

TV 2 Reklame  
Baunegårdsvej 73  
2900 Hellerup  
Att.: Reklamejura

København den 21. december 2006

**Klage over tv-reklamen "Madpakken" for K-Salat sendt på TV 2/Danmark**

Nanna Gersov har ved mail af 30. august 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over tv-reklamen "Madpakken" for K-Salat sendt på TV 2/Danmark.

Nanna Gersov anfører følgende i klagen:

"...

*TV2 viste tirsdag den 29.8. omkring kl. 7.30 en reklame fra K-Salat, hvor budskabet er nedrakning af mors flade rugbrødsadder til fordel for hvidt brød med tunsalat. Jeg mener at reklamen afspejler dårlig moral idet kvindens arbejde i hjemmet nedrakkes samt konforme kønsroller idet madpakker ensidigt ses som kvindens pligt og kvinden ses som prügelnabe og sur madamme. Den er endvidere uansvarlig overfor børn, idet den antaster gode traditionelle danske madvaner, som er mere sunde end de madvaner, som K-Salat søger at indføre. Tilmed inspirerer den børn til at stikke af hjemmefra.*

*Alt dette sker på et tidspunkt, hvor mange børn ser tv lige inden de skal i skole og hvor forældrene måske oven i købet står og smører de såkaldt flade madder, som nedrakkes. Reklamen søger at skabe det indtryk, at sandwich er mere fint end smørrebrød og at man er en kedelig forælder, hvis man holder fast i det sunde.*

*Derved undermineres forældrenes autoritet og de sunde kostvaner, som mange forældre forsøger at bibringe deres børn. Dette er til stor skade, idet mange børn kæmper med overvægt og usunde spisevaner og ofte er*

**Mediesekretariatet**

Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon 3318 6868  
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk  
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

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

*overladt meget til sig selv. Man forsøger at få børn til at mene, at almindelige rugbrødsmadder er kedelige. Men mange børn er godt tilfredse netop når madderne er enkle. Enkle rugbrødsmadder af friske og sunde råvarer har en langt bedre holdbarhed ved kølig opbevaring end en sandwich med tunsalat, som bliver våd og smattet og hvor hvedebrødet bliver kedeligt, fordi hvedebrød som bekendt ikke har godt af at blive opbevaret i køleskab.*

*Jeg vil på denne baggrund anbefale, at Radio- og tv-nævnet påtaler reklamen overfor K-Salat og gør dem opmærksom på lovgivningen på området. Om muligt vil jeg gerne have oplyst, hvilket reklamebureau, der står bag, idet de jo også bærer en del af ansvaret.*

*De relevante afsnit i Markedsføringsloven, "Børn, unge og markedsføring", ICC's Internationale Kodeks for Reklame Praksis, Forbrugerombudsmandens retningslinier "Kønsdiskriminerende reklame" og "Bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn" går jeg ud fra vil indgå i Radio- og tv-nævnets behandling af klagen."*

## **Beskrivelse**

TV 2 Reklame har med sit høringssvar af 18. september 2006 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen "Madpakken" fra K-Salat sendt på TV 2/Danmark.

Reklamen er lavet som en kort tegnefilm og udspiller sig hos en familie bestående af en mor, en far, to børn og en hund. Faderen fortæller i digtform en historie om, at hans kone "lavede kedelige og dårligt lugtende madpakker" til deres to børn. Det fremgår af tegnefilmen, at det var så slemt, at familiens hund besvimede af den dårlige lugt fra madpakkerne, hvorfor den begyndte at gå med næseklemme for at undgå lugten. Børnene brokkede sig over madpakkerne og nægtede at spise dem, hvorefter moderen opfordrede dem til at flytte hjemmefra, hvis de ikke stoppede deres brok. Børnene tog hende på ordet og flyttede først hjem igen, da moderen lovede at lave tunsalat sandwich hver dag.

