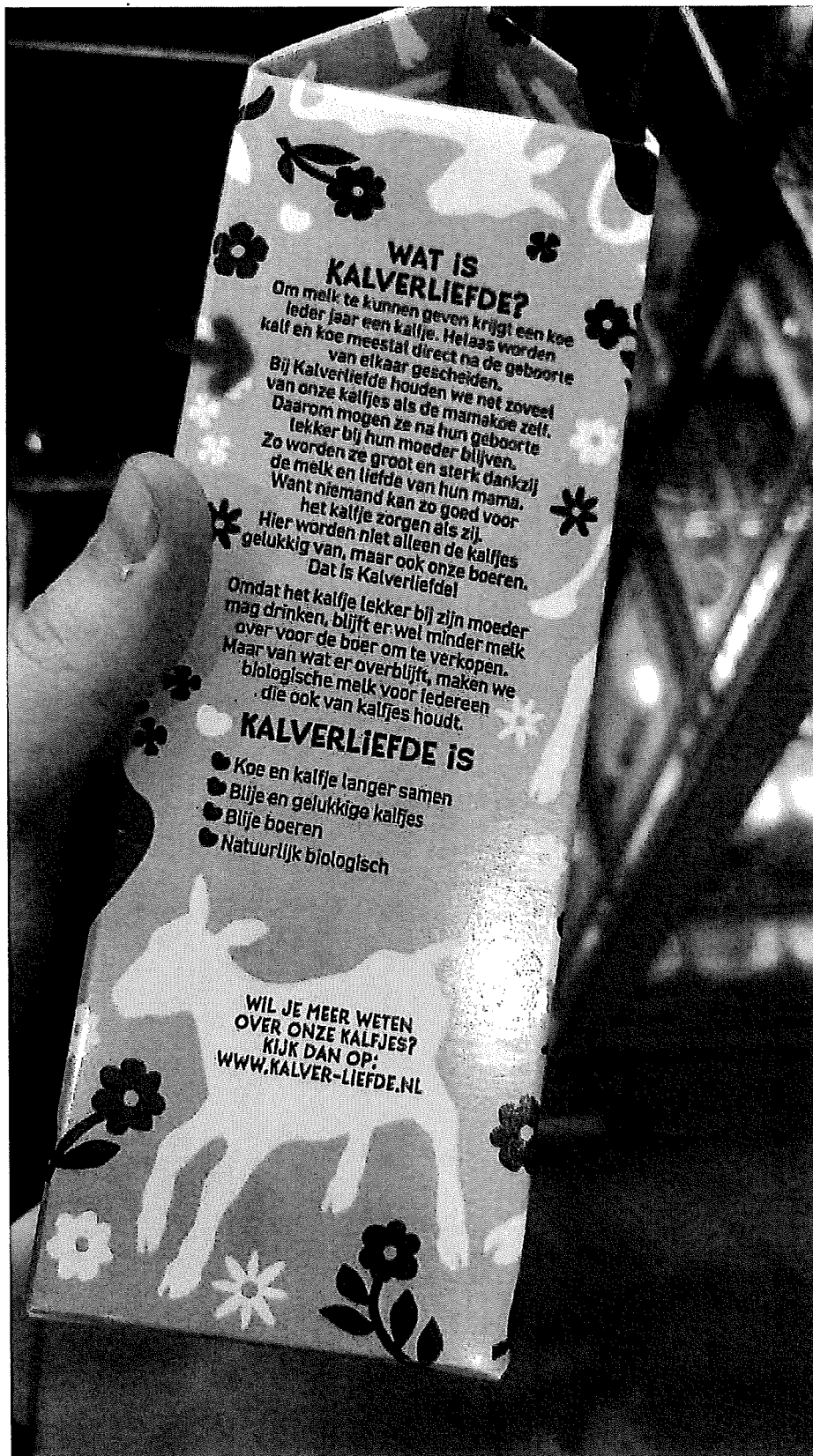
**KALVERLIEFDE MELK IS:**

- \* KALFJE BLEEFT LANGER BIJ DE KOE
- \* GEZONDER IN GEVULSINGE KALFJES
- \* MELK BOEVEN
- \* NATUURLIJK BIOLOGISCH

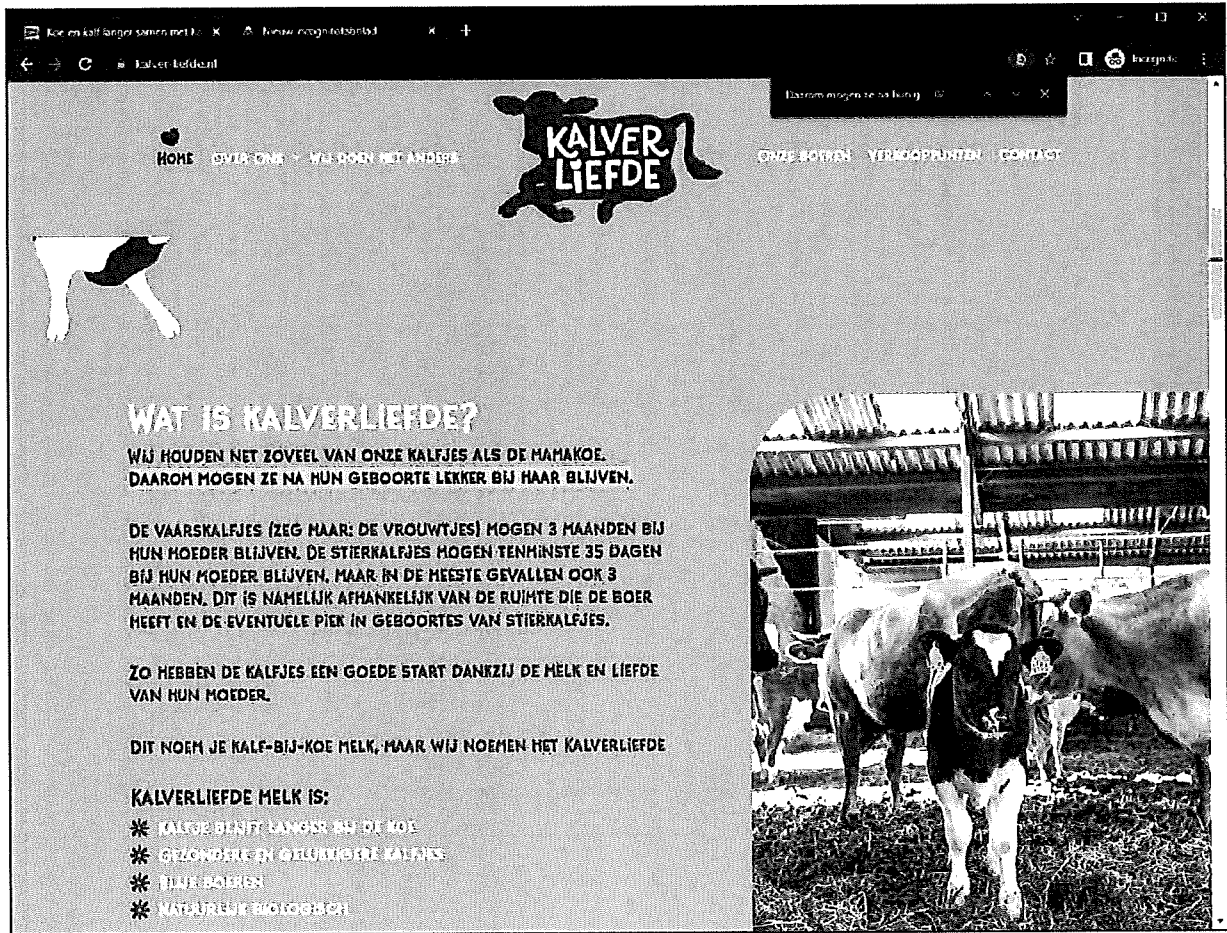


<https://kalver-liefde.nl/>





## BIJLAGE C



The screenshot shows a web browser window with the URL 'Kalverliefde.nl'. The website has a dark header with a logo of a cow and the text 'KALVERLIEFDE'. Navigation links include 'HOME', 'ONZE ONZE', 'WIJ DOEN MET ANDERS', 'ONZE BOTTEN', 'VERDAPRINTEN', and 'CONTACT'. The main content area is titled 'WAT IS KALVERLIEFDE?' and contains several paragraphs of text. On the right side, there is a photograph of a cow and her calf in a barn.

