KULTUR STYRELSEN

TV 2|DANMARK A/S
Teglholm Allé 16
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

31. januar 2012

Sagsnr: 2011-015714

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.:+45 3373 3335

Klage over tv-reklame for Kvickly sendt på TV 2

Nanna Gersov har den 25. maj 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Kvickly. Reklamen er sendt samme dato på TV 2.

Klager anfører følgende:

"Indslaget er en reklame for Kvickly, hvor man ser det fraskilte par Klaus og Vicky mødes i supermarkedet i forbindelse med at de handler ind hver for sig. Hun skal have en stor fladskærm og siger triumferende ved betalingen: "Ta' r I imod børnecheck", mens manden er ude af sig selv, for han er jo ludfattig og har kun råd til en enkelt vare fra lavprisafdelingen.

Jeg klager over dette måske ved første øjekast harmløse indslag, fordi jeg mener, det sår had imellem kønnene og angriber kvinder ved at mistænkeliggøre fraskilte kvinder og enlige mødre ("Bruger de nu børnechecken på børnene", "Burde de overhovedet have denne børnecheck?" osv.)

Forestil jer at man på samme måde udstillede ældre fordi de får ældrecheck eller mistænkeliggjorde andre for en eller anden ydelse, de får. Det ville nok blive anset for at være for uetisk.

Det samme mener jeg gælder her. Jeg finder reklamen dybt usympatisk og håber, at min klage om ikke andet kan vække til lidt eftertanke.

Tænk også på at vi taler om en BØRNEcheck. Så meget desto vigtigere er det at udvise ansvarlighed og lade være med at gøre børn til gidsler i voksnes indbyrdes anliggender.."

Beskrivelse

TV 2|DANMARK A/S har som bilag til høringssvar af 10. august 2011 fremsendt en dvd med den påklagede reklame, sendt den 25. maj 2011 på TV 2.

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

Reklamen varer ca. 40 sekunder og indledes med, at de to hovedpersoner Klaus og Vicky ses gå ind i Kvickly med hver deres indkøbsvogn. De prøver begge ihærdigt at komme før den anden part ind i butikken. Så snart de er kommet indenfor, drejer de skarpt til hver deres side.

Imens fortæller en speaker, at Klaus og Vicky er skilt, men at de stadig har tre ting til fælles: deres to børn og deres Kvickly.

Herefter ses Klaus, der gemmer sig bag en af hylderne med madvarer. Han udspionerer sin ekskone Vicky, der er ude at købe stort ind. Hun lægger blandt andet dyre bøffer, børnetøj og et stort fladskærms-tv ned i sin indkøbsvogn.

Da hun går op til kassen for at betale, stiller han sig for enden af varebåndet som den næste kunde i køen. Han stiller demonstrativt en enkelt dåse på varebåndet, hvorefter han siger:

"Nåh, du har rigtig nok råd til det, hva'?"

Kassedamen er færdig med at scanne varerne ind og spørger Vicky, hvordan hun ønsker at betale, hvortil Vicky smiler og siger:

"Tager I børnecheck?"

Herefter slår manden hovedet ned i varebåndet.

Efterfølgende fortæller en speaker, at Kvickly fejrer 50 års jubilæum med ekstra gode priser, såsom et Phillips 42" fladskærms-tv til kun 2.999 kr. eller otte Premium oksebøffer til kun 195 kr., og imens vises de pågældende tilbudsvarer.

Høringssvar

TV 2|DANMARK A/S

TV 2|DANMARK A/S har i høringssvar af 10. august 2011 anført følgende til klagen:

"…

Radio- og TV-nævnet har anmodet TV 2/DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende lovligheden af en TV-reklame for Kvickly.

Anledningen er en klage til Nævnet fra Nanna Gersov, som mener, at reklamen sår had mellem kønnene og angriber kvinder ved at mistænkeliggøre fraskilte kvinder og enlige mødre.

Reklamen for Kvickly er en ud af en serie af reklamer der alle omhandler det fraskilte par Klaus og Vicky. Filmene omhandler Klaus og Vickys møder i den lokale Kvickly og er karakteriseret ved parrets gensidige, godmodige, drillerier.

Vi har opfattet reklamen som en humoristisk fortælling om livet i Kvickly. Vi har ved vurderingen lagt vægt på, at tonen mellem de tidligere ægtefæller aldrig bliver ondsindet eller nedsættende men mere har form af en verbal, venligsindet, fægtekamp.

