

Advertenties schadelijk voor veehouders hun adviseurs

Er bestaat sinds 2006 een verbod op het aanprijzen van receptplichtige diergeneesmiddelen richting de eindgebruiker. Tot heden werden veehouders hiervan uitgezonderd omdat ze werden gezien als professionele eindgebruikers. Vanaf 1 januari 2011 geldt dit verbod echter ook voor hen. En ook voor voervoerlichters. Zijn zij plotseling niet meer professioneel?

Het verbod om publieksreclame te maken voor receptplichtige diergeneesmiddelen was destijds bedoeld voor de niet-professionele dierhouder oftewel de eigenaren van honden en katten. Dat betekende dat het wél was toegestaan om reclame te maken richting dierenartsen, dierenartsassistenten, professionele veehouders en hun adviseurs. Kamervragen van de Partij voor de Dieren over het bovenmatige antibioticumbeleid in de veehouderij leidden uiteindelijk tot een politieke keuze voor een reclameverbod. Het verbod gaat naast antibiotica ook gelden voor onder andere vaccins en ontwormingsmiddelen. Alleen dierenartsen mogen de productreclame nog onder ogen krijgen. De fabrikanten van diergeneesmiddelen (FIDIN) zijn niet blij met de nieuwe regeling. Zij willen de veehouders liever zelf informeren over hun producten, zodat de veehouders niet al surfend over het web zelf naar informatie moeten zoeken. Frederik Schutte, woordvoerder van de FIDIN, geeft daarbij aan dat de veehouder heel professioneel is en eindverantwoordelijk voor de gezondheid van zijn vee. Daarom mag je hem op geen enkele manier informatie, in welke vorm dan ook, onthouden.

Veehouder geen informatie onthouden

Jacco Geurts, varkenshouder en woordvoerder van de NVV, is het daarmee roerend eens. Hij vindt dat varkenshouders op een hoog niveau bezig zijn met diergezondheid. En in dat kader mag je, aldus Geurts, deze varkenshouders geen informatie van welke aard dan ook onthouden. Geurts vindt dat dierenartsen nu al te veel een monopoliepositie hebben in de keuze van diergeneesmiddelen. “Die monopoliepositie mag niet verder worden versterkt.” De NVV probeert bij Den Haag het verbod af te wenden. Opmerkelijk is dat LTO er anders over denkt. Maarten Leseman, woordvoerder bij LTO, vindt het reclameverbod geen probleem. “De keuze voor een diergeneesmiddel zou primair moeten liggen bij de dierenarts. De dierenarts moet zich bezig houden met diergezondheid, de veehouder met het managen van zijn bedrijf.”

Henk Vaarkamp, hoogleraar veterinaire apotheek van de faculteit Diergeneeskunde in Utrecht, is een groot voorstander van het verbod. Hij was zelfs nauw betrokken bij de totstandkoming ervan. Hij is een felle tegenstander van propaganda, zoals hij reclame-uitingen noemt. “Verwar informeren en propaganda maken niet met elkaar. Een goede dierenarts kan een veehouder heel helder en duidelijk informeren over diergeneesmiddelen. Daar hebben we geen advertenties in de boerenbladen voor nodig.” Vaarkamp wil dat veehouders goed worden geïnformeerd. Veehouders zouden dan ook toegang moeten krijgen tot wetenschappelijke artikelen over medicijnen. “Maar dat wil de farmacie niet, want soms staan er ook wat negatieve zaken in dergelijke artikelen over producten”.

Ook Alex Spieker, secretaris van pluimveehoudersorganisatie NOP, ziet geen problemen in een verbod op de aanprijzing. Hij benadrukt dat de rol van de dierenarts cruciaal is in de keuze van diergeneesmiddelen. Desgevraagd zegt Spieker dat boeren niet bewust ‘dom’ worden gehouden met dit verbod. De laatste jaren zijn er dusdanig weinig nieuwe middelen op de markt gekomen dat er in zijn ogen toch geen nieuws onder de zon is. Ten slotte vindt Spieker dat je beter via een goed redactioneel artikel melding kunt maken van een nieuwe product dan middels een advertentie.

Informeren of manipuleren

De woordvoerder van het ministerie van EL&I is ervan overtuigd dat er een verband is tussen reclame maken en het bovenmatige gebruik van antibiotica. Volgens hem is er onderscheid tussen reclame maken en voorlichting geven. Reclame maken mag niet meer, maar voorlichting geven wel en dat zal zeker zo blijven. In ieder geval kunnen we om de zoekmachines op het web niet heen. Veehouders surfen veel en dat zal zo blijven. Misschien moet we met dit gegeven in het achterhoofd ons ernstig afvragen of een verbod wel echt iets bijdraagt aan reductie van het gebruik. Of dat andere maatregelen effectiever zijn.

Door: Frank de Vries