

RADIO- OG TV-NÆVNET

TV 2 Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup

5. april 2001

Radio- og tv-nævnet har modtaget fire klager over reklamen for Steff Houlberg ”Antonius”, der er udsendt på TV 2. Klagerne giver udtryk for, at reklamen er usmagelig, fordi den viser, at det er i orden at lære sit barn at stjæle. Reklamen er medvirkende til at lære børn og unge, at man må tage, hvad man har lyst til. Endvidere påpeger en klager, at reklamen er en hån mod god børneopdragelse, fordi den fremstiller børn og forældre som direkte modbydelige over for ældre medborgere.

Reklamen foregår i et supermarked, hvor en ældre kvinde tager den sidste pakke koteletter fra køledisken. En lille, yndig pige stiller sig op foran kvinden og forsøger på alle måder at charmere den ældre kvinde og holde hendes opmærksomhed fanget - hun smiler, vinker, holder ud i kjolen og drejer sig rundt. Kvinden betragter høfligt smilende den lille pige. Imedens hendes opmærksomhed er rettet mod pigens, lister en yngre kvinde - angiveligt pigens mor - forsigtigt pakken med koteletter op af den ældre kvindes indkøbskurv. Pigen holder øje med sin mor og rækker pludselig tunge ad den ældre dame, samtidig med at hun siger en drillende lyd. Pigen går hen til sin mor, som tager hende i hånden og sammen går de videre - pigens glad hoppende ved siden af moderen. En tekst: ”Selvfølgelig skal du ha’ det bedste. Antonius” kører hen over skærmen, hvor der vises en tallerken mad. Til slut høres pigens latter. Under hele reklamen høres en munter melodi.

RADIO- OG TV-NÆVNET

MEDIE- OG
TILSKUDSSEKRETARIATET

NYBROGADE 10
1203 KØBENHAVN K
TELEFON 33 92 30 40
FAX 33 14 64 28
rtv@mediesekretariat.dk
www.mediesekretariat.dk

Annoncøren har den 20. februar 2001 udtalt, at reklamens hensigt alene har været på en overraskende, åbenbart karikeret og humoristisk måde at illustrere, at alle midler gælder for at få det bedste kødprodukt. Stemningen i reklamen er præget af positiv lethed og åbenhed, som understreges af en ”eventyragtig” underlægningsmusik. Reklamen udtrykker derfor en afslappet stemning frem for at signalere tyvagtighed og amoralsk adfærd.

Endvidere påpeger annoncøren, at reklamens handling bevidst finder sted før der har været tale om en egentlig købshandling og betaling, hvorfor der er tale om en handling, som i sig selv ikke er kriminaliseret. Efter annoncørens opfattelse inddrager reklamen nogle naturlige midler - leg og drillerier - som eksisterer i børnenes verden, og som de bevidst/ubevidst bruger hver dag. Annoncøren mener ikke, at oplevelsen heraf vil være overraskende eller moralsk skelsættende for hverken yngre eller ældre generationer, ej heller vil den påvirke børns fremtidige adfærd i negativ retning. Det oplyses i den forbindelse, at kvantitative testresultater placerer reklamen blandt de 10 mest populære reklamefilm i uge 10 vurderet af 500 seere i alderen 13-70 år.

Endelig vedlægger annoncøren en revideret udgave af reklamen, der bl.a. er ændret således, at moderen tager kødet fra køledisken i stedet for fra den ældre kvindes kurv, og den lille pige rækker ikke tunge.

Annoncøren understreger afslutningsvis, at man ikke har produceret den reviderede udgave som en indrømmelse af den oprindelige reklames manglende lovmæssighed, men alene som et positivt tiltag for at undgå mulige fremtidige klager. Det er den reviderede udgave, der har været indrykket fra og med uge 8.

TV 2 Reklame har i udtalelse af 23. februar 2001 anført, at man ved godkendelsen af reklamen har lagt vægt på, at der ikke er tale om en kriminel handling, når kvinden tager koteletterne fra kurven, idet den ældre dame jo ikke har betalt for dem endnu. Uagtet at der ikke er tale om en kriminel handling har TV 2 Reklame fun-

det, at det er af afgørende betydning, at det ikke er den lille pige, som tager koteletterne op fra kurven. Endelig har TV2 Reklame lagt vægt på, at reklamen er præget af en meget let, humoristisk og uhøjtidelig stemning, og har ikke opfattet dens handling som en opfordring til at følge hverken pigens eller moderens eksempel, men har udelukkende set den som en karikeret illustration af, hvor eftertragtet en vare Antonius-kødet er.

Radio- og tv-nævnet har på sit møde den 2. april 2001 behandlet sagen og har truffet følgende afgørelse:

Ifølge reklamebekendtgørelsen § 7, stk. 1, skal reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Den oprindelige version af Antonius-reklamen giver, på trods af forsøget på at udforme en humoristisk, let og uhøjtidelig reklame, det indtryk, at forældre har lov til at udnytte deres børn og børns uskyldige charme til at snyde (svagere) medborgere.

Nævnet finder derfor, at reklamen i sin oprindelige form strider mod reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 1.

Vedrørende den ændrede version af reklamen finder Nævnet ikke grundlag for indskriden, men påpeger dog, at det er betænkeligt at vise et barn, der udnyttes til at aflede en anden kundes opmærksomhed med henblik på at opnå en fordel frem for denne kunde.

Mogens Kockvedgaard
formand

Jette Fievé
nævnssekretær