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: 2011-015675

Maria Magelund Madsen
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3335

Klage over tv-reklame for XL Byg (Strip) sendt på TV 2

Sidsel Zandar har den 25. maj 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for XL Byg, sendt den 25. maj 2011 kl. 20.58 på TV 2. Klager gør gældende, at reklamen er pornografisk, udnytter kvinders seksualitet og sender et uheldigt signal til børn og unge.

Klager har anført følgende:

"…

Jeg vil gerne indberette en klage/udvise min utilfredshed over XL Byg's nye reklame med en stripper.

Jeg synes, det er en tarvelig måde at skabe blikfang på. Man kunne sagtens have lavet en anden situation med samme koncept, og det knuser mit hjerte, at kvinders seksualitet gang på gang skal udnyttes til salg af produkter. Reklamen bliver sendt på alle tidspunkter og bliver derfor også set af en masse børn, som danner en masse spørgsmål omkring det. Det kan ikke være rigtigt at man ikke kan blive fri for strip og pornografi i din dagligdag, men at reklamebranchen har lov til at kaste det i hovedet på én. Ved at sådanne ting bruges i reklamer, sender det også et signal til børn og unge om, at den slags "kvinde-salg" er normalt og åbenbart accepteret nok til, at det kan blive sendt i tv midt på dagen.

Jeg synes, igen, ikke det kan være rigtigt, at man som voksent menneske ikke kan få lov til at leve et liv, hvor man fravælger kvindesalg; pornografi, strip, m.m., og at man samtidig ikke kan beskytte sine børn mod det.

…"

Beskrivelse

TV 2|DANMARK A/S har i forbindelse med høringssvar af 8. august 2011 fremsendt den påklagede tv-reklame for XL Byg (Strip), der varer 30 sekunder.

EAN: 5798000793989

CVR: 56798110

I reklamen ses tre mænd, som sidder i et sofaarrangement. Der er musik i baggrunden og mændene nikker i takt til musikken, mens de stirrer lige frem.

Foran mændene står en ung, lyshåret kvinde iført en lille bikini på en scene og det bliver tydeligt, at situationen foregår på en stripklub. Kvinden bevæger sig til musikken og svinger sig om stripperstangen. Herefter stiller hun sig med ryggen til mændene og tager sin bikinitop af.

Manden, som sidder i midten af sofaen, rejser sig op, peger og siger:

"Hey… Har I set den stang dér! Og hvordan den er sat fast med de beslag? Det ku' være så perfekt til den trappe, jeg er ved at bygge derhjemme – tror I ikke?"

Den ene af de to andre mænd hiver ham ned i sofaen igen, så de kan se kvinden ved stripperstangen.

I et kort og flygtigt klip vises kvinden, som smider sin bikinitop ned blandt publikum. Kvindens bryster ses ikke, da hun dækker dem til med sine arme. Bikinitoppen lander på manden, som sidder i midten af sofaen.

De tre mænd ser på bikinitoppen og smiler, hvorefter de vender blikket op mod kvinden ved stripperstangen.

Herefter siger en speaker følgende:

"Det er ikke alle, der orker at høre om dit byggeprojekt... XL Byg gør! Book et gratis og uforpligtende møde med en fagmand i din lokale XL Byg. Så er du godt i gang."

Samtidig ses et kort klip, hvor en fagmand fra XL Byg og en anden mand sidder og snakker henover et bord i et XL Byg Rådgivningscenter. I forretningen ses skilte, hvorpå der står XL Byg og i baggrunden står endnu en XL Byg-medarbejder og taler med en kunde.

Reklamen afsluttes med, at der på skærmen står følgende:

"XL BYG – så er du godt i gang. Send XL til 1277 – så ringer vi dig op. Pris alm. sms takst."

Kvinden vises i alt i ca. 4 sekunder.

