

“Antimelkreclame van BE Vegan denigreert niet”

nieuws

De reclamecampagne met de slogan "Melk is dodelijk" - begin oktober te zien op trams van De Lijn in Antwerpen en Gent - was niet in strijd met de regels van de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP), het zelfregulerend orgaan van de Belgische reclamesector. Dat heeft BE Vegan zelf gemeld, en de JEP-beslissing is op de site van het orgaan te lezen. “Wij zijn van oordeel dat de reclame geen categorie van personen denigreert en evenmin in strijd is met de JEP-Regels inzake de afbeelding van de mens of met de verschillende punten van de JEP-Regels inzake niet-commerciële reclame”, klinkt het.

© 16 OKTOBER 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:52

Lees meer over:

melkvee

consument

marketing



De reclamecampagne met de slogan "Melk is dodelijk" - begin oktober te zien op trams van De Lijn in Antwerpen en Gent - was niet in strijd met de regels van de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP), het zelfregulerend orgaan van de Belgische reclamesector. Dat heeft BE Vegan zelf gemeld, en de JEP-beslissing is op de site van het orgaan te lezen. “Wij zijn van oordeel dat de reclame geen categorie van personen denigreert en evenmin in strijd is met de JEP-Regels inzake de afbeelding van de mens of met de verschillende punten van de JEP-Regels inzake niet-commerciële reclame”, klinkt het.

De reclame in kwestie wordt door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP) als volgt beschreven: ‘de affiche op voertuigen van De Lijn bevat een afbeelding van een graslandschap bij helderblauwe hemel, met aan de rechterkant een groot glas dat in het gras staat en waarin een witte vloeistof wordt gegoten, met daarbij tevens een druppel rode vloeistof die van de rand van het glas naar beneden loopt. Links bovenaan, tegen de achtergrond van de helderblauwe hemel, in grote witte letters in een wit kader de tekst: “Melk is dodelijk”. Daaronder, tegen de achtergrond van het graslandschap, in kleinere witte letters de tekst: “voor 150.000 Belgische kalfjes per jaar”. Helemaal onderaan het logo van de adverteerder en de tekst: “Zuivel = dierenleed. Kies een plantaardig alternatief. Bevegan.be/melk”.’

De campagne van BE Vegan maakte heel wat los. Zo waren de landbouworganisaties allerminst te spreken over de campagne "Melk is dodelijk voor 150.000 Belgische kalfjes per jaar". In totaal liepen er bij de JEP 167 klachten binnen. Naar aanleiding van die klachten opende de JEP een onderzoek. “Wij willen benadrukken dat we ons beperkt hebben tot de inhoud van de campagne, en die getoetst hebben aan de JEP-regels over niet-commerciële reclame, en we ons dus niet gebogen hebben over het debat over melkconsumptie”, klinkt het. "Dat behoort niet tot onze bevoegdheid.”

Uit dat onderzoek is gebleken dat het logo van de adverteerder duidelijk te zien is. "Het publiek weet zo niet alleen aan welk type argumentatie het zich mag verwachten, maar tevens geacht mag worden er zich rekenschap van te geven dat een en ander een standpunt in een complex debat met voor- en tegenstanders betreft", aldus de beslissing.

Ook het beeld en de bijbehorende tekst heeft volgens de Jury ‘duidelijk betrekking op de gevolgen van een bepaald productieproces voor melkvee die de adverteerder wil aankaarten, en met name niet van aard is om de indruk te creëren dat het product melk als dusdanig schadelijk zou zijn voor de gezondheid van melkdrinker’.

Dat alles past binnen de hoofdboodschap van de adverteerder, aldus de JEP: de nadelen die aan een bepaald product verbonden zijn communiceren, zonder dat het gaat om ‘een stigmatiserende en/of denigrerende communicatie tegen melkveehouders, werknemers in zuivel verwerkende bedrijven of andere betrokkenen in het algemeen’. De JEP merkt nog op dat deze beslissing pas definitief wordt na het verstrijken van de termijn voor het instellen van hoger beroep.

De bewuste reclamecampagne werd na een paar dagen alweer stopgezet, na onderling overleg tussen adverteerder BE Vegan, de Belgische veganismevereniging, en Lijncom, de dochter van De Lijn die de reclameruimte op de trams en bussen verkoopt. “De campagne werd stopgezet omdat ze als kwetsend werd ervaren”, aldus Lijncom.

BE Vegan zegt ‘tevreden’ te zijn met de uitspraak, en verder te gaan met de campagne. Al zal het niet samen met De Lijn zijn. De vervoersmaatschappij liet alvast weten dat ze de campagne niet zal hernemen. "De beslissing om de campagne te stoppen werd los van de JEP-uitspraak genomen", aldus De Lijn-woordvoester Sonja Loos. "We hebben die actie toen, in overleg met BE Vegan, gestopt omdat ze bepaalde groepen kwetst." En wat als er een nieuwe aanvraag komt van de veganistenorganisatie? "We hebben nog geen aanvraag gekregen, maar we blijven als adverteerder open staan voor BE Vegan. Of we een nieuwe campagne zullen plaatsen, zal afhangen van de inhoud."

Bron: Eigen verslaggeving / Belga

Beeld: BE Vegan

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)