nieuws

Studio 100 dagvaardt Greenpeace over charcuteriedispuut

nieuws

Studio 100 heeft Greenpeace gedagvaard in de zaak van de rokende Maya de Bij. Het entertainmentbedrijf uit Schelle eist concreet dat Greenpeace meteen zijn campagne stopzet, het filmpje en beelden laat verwijderen en excuses aanbiedt. "We willen voorkomen dat er nog meer schade wordt aangericht", zegt Jan Pieter Boodts van Studio 100. De heisa ontstond vorige week nadat Greenpeace de Maya-campagne had gelanceerd om Studio 100 aan te zetten te stoppen met het maken van ongezonde charcuterie voor kinderen.

31 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:45

Lees meer over:
marketing



Studio 100 heeft Greenpeace gedagvaard in de zaak van de rokende Maya de Bij. Het entertainmentbedrijf uit Schelle eist concreet dat Greenpeace meteen zijn campagne stopzet, het filmpje en beelden laat verwijderen en excuses aanbiedt. "We willen voorkomen dat er nog meer schade wordt aangericht", zegt Jan Pieter Boodts van Studio 100. De heisa ontstond vorige week nadat Greenpeace de Maya-campagne had gelanceerd om Studio 100 aan te zetten te stoppen met het maken van ongezonde charcuterie voor kinderen.

In een filmpje dat bij de campagne hoort, werden zogezegd sigaretten van Maya de Bij gepromoot. De milieuorganisatie wil dat Studio 100 de charcuterie vervangt door gezonde vegetarische alternatieven of door vlees dat afkomstig is uit lokale en ecologische landbouw. De actie van Greenpeace kwam voor Studio 100 als een complete verrassing. "Wij brengen samen met onze licentienemers een gamma aan gethematiseerde voedingsproducten op de markt", legt Boodts uit. "We leven alle wettelijke en deontologische regels na. Zo ontwikkelden we onder meer ijsjes met tagatose in plaats van suiker en is er een brede keuze aan groenten en fruit bij Lidl."

Reeds enkele maanden was Studio 100 in contact met Greenpeace, onder meer over de uitbreiding van het aanbod met vegetarische producten. "Groot was onze verrassing dat Greenpeace met een agressieve campagne Maya de Bij met tabak en roken associeert. Het spreekt voor zich dat we niet kunnen tolereren dat onze figuren misbruikt worden of in verband wordt gebracht met tabaksproducten", aldus Boodts.

Voor Maya de Bij in het bijzonder is Studio 100 verplicht om het legaat te respecteren van de oorspronkelijke schrijver Waldemar Bonsels. Het legaat van Maya de Bij werd ondergebracht in de Waldemar-Bonsels-Stiftung, een Duitse stichting die leesbevordering in scholen promoot. "Het legaat stipuleert een aantal ethische waarden en normen waaronder een verbod op elke link met tabak. Evident dus dat alle beelden waarop Maya de Bij aanzet tot roken volstrekt onaanvaardbaar zijn", benadrukt Boodts.

Na de lancering van de campagne heeft Studio 100 meermaals aan Greenpeace gevraagd om excuses aan te bieden en alle beelden van een tot roken aanzettende Maya de Bij te verwijderen. Daarop heeft Studio 100 zelf maximale inspanningen geleverd om het bewuste filmpje en de beelden te verwijderen. "Ondertussen zijn de beelden wijd verspreid geraakt op het internet en hebben we alle controle verloren, met de mogelijke negatieve gevolgen van dien."
Omwille van de geleden imagoschade, de overeenkomst met de Waldemar-Bonsels-Stiftung en om verdere schade te voorkomen heeft Studio 100 donderdag juridische actie ondernomen, namelijk het uitsturen van een dagvaarding. Studio 100 eist dat Greenpeace zijn campagne meteen stopzet, het filmpje en beelden laat verwijderen en excuses aanbiedt. Het entertainmentbedrijf blijft nog steeds bereid om met Greenpeace in dialoog te gaan en samen positieve acties op te zetten.
Studio 100 krijgt ook steun van de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP). De JEP oordeelt dat het filmpje met de rokende Maya de Bij in strijd is met de regels voor niet-commerciële reclame. “De gebruikte beelden zijn choquerend van aard en niet in verhouding met het nagestreefde doel van de campagne”, klinkt het. De JEP benadrukt wel dat het zich beperkt tot het onderzoeken van de inhoud van de spot in kwestie, zonder zich te buigen over het debat inzake de consumptie van bewerkt vlees of over kwesties met betrekking tot intellectuele eigendom, die niet binnen haar bevoegdheidsdomein vallen.
"Het spreekt voor zich dat ook niet-commerciële organisaties, zoals Greenpeace, het recht hebben om controversiële communicatie te verspreiden", zegt voorzitter Piet Moons. "Maar in dit geval zijn de gebruikte commerciële middelen buiten proportie." Volgens de JEP lijken de beelden promotie te voeren voor sigaretten voor kinderen door gebruik te maken van een tekenfilmpersonage dat bij hen bekend is en die een meisje tonen met een brandende sigaret in de hand. "De beelden zijn van choquerende aard en tonen geen rechtstreeks verband met de boodschap die de adverteerder wil overbrengen", benadrukt Moons. Om die reden heeft de JEP Greenpeace verzocht om deze spot te wijzigen en bij gebreke daaraan hem niet meer te verspreiden.
Greenpeace bevestigt dat het een dagvaarding van Studio 100 heeft ontvangen. De ngo zegt het te betreuren dat Studio 100 juridische stappen onderneemt. "We staan nu voor een zaak die veel tijd in beslag kan nemen, terwijl het klimaat en de gezondheid van onze kinderen net om snelle actie vragen", luidt de reactie van de milieuorganisatie. "We betreuren bovendien dat Studio 100 nog steeds niet met ons rond de tafel wil zitten", reageert woordvoerder Thomas Leroy. "Dat is tot nu toe nog nooit gebeurd, in tegenstelling tot wat Studio 100 in de pers beweert."
"In plaats van te werken aan een betere toekomst en een echt voorbeeld te zijn voor onze kinderen, kiest Studio 100 blijkbaar liever voor een juridische strijd. Het terugdringen van de vleesconsumptie tegen 2050 blijft ons doel, dus we zetten onze campagne onverminderd voort", benadrukt Leroy. Greenpeace heeft naar eigen zeggen een lange geschiedenis met betrekking tot het parodiëren van merken en karakters. De milieuorganisatie verwijst onder meer naar campagnes die gebruik maakten van Ken en Barbie, Lego, VW, KitKat of Delhaize. "Telkens behaalden we resultaten in de strijd tegen ontbossing, klimaatopwarming en dierenleed. Dat is de maatschappelijke rol die wij moeten spelen."
Greenpeace benadrukt nog dat het liever wil samenwerken met Studio 100 dan te strijden voor de rechter. "Alle partijen kunnen als winnaar uit deze situatie komen, als Studio 100 ingaat op onze uitnodiging en stopt met het verkopen van ongezonde producten, die bovendien slecht zijn voor het klimaat en het milieu."

Bron: Belga

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 |