**WAT IS KALVERLIEFDE?**

**WIJ HOUDEN NET ZOVEEL VAN ONZE KALFJES ALS DE MAMAKOE. DAAROM MOGEN ZE NA HUN GEBOORTE LIEKER BIJ HAAR BLIJVEN.**

DE VAARSKALFJES (ZEG HAAR: DE VROUWTJES) MOGEN 3 MAANDEN BIJ HUN MOEDER BLIJVEN. DE STIERKALFJES MOGEN TENMINSTE 35 DAGEN BIJ HUN MOEDER BLIJVEN, MAAR IN DE MEESTE GEVALLEN OOK 3 MAANDEN. DIT IS NAMELIJK AFHANKELIJK VAN DE RUIJTE DIE DE BOER HEEFT EN DE EVENTUELE PIJK IN GEBOORTES VAN STIERKALFJES.

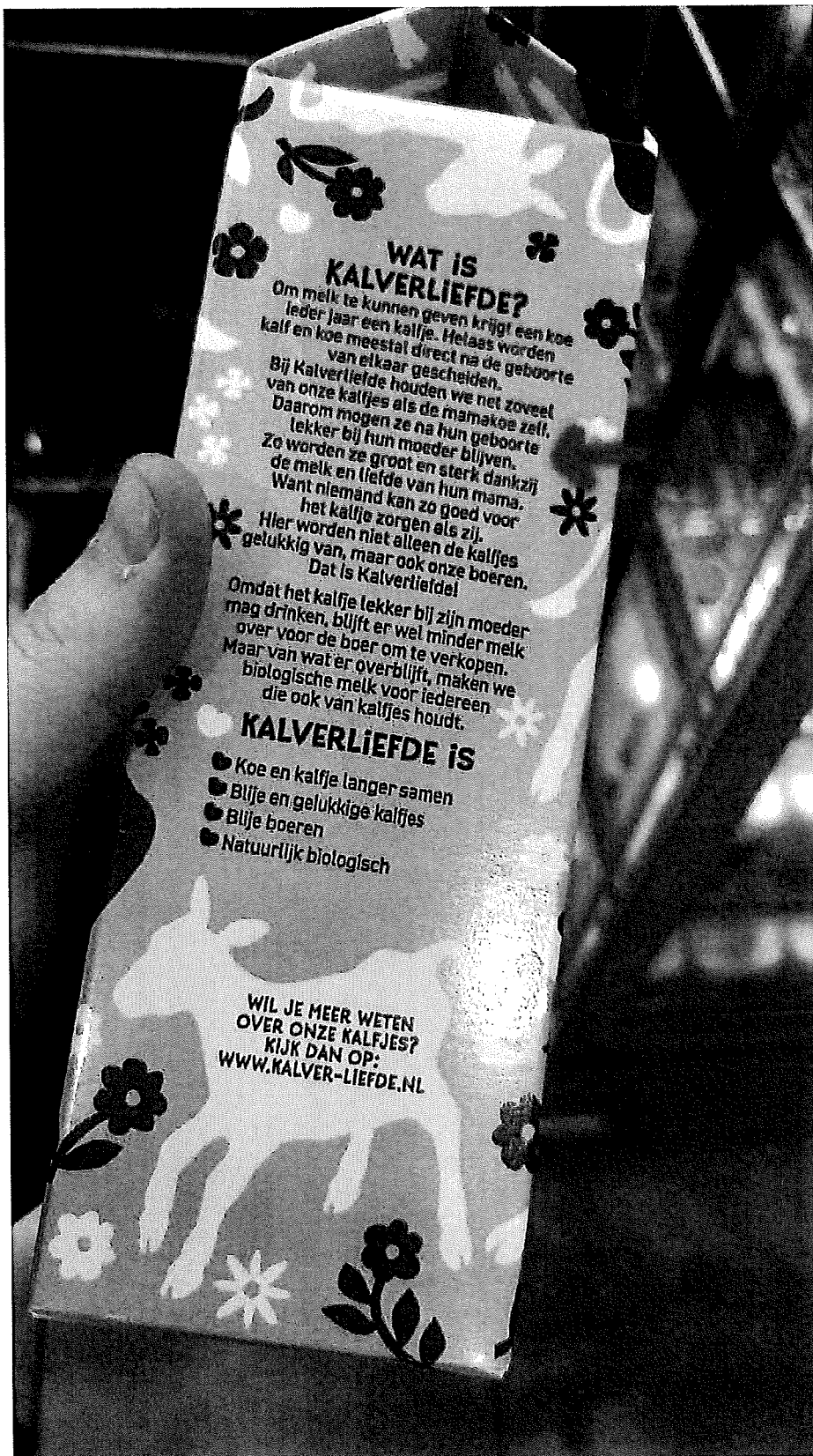
ZO HEBBEN DE KALFJES EEN GOEDE START DANKZIJ DE MELK EN LIEFDE VAN HUN MOEDER.