Høring

TV 2|DANMARK A/S
I høringssvar af 8. august 2011 har TV 2|DANMARK A/S anført følgende til Sidsel Zandars klage:

"…

Radio- og TV-nævnet har ved brev af 29. juni 2011 anmodet TV 2|DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende lovligheden af en TV-reklame for XL Byg – "Strip".

Anledningen er en klage til nævnet fra Sidsel Zandar, som bl.a. mener, at reklamen er pornografisk, at den udnytter kvinders seksualitet, og at den sender et uheldigt signal til børn og unge.

I reklamen ses tre mænd siddende i en sofa, på hvad der tydeligvis er en stripklub. På en lille scene med en stripperstang er en kvinde i gang med et stripshow – hun er iført en guldbikini og vender ryggen til, inden hun affører sig bikinitoppen. De tre mænd i sofaen ser ud til at nyde showet, og den ene rejser sig begejstret op og udbryder: "Se den stang der! Hvordan er den sat fast med de beslag? Det kunne være så perfekt til den trappe, jeg er ved at bygge derhjemme, tror I ikke?".

Én af kammeraterne hiver ham lettere irriteret ned i sofaen igen, og da kvinden på scenen herefter smider sin bikinitop ned i skødet på ham, ser han en smule betuttet ud, mens hans to kammerater kigger op mod scenen med et fjoget grin. Imens hører man en speaker sige: "Det er ikke alle, der orker at høre om dit byggeprojekt – XL Byg gør. Book et gratis og uforpligtende møde med en fagmand i din lokale XL Byg – så er du godt i gang."

Under den sidste del af speaken ser man et XL Rådgivningscenter, hvor to mænd, den ene fra XL Byg, sidder og ser på nogle skitser på et bord. I baggrunden står endnu en XL Byg-medarbejder og taler med en kunde. Reklamen afsluttes med et skilt med XL Byg's logo og pay-off.

Reklamen er én ud af en serie på foreløbig fem film, og i alle filmene forsøger hovedpersonen at inddrage andre i sit byggeprojekt, tilsyneladende fuldstændig blottet for situationsfornemmelse. I det påklagede spot er pointen således også, at hovedpersonens kammerater – ikke overraskende – er mere interesserede i stripperens optræden, end i vennens overvejelser om de tekniske forhold vedrørende stangens montering.

Tonen og handlingen i reklamen er klart humoristisk, og vi har ved vurderingen af reklamen på ingen måde set stripperens optræden som værende nedsættende overfor kvinder i almindelighed, eller for den sags skyld som en blåstempling eller promovering af pornografi. Der er efter vores opfattelse intet i mændenes adfærd eller i handlingen i øvrigt, der kan ses som en opfordring til at besøge en stripklub.

Herudover kan man diskutere, om ikke det i højere grad er de medvirkende mænd, der udstilles i reklamen. De fremstår umiddelbart ikke særlig kvikke, nærmere en smule primitive.

Det er desuden fuldt ud lovligt både at udbyde og overvære stripshows, men vi har naturligvis lagt vægt på, at der ikke i reklamen vises bryster eller kønsdele, og at de få klip med stripperen er forholdsvist uskyldige. Vi har således ikke vurderet, at reklamen er i strid med § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklame og sponsorering, hvorefter en reklame skal være "sømmelig" og "udformet med behørig social ansvarsfølelse".

I forhold til klagerens bemærkninger omkring påvirkningen af de yngre seere kan det oplyses, at reklamen ikke har været vist rundt om programmer rettet mod børn. Derudover har vi ikke vurderet reklamens indhold som værende af så explicit seksuel karakter, at der har skullet lægges yderligere begrænsninger på kampagnens visningstidspunkter.

Samlet set er det TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at reklamen ikke er i strid med § 8, stk. 1, i Bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

…"

Brandhouse A/S

Annoncørens reklamebureau, Brandhouse A/S, er fremkommet med følgende bemærkninger:

"…

TV 2 har anmodet os om at afgive en udtalelse i forbindelse med, at Radio- og tv-nævnet har modtaget klage af 25. maj 2011 fra Sidsel Zandar, der klager over XL-Byg' s tv-reklame "Stripperen", sendt den 25. maj 2011 på Tv 2 og TV 2 Zulu.