Reklamens speak er som følgende:

Kvindelig speak:

*"K-Salat præsenterer"*

Faderen fortæller:

*"Min kone gav børnene et par flade hver dag  
Så madpakkerne faldt ikke sådan rigtig i smag."*

Sønnen:

*"Helt ærlig come on mor vil du spise dem selv",*

Moderen:

*"Er der vrøvl kan I finde jer et bedre hotel."*

Faderen:

*"Så ungerne flyttede og kom først tilbage, da hun lovede tunsalat sandwich  
hver dag."*

Kvindelig speak:

*"Det er godt at du kan få salat med K på."*

### **Høringssvar**

TV 2 Reklame har i sit høringssvar af 18. september 2006 anført følgende kommentarer:

"...

*Vi har opfattet reklamen som en humoristisk fortælling om tunsalat fra K-Salat. Vi har ved vurderingen lagt vægt på, at reklamens form, både visuelt og auditivt, tydeligt understreger, at reklamen ikke skal opfattes som en autoritativ kilde til hverken kønsrollemønstre eller opdragelsesmetoder.*

*Efter vores vurdering promoverer reklamen ikke K-salat på bekostning af "gode traditionelle madvaner". Det fremgår ikke af reklamen, hvad madpakkerne reelt består af og de må således mere ses som symbol på den anonyme "kedelige madpakke".*

*Reklamen fremstiller endvidere ikke tunsalaten som et særligt sundt eller ernærings-rigtigt produkt, men anfører udelukkende, at produktet kan hjælpe til med at gøre madpakken mere spændende.*

*Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamen er en lovlig anprisning og således ikke er i strid med Reklamebekendtgørelsen.*

*Der vedlægges en udtalelse fra annoncøren samt en CD-rom med reklamen."*

Rieber & Søn Danmark A/S v/Kristian Skou, Nordisk marketingchef, er i brev af 14. september 2006 fremkommet med følgende bemærkninger:

*" Klagen må fuldstændig afvises.*

*Hele budskabet kører og bæres af humor, figurerne udseende og omgivelser er alle tydeligt fortegnet, måske mere end der kunne forventes i en tegnefilm.*

*Brugen af tegnefilm med et tydeligt fortegnet univers åbner helt automatisk også op for brugen af overdrevne budskaber og handlinger der kun optræder i tegnefilm, f.eks. hunden der besvimer, moderen der smører madpakker og vasker op lynhurtigt og moderen der smider sine børn på porten. Det er jo en handling man kun vil se ske i en tegnefilm, ikke en gang i en almindelig opsat dramatiseret film. Moderens optræden har således intet med virkeligheden at gøre hvilket helt klart er en begivenhed som børn straks gennemskuer, da den er meget tydelig. Handlingen kan således ikke være krænkende for kvinder og være i modstrid med opfordringer til at spise sundt, da de foregår i et fantasiunivers.*

*Børnenes optræden er heller ikke i strid med reglerne i reklamebekendtgørelsen da de optræder som en naturlig del af deres univers og velkendte produkter – madpakken – der relaterer sig til børn. Brug af tegnefilm som reklame henvender sig ikke alene til børn, men også voksne. Reklamen fremstiller ikke sandwich som noget finere, blot med en efter de optrædende børn fra tegnefilmsuniverset, bedre smag. En påstand der ikke kan anvendes generelt, da smag er fuldstændig subjektivt."*

## **Radio- og tv-nævnets vurdering**

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 410 af 2. maj 2006 på sit møde den 19. december 2006 behandlet sagen og skal udtale:

Nanna Gersov har ved mail af 30. august 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over tv-reklamen "Madpakken" for K-Salat sendt på TV 2/Danmark. Det er Nanna Gersovs opfattelse, at reklamen skaber indtryk af, at sandwich er mere "fint" end smørrebrød, og at forældre, der vil give deres børn sund mad, er kedelige. Nanna Gersov mener, at forældrenes autoritet og sunde kostvaner derved undermineres.