DIT NOEM JE KALF-BIJ-KOE MELK, MAAR WIJ NOEMEN HET KALVERLIEFDE

**KALVERLIEFDE MELK IS:**

- \* KALFJE BLIJFT LANGER BIJ DE KOE
- \* GEZONDER EN OELIJKER KALFJE
- \* NIET BOMBIJEN
- \* NATUURELIJK BIOLOGISCH

<https://kalver-liefde.nl/>





## BIJLAGE E



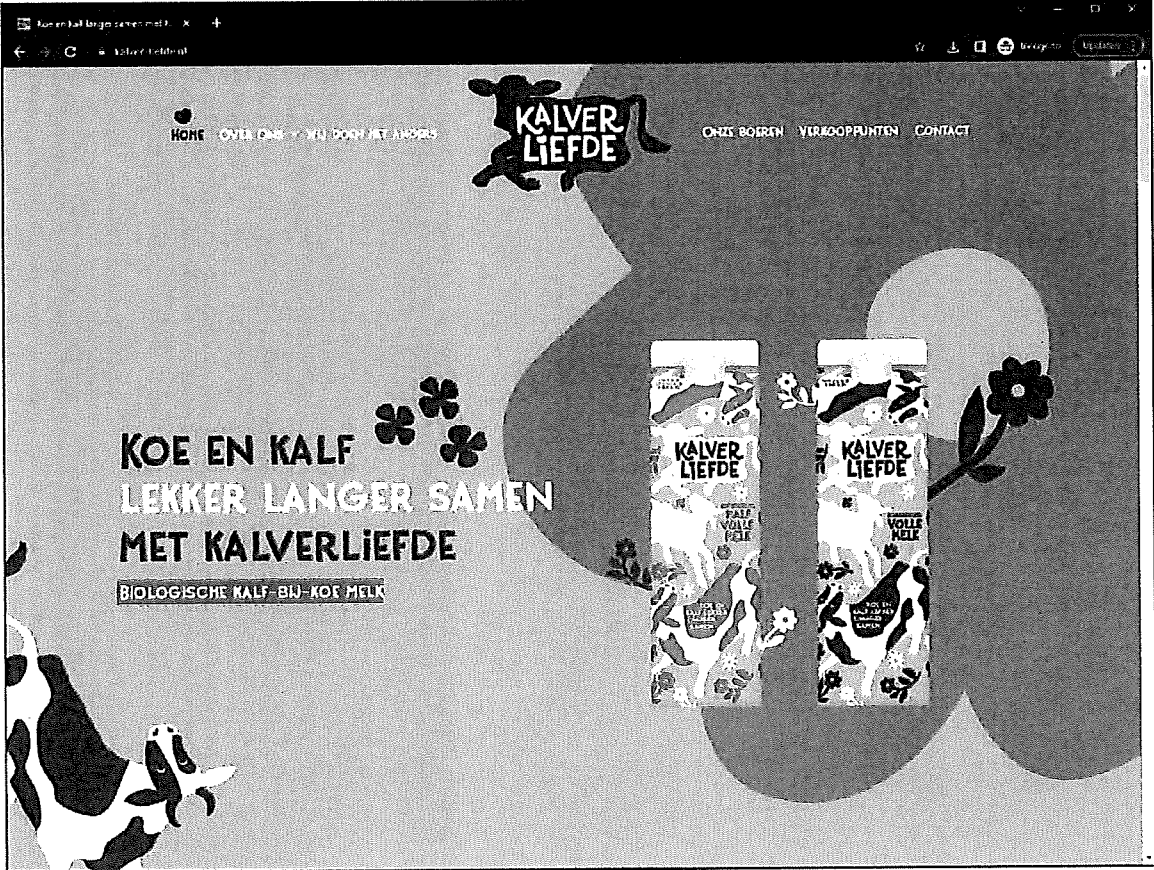
The screenshot shows a web browser window with the URL <https://kalver-liefde.nl/goedgevoel>. The website header includes navigation links: HOME, OVER ONS, VRIJ BOEDEN MET ARDEN, and ONZE BODEN, VERBODPANTEN, CONTACT. The main heading reads "KALVERLIEFDE IS KOE EN KALFJE LEKKER LANGER SAMEN". Below this, a text block explains that biological milk from cows who keep their calves longer is tastier. A button labeled "NAAR ACTIEFORMULIER" is positioned at the bottom of the text area.