Reklamebureauet Brandhouse, der har udarbejdet filmen for XL-Byg beklager, at Sidsel Zandar har følt sig stødt over den viste tv-reklame. Det har bestemt ikke været hensigten at støde nogen med udsendelse af reklamen.

XL-Byg har i samarbejde med Brandhouse udarbejdet en reklamekampagne på i alt 5 tv-reklamer for XL-Bygs Rådgivningscenter, som primært henvender sig til mænd over 40 år. Alle film er bygget op over samme skabelon, som anvender humor og overraskelse som væsentlige virkemidler i nogle akavede situationer.

I hver film vises der en kendt situation, hvor der forventes en særlig opmærksomhed fra den mandlige hovedperson. Når hovedpersonen i stedet begynder at tale om sine byggeprojekter, er det overraskende og helt malplaceret, og det er i hvert fald ikke noget de øvrige personer ønsker at høre om. Pointen er, at det ikke er alle, der gider at høre (mere) om dine byggeprojekter, men det gør vi hos XL-Byg, hvor du altid kan få råd og vejledning fra fagkyndige personer.

Det er vores opfattelse, at fokus i den konkrete film er hos de tre mænd i sofaen. Kvinden vises kun i korte sekvenser, bryster og kønsdele er tildækket, og det er tilstræbt at gøre fremtoningen neutral og ikke anstødelig i situationen, fordi billederne blot skal være med til at sætte rammen for den absurde situation, manden med byggeprojektet optræder i.

Reklamefilmen tilskynder ikke efter vores opfattelse til kvindesalg, pornografi eller strip. Virkemidlerne i filmen er stærkt overdrevne og klichéagtige og tonen er humoristisk og sober. Samtidig er kombinationen af strip og samtale om byggeprojekter det, der efter vores opfattelse gør, at filmen fremtræder humoristisk frem for sexistisk.

…"

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:

Sidsel Zandar har den 25. maj 2011 indgivet klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for XL Byg, sendt den 25. maj 2011 kl. 20.58 på TV 2.

Klager anfører, at reklamen er pornografisk, udnytter kvinders seksualitet og sender et uheldigt signal til børn og unge.

I henhold til § 8, stk. 1, 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, skal al reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig samt være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Endvidere foreskriver § 10, stk. 2, i samme bekendtgørelse, at reklamer ikke må være diskriminerende med hensyn til bl.a. køn.

Radio- og tv-nævnet skal indledningsvis bemærke, at Nævnet i sin afgørelse af 2. april 2007 om klage over pornografisk tv-reklame sendt på Kanal København tog stilling til en tv-reklame for "Vangs Automobiler"; som efter Nævnets opfattelse ikke var usømmelig, men til gengæld fandtes at være diskriminerende med hensyn til køn. Nævnet lagde herunder vægt på, at kvinden i reklamen var iført bikini, således at der ikke blev vist kønsorganer, samt at reklamen ikke i øvrigt indeholdt pornografiske elementer, hvorfor den ikke kunne antages at være usømmelig. I den pågældende afgørelse fandt Nævnet imidlertid, at kvinden i reklamen blev fremstillet som et sexobjekt uden sammenhæng med produktet, der blev reklameret for, og at reklamen, uanset en prætenderet humor, overskred den accepterede grænse for brug af kvinder som blikfang. Reklamen fandtes derfor at være diskriminerende med hensyn til køn.