Herudover har vi lægt vægt på, at reklamens tone tydeligt understreger, at reklamen skal ses som en humoristisk fortælling om spillet mellem to ligeværdige parter som måske ikke er helt færdige med hinanden.

Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamen ikke kan siges at så had mellem kønnene eller på anden vis stride mod Reklamebekendtgørelsens krav om hensyn til behørig social ansvarsfølelse.

…"

Coop Danmark A/S

Coop Danmark A/S har i høringssvar af 11. august 2011 anført følgende bemærkninger til Nanna Gersovs klage:

"…

Klaus & Vicky er et karikeret reklamefilmsunivers, der med humor og glimt i øjet sætter det moderne parforhold på spidsen. I filmene følger vi det fraskilte par Klaus & Vicky, der mødes i Kvickly og "udsætter" hinanden for kærlige drillerier. Sandheden er dog, at de har en utrolig tæt samhørighed, for i bund og grund elsker de stadig hinanden.

Reklamefilmene har til formål at skabe en tæt relation til publikum ved at skildre følelser, som seeren kender til fra sin egen hverdag. Filmene er således et ironisk og humoristisk spejlbillede af vores hverdag og har ikke til formål at skabe splid imellem kønnene. Tværtimod. De er en velmenende opfordring til at tage livet lidt lettere, og måske udvise overskud nok til at lave lidt sjov med hinanden i hverdagen.

Den omtalte film er en del af en serie, hvor Klaus og Vicky skiftes til at levere den sidste replik. De skiftes således til at "vinde". I denne film bruger Vicky begrebet børnecheck til på en humoristisk måde at "tage stikket hjem". Der er altså ikke tale om en konkret børnecheck, men om en rap replik, der skal lukke munden på Klaus. Replikken leveres med et indforstået smil, der understreger ironien. En ironi, der også kommer til udtryk i skuespillet, musikken, speakeren – og det faktum, at det slet ikke er muligt at betale med børnecheck i Kvickly.

…"

Radio- og tv-nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 23. januar 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Nanna Gersov har klaget til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Kvickly. Klager anfører, at reklamen for Kvickly er diskriminerende i forhold til kønnene, idet hun mener, at reklamen sår had mellem kønnene og angriber kvinder ved at mistænkeliggøre fraskilte kvinder og enlige mødre.

I henhold til § 10, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, må reklamer bl.a. ikke indeholde eller fremme nogen forskelsbehandling på grund af køn.

Det følger endvidere af reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, at reklamer i radio og fjernsyn, som al anden reklame, skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig samt være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Reklamen i nærværende sag viser et fraskilt ægtepar, der begge er ude og købe ind i Kvickly. Eksmanden gemmer sig bag hylderne med madvarer og udspionerer sin ekskone, mens hun køber ind. Da ekskonen skal betale for varerne, kommenterer eksmanden på hendes dyre indkøb. I stedet for at svare henvender ekskonen sig til kassedamen og spørger, om butikken modtager børnecheck.

Spørgsmålet er herefter, om reklamen indeholder eller fremmer nogen forskelsbehandling på grund af køn.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at mandens kommentar til ekskonen fremstår ironisk. Ligeledes finder Nævnet, at kvindens henvendelse til

kassedamen bærer præg af ironi. Kvindens spørgsmål til kassedamen om, hvorvidt Kvickly tager imod børnecheck, skal efter Nævnets vurdering opfattes som et humoristisk svar på tiltale rettet til eksmanden. Scenen kan af seeren gennemskues som et harmløst drilleri mellem fraskilte ægtefæller, og Nævnet er ikke af den opfattelse, at reklamen fremstiller fraskilte kvinder og enlige mødre i et negativt lys.

På den baggrund finder Nævnet ikke, at reklamen indeholder elementer af forskelsbehandling eller fremmer forskelsbehandling på grund af køn i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklame.

Spørgsmålet er herefter, om reklamen er udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Der er som ovenfor anført tale om uskyldige drillerier mellem fraskilte ægtefæller. Nævnet er ikke af den opfattelse, at reklamen på upassende vis spiller på konflikter mellem personer i skilsmissesituationer, og Nævnet finder derfor ikke, at reklamen er udformet i strid med kravet om, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for Kvickly, sendt den 25. maj 2011 på TV 2, er ikke i strid med § 8, stk. 1, og § 10, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig
formand

/Maria Magelund Madsen
nævnssekretær

Kopi sendt til:
Klager, Nanna Gersov