KALVERLIEFDE IS BIOLOGISCHE MELK VAN KOELEN DIE HET KALFJE NA DE GEBOORTE BIJ ZICH MOGEN HOUDEN! OM MELK TE KUNNEN GEVEN KRIJGT EEN KOE IEDER JAAR EEN KALFJE, DAT MEESTAL DIRECT NA DE GEBORTE WORDT WEGGEMAALD. BIJ KALVERLIEFDE MOGEN DE KALFJES LEKKER LANGER BIJ HUN MOEDER BLIJVEN, ZO WORDEN ZE GROOT EN STERK DANKZIJ DE MELK EN LIEFDE VAN HUN MAMA. HIERDOOR BLIJFT ER WEL MINDER MELK OVER VOOR DE BOER OM TE VERKOPEN, MAAR VAN WAT ER OVER BLIJFT HAKEN WE HEERLIJKE, VERSE, BIOLOGISCHE MELK. DIE MELK SMAAKT NET ZO LEKKER ALS NORMALE MELK, MAAR GEEFT JE WEL EEN GOED GEVOEL.

NAAR ACTIEFORMULIER

<https://kalver-liefde.nl/goedgevoel>

BIJLAGE F



<https://kalver-liefde.nl/>

## BIJLAGE G

The screenshot shows the AH.nl website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Producten', 'Bonus', 'Recepten', and 'Deals'. A search bar is present with the text 'Waar ben je naar op zoek?'. Below the navigation, there are breadcrumb links: 'Home > Producten > Zuivel, plantaardig en ... > Melk > Volle melk'. The main product is 'Kalverliefde Biologische volle melk', priced at € 2,19 per liter. A 'Voeg toe' button is visible. The product description states: 'Kalverliefde biologische volle melk komt van koeten die hun kalfje na de geboorte bij zich mogen houden. Hierdoor groeien de kalfjes blij en gelukkig op.' Below this, there is a bullet point: '• Afkomstig van koeten die hun kalfje na de geboorte bij zich mogen houden' and another bullet point: '• Biologisch'. There are also social media icons for Facebook and Twitter. On the right side, there is a vertical 'Feedback' button. Below the main product, there are two sections: 'Omschrijving' and 'Anderen kochten ook'. The 'Omschrijving' section includes a bullet point: '• Biologische gepasteuriseerde volle melk'. The 'Extra informatie' section says: 'Kalverliefde zuivel, koe en kalfje lekker langer samen'. The 'Inhoud en gewicht' section indicates '1 Liter'. The 'Anderen kochten ook' section shows two other products: 'Biologisch' for € 5,69 and 'Goudlelie' for € 3,89.

<https://www.ah.nl/producten/product/wi537095/kalverliefde-biologische-volle-melk>



