

TV 2/Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup
Att.: Reklamejura

København den 23. februar 2005

Klage over tv-reklame for V6 tyggegummi sendt på TV 2

Radio- og tv-nævnet har modtaget følgende klage af 18. december 2004 fra Peter Glaser over en tv-reklame for V6 tyggegummi sendt på TV 2:

" Markedsføringen må ikke "opfordre", inspirere, opmuntre børn og unge til farlige situationer og til farlig, sundhedsskadelig adfærd.

Markedsføringen må ikke "opfordre", inspirere, opmuntre børn og unge til farlige situationer og til farlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd.

Suggesting to a child that one should put a piece of chewing gum in ones mouth before going swimming is the most irresponsible message I have ever seen in my 45 years of television viewing.

A TV commercial for V6 chewing gum (a Cadbury's Schwepps company) being shown on TV2 during the early morning cartoon time on weekends encourages kids to chew gum and blow bubblegum bubbles while swimming. In week 50, I contacted Cadbury's head office in England and the local Cadbury-Schwepps office in Vejle via telephone, warning them of the possibility legal liability and negative publicity, if any children actually tried to chew gum while swimming.

As of 18-12-04, according to my eight-year-old daughter, who just completed her first swimming lessons, the commercial is still being aired on TV2 in the early morning.

The commercial is a "Jaws" story, showing a boy on a crowded beach, who becomes a hero by throwing a piece of V6 gum into his mouth before running out into the sea, swimming and biting the shark. The story ends with

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

the boy, still with the gum in his mouth, treading water while blowing a bubblegum bubble. When I think of the innumerable times I've seen gum-bubble-blowers when the bubble pops, with both mouth and nose sealed off, and I get the chills again.

I'm amazed that the legal department at TV2 has not reviewed this commercial, amazed that the commercial was approved for production, and angry with Cadbury-Schwepps that their advertising budget should take priority over children's safety."

TV 2/Reklame har indsendt en dvd med reklamen. Reklamen indledes med billeder af en hajfinne i vandet ud for en strand med badegæster. Man ser herefter den animerede V6 kanin "Tommy Tand" byde en dreng et stykke tyggegummi, hvorefter drengen svømmer ud og går til angreb på hajen. Efter at have jaget hajen på flugt ved at bide den i finnen, ser man drengen komme op til overfladen og blæse en tyggegummiboble. Reklamen afsluttes med udsagnet "Det er sjovt at have stærke tænder".

Udskrift af reklamens speak:

Kvindelig voice-over

Startspeak/product introduktion

Ny V6 det første sukkerfri Bubble Gum

Speak forsat

...med calcium der giver stærkere tænder

Packshot speak

V6 sukkerfri Bubble Gum med calcium – Det er sjovt at have stærke tænder

Text sign:

Det er sjovt at have stærke tænder

Stamp:

Nyhed + Tatoveringer

Høring

TV 2 Reklame har i hørings svar af 1. februar 2005 oplyst følgende:

" ...Vi har set reklamen som en præsentation af et nyt sukkerfrit tyggegummi som indeholder calcium. Vi har ved vurderingen af reklamen lagt vægt på, at handlingen fremstod klart overdrevet og humoristisk.

Sceneriet med drengen og hajen har vi opfattet som en illustration af, at tyggegummiet har været med til at give ham stærke tænder, så han kunne klare hajen.

Selve historien, hvor en dreng bider en stor haj, samt anvendelsen af en sammenklipping af tegnefilmsanimation og live action, er efter vores vurdering med til at understrege, at der er tale om et spændende "eventyr" – og ikke handlinger til eftergørelse.

Klagers påstand om, at det skulle være særligt farligt at blæse tyggegummibobler i vandet, da det kan komme til at dække for både mund og næse, finder vi umiddelbart en smule usandsynlig. For det første vil tyggegummiet – skulle det utænkelige ske – i givet fald kunne fjernes med hænderne. For det andet er det en risiko, der er til stede, uanset om man spiser tyggegummi på land eller i vand.

Det er på den baggrund vores opfattelse, at selvom tyggegummispisning og svømning ideelt set ikke hører sammen, kan handlingen dog heller ikke karakteriseres som farlig i en sådan grad, at den er omfattet af bekendtgørelsens § 10, stk. 3, eller § 18.

Det er endvidere vores opfattelse, at den overdrevne handling og brug af animation betyder, at reklamen ikke kan siges at opfordre til eftergørelse...."

Cadbury STIMOROL Danmark A/S har i brev af 24. januar 2005 følgende kommentarer:

" Det er magtpåliggende for os, at der ikke kan stilles spørgsmålstegn ved anvendelsen af vores tv reklamer. Efter henvendelsen fra Peter Glaser be-

sluttede vi derfor i slutningen af december 2004 ikke at anvende den pågældende tv reklame igen.”

Nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 behandlet sagen på sit møde den 23. februar 2005 og skal **udtale:**

Som ovenfor nævnt besluttede Cadbury Stimorol Danmark A/S, på baggrund af en henvendelse fra Peter Glaser, ikke at anvende den pågældende tv-reklame igen. Beslutningen blev truffet i slutningen af december 2004.

På trods af at tv-reklamen således sandsynligvis ikke udsendes igen, finder Nævnet det hensigtsmæssigt alligevel at tage stilling til tv-reklamen, da sagen er så fremskreden.

Peter Glaser klager over, at tv-reklamen for V6 tyggegummi er uansvarlig og lovstridig, idet den opfordrer børn til at tygge tyggegummi og puste bobler, mens de svømmer. Klager påpeger endvidere, at der er stor sandsynlighed for at både næse og mund bliver dækket, når en tyggegummiboble springer.

Ifølge § 18 i reklamebekendtgørelsen, må reklamer ikke uden grund vise mindreårige i farlige situationer, eller opfordre eller tilskynde mindreårige til at opholde sig eller bevæge sig ind på farlige steder, bruge farlige produkter eller i det hele taget bringe sig i farlige situationer.

I tv-reklamen optræder bl.a. en animerede kanin, og reklamen viser en dreng, som frygtløst svømmer ud og bider en haj i finnen, hvorefter hajen flygter. Tv-reklamen er derfor efter Nævnets opfattelse stærkt karikeret og uvirkelig. Nævnet finder således, at reklamen nærmere har karakter af et eventyr, som spiller på børns fantasi og dermed ikke opfordrer eller tilskynder dem til at bringe sig i lignende farlige situationer.

Spørgsmålet er herefter, om tv-reklamen uden grund viser en mindreårige i en farlig situation. Der er ingen tvivl om, at det at svømme ud og bide en haj i finnen, er en farlig situation, og det kan ikke benægtes, at det kan være farligt at tygge tyggegummi under svømning, men på grund af reklamens fiktive univers finder Nævnet ikke, at reklamen viser en mindreårige i en farlig situation.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for V6 tyggegummi sendt på TV 2 er ikke i strid med reklamebekendtgørelsens § 18.

Nævnet har taget til efterretning, at Cadbury STIMOROL Danmark A/S i slutningen af december 2004 efter henvendelse fra klager besluttede ikke at anvende den pågældende tv reklame igen.

Christian Scherfig
Nævnshoved

/Christina Sigvardt
nævnshoved