Nanna Gersov finder endvidere, at reklamen afspejler dårlig moral, idet kvindens arbejde i hjemmet nedrakkes. Hertil kommer at reklamen efter klagers opfattelse fremstiller det som kvindens pligt at smøre madpakker, samt at kvinden fremstilles som en "sur madamme".

Endelig finder Nanna Gersov, at reklamen inspirerer børn til at stikke af hjemmefra.

TV 2 Reklame har opfattet reklamen som en humoristisk fortælling om tun-salat fra K-Salat og har ved vurderingen lagt vægt på, at reklamens form, både visuelt og auditivt, tydeligt understreger, at reklamen ikke skal opfattes som en autoritativ kilde til hverken kønsrollemønstre eller opdragelsesmetoder, men blot er en lovlig anprisning, som ikke er i strid med reklamebekendtgørelsen.

Ifølge § 10, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2006 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer ikke være diskriminerende med hensyn til bl.a. køn.

Det er Nævnets opfattelse, at det forhold, at det er moderen og ikke faderen, der smører kedelig madpakker til børnene hver dag og fremstilles streng og autoritær, ikke medfører, at reklamen er kønsdiskriminerende. En reklame kan efter Nævnets opfattelse lovligt fremstille en stereotyp opfattelse af kønsroller, så længe den ikke er nedladende. Reklamen i den konkrete sag er udformet som en tegnefilm, og historien fortælles i digtform. Såvel billedsiden som den fortalte historie og dens karakterer er fremstillet stærkt karikerede og humoristisk, idet bl.a. hunden går med

næseklemme mv. Nævnet finder derfor, at reklamen er humoristisk og ikke er nedladende over for kvinder.

I henhold til reklamebekendtgørelsens § 20 må reklamer ikke underminere sociale værdier, f.eks. ved at bibringe den opfattelse, at bl.a. indtagelse af et produkt i sig selv vil give mindreårige fysiske, sociale eller andre psykologiske fordele frem for andre mindreårige, eller at det ikke at indtage et sådant produkt kan have den modsatte virkning. Det er ligeledes ikke tilladt at reklamere således, at mindreårige får den opfattelse, at de på nogen måde bliver ringere stillet end andre mindreårige, eller at de vil blive udsat for foragt eller latterliggørelse, hvis de ikke indtager det pågældende produkt.

Det fremgår af reklamens speak, at børnene får et "par flade" med i madpakken hver dag. Det angives dog ikke nærmere, hvad maden består af, men et "par flade" skal efter Nævnets opfattelse blot forstås som en kedelig madpakke, hvilket understreges af billedsiden, hvor hunden dånner af den dårlige lugt. Børnene vil imidlertid kun spise tun sandwich hver dag og ender også med at få deres vilje.

Der er dog efter Nævnets opfattelse intet i reklamen, der antyder, at børnene bliver mere populære blandt deres jævnaldrene ved at spise tun sandwich i stedet for en almindelig kedelig madpakke, eller at den ændrede kost har positive fysiske konsekvenser for børnene. Endelig er der heller intet, der antyder, at børn, som ikke spiser tun sandwich, bliver udsat for foragt eller latterliggørelse. Nævnet finder derfor, at reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 20.

Det er endvidere Nævnets opfattelse, at reklamen hverken tager stilling til eller giver seeren opfattelse af, at tunsalat fra K-Salat er sundere end anden mad. Reklamen udtrykker udelukkende, at børnene i reklamen synes, at tunsalat smager bedre end deres sædvanlige madpakke.

Nævnet skal under henvisning til reklamens humor endvidere afvise Nanna Gersovs anbringende om, at reklamen inspirerer børn til at stikke af hjemmefra.

Endelig finder Nævnet, at reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, hvorefter reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

**AFGØRELSE:**

Tv-reklamen "Madpakken" for K-Salat sendt på TV 2/Danmark er i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsssekretær