KULTUR STYRELSEN

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

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

25. februar 2014

Sagsnr. 2014-001065

Louise Nygaard Andersen
Fuldmægtig, cand.jur.

lna@kulturstyrelsen.dk
Direkte tlf.: 33 73 33 51

Klage over kønsdiskriminerende reklame for Fitness World vist på TV 2

Nete Sølvssøe har ved mail, oversendt fra Forbrugerombudsmanden den 14. januar 2014, klaget over en tv-reklame for Fitness World vist på TV 2 senest i uge 2 i 2014.

Klager er af den opfattelse, at reklamen sprænger grænserne for, hvad der kan vises på tv uden at krænke kvinder.

Klager anfører, at reklamens fokus ligger på pigens krop, sved og at der dvæles unødigt længe på pigens kavalergang, hvilket medfører, at reklamen opfattes som én lang seksuel handling - bare med en motorsav.

Klager anfører endvidere, at kvindekroppen misbruges til salg af et produkt, der intet har at gøre med "nøgen kvinde med motorsav".

Beskrivelse
TV 2 DANMARK A/S har som bilag til høringssvar af 3. februar 2014 vedlagt en optagelse af den påklagede reklamefilm. Reklamen varer ca. 30 sekunder.

Reklamen indledes med en kort sekvens, hvor en ung kvinde starter en motorsav inde i et træningscenter. Kvinden har svedig bar mave og er iført korte, lilla shorts og en sort træningstop. Herudover er hun også iført beskyttelsesudstyr i form af høreværn, hjelm med transparent visir ned over øjnene samt arbejdshandsker.

Herefter starter musikken, som blandes med lyden af den tændte motorsav. Kvinden saver en sofa foran sig midt over, så den ødelægges.

I næste sekvens løfter pigen visiret og kigger selvsikkert ind i kameraet. Speakeren siger:

"I januar går Fitness World til kamp mod sofaen og giver dig Fatburner Bootcamp. Et otte ugers forløb, der nok skal få dig i gang".

Under speaket vises korte klip af svedige unge mænd og kvinder i forskellige træningssituationer, herunder bl.a. træning med håndvægte, en kvinde der sjipper i sjippetov og en ung mand der tørrer sveden af panden.

Herefter ses et fitnesshold med unge kvinder, der dyrker steptræning, og speakeren fortsætter:

"Lige nu får du oprettelsen til halv pris. Træn herefter fra 149,- pr. måned"

Reklamen afsluttes ved at vende tilbage til den unge kvinde, der nu poserer med motorsaven i hånden og hvilende på hoften ved siden af den ødelagte sofa. Sofaen braser sammen, og Fitness Worlds logo fremkommer i midten af skærmbilledet.

"Bekæmp sofaen. Meld dig ind nu på fitnessworld.dk"

Høringssvar

TV 2 DANMARK A/S
TV 2 DANMARK A/S har i høringssvar af 3. februar 2014 oplyst, at stationen opfatter reklamen som en præsentation af et særligt tilbud fra Fitness World og ser indledningen som en humoristisk visualisering af udtrykket "bekæmp sofaen" i betydningen "at tage sig sammen og komme op af sofaen".

TV 2 DANMARK A/S bemærker i relation til fremstillingen af kvinden, at hun er klædt i både træningsshorts og træningsoverdel. Det har endvidere efter TV 2 DANMARK A/S' opfattelse betydning, at selvom denne fremstilling nok er sensuel, så er kvinden samtidig både handlekraftig og fokuseret.

TV 2 DANMARK A/S finder ikke, at reklamens illustration af at "tage kampen op mod sofaen" går over grænserne for anvendelse af kroppen som blikfang i det generelle mode- og mediebillede i Danmark.

TV 2 DANMARK A/S anfører endvidere, at såvel kvinden som kvindens påklædning samt det faktum, at hun fremstår lettere svedig, har en fin sammenhæng med det produkt, der søges afsat, nemlig fitnesstræning. De "uvedkommende elementer" i reklamen er således ikke den letpåklædte kvinde, men derimod motorsaven, beskyttelsesudstyret samt sofaen.

Efter TV 2 DANMARK A/S' opfattelse indeholder reklamen hverken billeder eller handlinger, der kan betegnes som usømmelige, krænkende eller diskriminerende. Reklamens brug af kvinde- og mandekroppe i promoveringen af et fitnesstilbud kan ikke siges at støde an mod den fremherskende moralopfattelse i det danske samfund.

Samlet set finder TV 2 DANMARK A/S ikke, at reklamen for Fitness World er i strid med reklamebekendtgørelsen.

Fitness World
Fitness World har i høringsskrivelse af 3. februar 2014 fremkommet med følgende bemærkninger til klagen:

Pigen i reklamefilmen, som angives at være en af Fitness Worlds faste modeller, bærer trænings-top og shorts. Fitness World finder ikke, at pigens kavalergang er eksponeret isoleret, da den udelukkende indgår i billeder, hvor nærtliggende kropsdele såsom ansigtet vises.

Temaet er udelukkende en sjov og karikeret tilgang til sloganet: "Til kamp mod sofaen".

Radio- og tv-nævnets vurdering
Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 1188 af 23. september 2013, på sit møde den 21. februar 2014 behandlet sagen og skal udtale:

I henhold til § 7, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 801 af 21. juni 2013 om reklamer og sponsorering mv. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (reklamebekendtgørelsen), skal en reklame være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Endvidere foreskriver § 9, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, at reklamer i radio og fjernsyn ikke må skade respekten for den menneskelige værdighed eller indeholde eller fremme nogen forskelsbehandling på baggrund af køn.

Radio- og tv-nævnet har i en række lignende sager taget stilling til reklamers anvendelse af kvinder som blikfang. I en afgørelse af 2. april 2007 fandt nævnet, at en lignende tv-reklame var sømmelig, eftersom kvinden var iført bikini, således at der ikke blev vist blottede bryster eller kønsorganer. Til gengæld fandtes reklamen at være i strid med forbuddet mod at diskriminere på baggrund af køn. Nævnet fandt, at kvinden i reklamen blev fremstillet som et sexobjekt uden sammenhæng med det produkt, der blev reklameret for, og at reklamen; uanset en prætenderet humor, overskred den accepterede grænse for brug af kvinder som blikfang.

Den indklagede tv-reklame benytter sig i lighed med ovennævnte tv-reklame af en ung og letpåklædt kvinde.

Spørgsmålet er derfor først, om reklamen er usømmelig.

Kvinden med motorsaven er iført træningstøj, der dækker såvel bryster som kønsorganer. Radio- og tv-nævnet finder hverken, at kvindens påklædning eller måden hun fremstilles på er usømmelig.

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

Fitness World er et træningscenter, der lancerer en kampagne, hvor de "går til kamp mod sofaen". Dette slogan illustreres på humoristisk vis i reklamen ved at lade en veltrænet kvinde save en sofa over i to. Alle medvirkende i reklamen er iført træningstøj og har svedige kroppe. På denne baggrund finder Radio- og tv-nævnet, at der er en klar sammenhæng mellem produktet og reklamens indhold.

Kvinden med motorsaven eksponeres i sammenlagt 13 af de 30 sekunder, reklamen varer. Kvinden er veltrænet, svedig og iført en let påklædning, hvilket bevirker, at scenen med motorsaven får en sensuel karakter. Kvinden udviser dog på samme tid både selvstændighed, styrke og handlekraft. Radio- og tv-nævnet finder ikke, at kvinden reduceres til et sexobjekt.

Efter en samlet vurdering finder Radio- og tv-nævnet ikke, at den påklagede tv-reklame går over grænsen for anvendelsen af kvinder som blikfang. Reklamen er dermed ikke i strid med forbuddet mod kønsdiskriminerende reklame.

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

AFGØRELSE:

Reklamen for Fitness World vist på TV 2 senest i uge 2 i 2014 er ikke udformet i strid med § 9, stk. 2, og § 7, stk. 1, i reklamebekendtgørelsen.

Mads Bryde Andersen
Formand

/Louise Nygaard Andersen
Nævnssekretær

Kopi sendt til:
Nete Sølvssøe
Fitness World til orientering