I sin afgørelse af 19. december 2008 tog Radio- og tv-nævnet stilling til en klage over en lignende tv-reklame for Fleggaard. I den pågældende reklame vises fire unge, lyshårede kvinder kun iført undertøj på en åben trailer efter en Fleggaard-bil. De tre af kvinderne leger med hver deres hundehvalp, mens den fjerde vrider sig om en ”stripperstang”. Bilen, som kører lige efter traileren, føres af en mand, der kigger begejstret på kvinderne, vinker og sender fingerkys. I forhold til den ovenfor nævnte afgørelse af 2. april 2007 vedrørende "Vangs Automobiler" fandt Radio- og tv-nævnet, at der i tv-reklamen for Fleggaard var betydeligt mindre fokus på kvinderne som blikfang; dels fordi kvinderne kun blev vist ca. 10 sekunder ud af reklamens samlede varighed på 40 sekunder; dels fordi der blev filmet på betydelig længere afstand. Endelig lagde Nævnet vægt på, at reklamens koncept tillige var baseret på at gøre grin med den mandlige bilist. I den pågældende afgørelse fandt Radio- og tv-nævnet derfor ikke, at tv-reklamen for Fleggaard var usømmelig eller kønsdiskriminerende, ligesom den ikke var i strid med kravet om, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

For så vidt angår den reklame, der er til bedømmelse i nærværende sag, gøres der i lighed med ovennævnte tv-reklamer brug af en ung, lyshåret og letpåklædt kvinde.

Reklamen foregår på en stripklub og centrerer sig navnlig om en af de tre mænd, der forgæves forsøger at henlede de to andre mænds opmærksomhed på stripperstangens tekniske montering.

De to andre mænd er imidlertid meget optaget af kvinden, der står på scenen foran dem og bevæger sig til musikken. Kvinden er iført en lille bikini og vrider sig om en "stripperstang". Hun vender ryggen til og tager sin bikinitop af, hvorefter hun smider toppen ned i skødet på den mand, hvis koncentration er rettet mod stripperstangen. Kvindens bryster ses ikke, idet hun dækker dem til med sine arme.

Spørgsmålet er herefter, om reklamen er usømmelig.

Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at kvindens "dans" kan betegnes som seksuelt udfordrende, men at hendes opførsel ikke overskrider grænsen til det anstødelige. Kvinden vises endvidere kun i ca. 4 sekunder ud af reklamens samlede varighed på ca. 30 sekunder. Endelig er kvindens bryster og kønsorganer tildækket, idet hun er iført en bikini og siden dækker brysterne til med armene. Samlet set er det derfor Nævnets vurdering, at kvinden hverken fremstår usømmelig i sin påklædning eller opførsel. Endvidere finder Nævnet ikke, at reklamen i øvrigt indeholder pornografiske elementer.

Spørgsmålet er herefter, om reklamen er diskriminerende med hensyn til køn.

Efter Radio- og tv-nævnets opfattelse er der ingen sammenhæng mellem reklamens brug af kvinden som blikfang og det annoncerede produkt eller tjenesteydelse. Kvinden ses imidlertid kun i flygtige klip, der samlet har en varighed på ca. 4 sekunder ud af reklamens samlede varighed på 30 sekunder, og hun er tillige filmet fra en vis afstand. Det er på den baggrund Radio- og tv-nævnets opfattelse, at der i reklamen snarere fokuseres på de tre mænd i sofaen, end på kvinden.

Reklamen viser tre mænd, hvis opmærksomhed er koncentreret om en kvindelig stripper og som pludselig forstyrres af, at den ene af mændene rejser sig og begynder at tale om stripperstangens tekniske montering. Reklamen latterliggør således de tre mænd, og det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at reklamen fremstår som humoristisk i sin latterliggørelse af de mandlige tilskuere.

Samlet set finder Radio- og tv-nævnet derfor ikke, at den påklagede tv-reklame for XL Byg er i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklame, ligesom den ikke er i strid med kravet om, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

På denne baggrund har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for XL Byg (Strip), sendt på TV 2 den 25. maj 2011 kl. 20.58, er hverken usømmelig eller diskriminerende med hensyn til køn, ligesom den heller ikke er i strid med kravet om, at reklamer skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse, jf. § 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 til:
Klager, Sidsel Zandar