

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

København den 25. april 2006

**Klage over tv-reklamen "Slush Ice maskine" fra OBH Nordica Denmark A/S sendt på TV 2/Danmark A/S**

Peter Kjærsgaard har ved mail af 6. december 2004 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over tv-reklamen "Slush Ice maskine" for OBH Nordica Denmark A/S udsendt den 6. december 2004 på TV 2/Danmark A/S.

Peter Kjærsgaard har anført følgende i klagen:

" ...

*Her blev det oplyst at produktet som kom ud af maskinen var "sundt". Jeg ønsker at klage over reklamen, da jeg har læst flere steder (bl.a. på netdoktor.dk) at man for nylig har fundet ud af, at flydende sukker er noget at det mest fedende.*

*Da slush ice alt andet lige må kunne sammenlignes med flydende sukker mener jeg denne "påstand" er helt hen i vejret.*

*Alt andet lige er det en sundhedsanprisning som der overhovedet ikke er hold i.*

*Nedenstående er skrevet af Arne Astrup klippet fra NETdoktor  
Sukker i sodavand, saftvand og juice ser derimod ud til at mætte rigtig dårligt, og flere undersøgelser peger på at sukker i opløst form feder ganske voldsomt.*

..."

**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

Klager finder på baggrund heraf, at reklamen er i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, om at reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

### **Beskrivelse**

TV 2 Reklame har med sit høringsvar af 20. oktober 2005 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med reklamen "Slush Ice maskine" fra OBH Nordica Denmark A/S.

Reklamen udspiller sig hjemme hos en familie, hvor en dreng på omkring otte år og hans et par år ældre søster laver slush ice ved hjælp af en slush ice maskine fra OBH Nordica, dog under opsyn af moderen. I reklamen illustreres, hvordan maskinen fungerer. Der fyldes is, som i dette tilfælde er frossen vand uden tilsat smagsstoffer, fra fryseren ned i maskinen, som knuser isen, der bagefter hældes op i drikke glas. Efterfølgende tilsættes efter eget valg smagsstoffer. I reklamen hælder børnene rød saft over isen, hvorefter den drikkes med sugerør. Det fremgår ikke af reklamen, hvorvidt det er saftvand eller hjemmepresset frugtsaft, der hældes over isen. På køkkenbordet ligger dog tre blomster og en appelsin.

Billedsiden suppleres af følgende speak:

*"Så er det nu...lav din egen hjemmelavede slush ice direkte fra fryseren.*

*Det er nemt, billigt, sundt og fedtfattigt og børnene elsker det.*

*Fin og luftig sne, lige til at spise i forskellige smagsvarianter.*

*Fås i rød, blå og grøn.*

*Et pletskud fra OBH Nordica."*

### **Høringer**

TV 2 Reklame har i høringsvar af 20. oktober 2005 følgende kommentarer:

" ...

*Vi har set reklamen som en præsentation af en elektrisk husholdningsmaskine fra OBH Nordica. Maskinen producerer, som navnet antyder, knust is. Det er herefter op til den enkelte forbruger at afgøre, hvordan den knuste is skal anvendes.*

*De fleste forbrugere vil nok foretrække at tilsætte isen smag i form af eksempelvis juice eller saftvand. Valgfriheden betyder dog, at forbrugerne kan vælge at undgå sukkerholdige smagsstoffer og det er således op til den enkelte at bestemme, hvor sundt slutproduktet skal være.*

*Det er på den baggrund vores vurdering, at reklamen ikke strider mod hverken Fødevarerlovens § 19 eller Bekendtgørelsens § 8, stk. 1.*

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

OBH Nordica Denmark A/S har i brev af 10. oktober 2005 følgende kommentarer:

" ...

*Slush Ice maskinen anvendes på følgende måde:*

*Medfølgende isforme fyldes med vand og sættes i fryseren i 6-8 timer. Isblokken tages ud af formen og puttes ned i isbeholderen. Der stilles en skål på foden af apparatet (lige under isbeholderen) til at opfange isen/"sne".*

*En OBH Nordica Slush Ice maskine producerer på denne måde "sne" af 100 % vand, hvilket umiddelbart (indtil videre) ikke kan anses værende usund.*

*Forbrugeren har herefter mulighed for at tilsætte mere eller mindre sukkerholdige smagsstoffer for at give slush ice'en smag efter ønske. Der findes dog en lang række produkter på markedet (fx saftvand) som har et ekstremt lille indhold af sukker. Forbrugeren har ligeledes mulighed for at tilsætte friskpresset frugtsaft eller andre alternative -sunde- smagstilsætninger til isen.*

*Derfor står OBH Nordica inde for speaken i TV-reklamen for OBH Nordica Slush Ice, og finder klagerens påstande for grundløse."*

Forbrugerombudsmanden har i høringsvar af 4. november 2005 følgende bemærkninger:

*"Der er tale om en reklame for en ismaskine. Udsagnet i reklamen om, at "det er nemt, billigt, sundt og fedtfattigt og børnene elsker det", er efter vores opfattelse uden problemer, når der alene er tale om, at den knuste is bliver indtaget uden tilsætning af smagsstoffer. Men reklamen lægger i det efterfølgende udsagn "Fin og luftig sne, lige til at spise i forskellige smagsvarianter" op til, at der bliver tilsat smagsstoffer. Isens sundhed afhænger herefter af, hvilke smagsstoffer der bliver tilsat.*

*På ovennævnte baggrund finder vi, at brugen af ordet "sundt" er mindre hensigtsmæssigt.*

...

*I øvrigt kan vi henvise til [www.hvadergodskik.dk](http://www.hvadergodskik.dk), hvor der er letlæselig information om Forbrugerombudsmandens regler og praksis.*

..."

Fødevarestyrelsen har i høringsbrev af 24. marts 2006 følgende bemærkninger:

" ...

*På udsendelsestidspunktet blev vildledning reguleret i fødevarerlovningen ved § 19 i dagældende fødevarerlov<sup>1</sup>, som forbød salg af fødevarer under omstændigheder, der var egnet til at vildlede forbrugerne. Imidlertid er der i det konkrete tilfælde tale om et udsagn i forbindelse med en reklame for et husholdningsapparat og ikke om en markedsføring af en fødevarer. Forholdet ses derfor ikke at være omfattet af førnævnte bestemmelse."*

### **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. 506 af 10. juni 2004 behandlet sagen på sit møde den 21. april 2006 og skal udtale:

---

<sup>1</sup> Lov nr. 471 af 1. juli 1998 om fødevarer m.m.

Af reklamen fremgår det, at "OBH Nordica Slush Ice maskine" knuser is, hvorefter forbrugeren efterfølgende kan tilsætte smagsstoffer efter eget valg. I reklamen hælder børnene rød saft over isen, hvorefter den drikkes med sugerør. Det fremgår ikke af reklamen, hvorvidt det er saftvand eller hjemmepresset frugtsaft, der hældes over isen. I reklamen oplyses det endvidere med speak, at slush ice er sundt og fedtfattigt, og at den er til at spise i forskellige smagsvarianter.

Peter Kjærsgaard er på baggrund af en artikel fra Netdoktor.dk af den opfattelse, at flydende sukker er fedende. Klager mener, at slush ice kan sammenlignes med flydende sukker, hvorfor reklamens udsagn om, at slush ice er sundt, ifølge klager ikke er korrekt.

TV 2 Reklame har i sin vurdering af reklamen lagt vægt på, at der er tale om en reklame for en elektrisk husholdningsmaskine fra OBH Nordica, der producerer knust is, og at det er op til den enkelte forbruger at afgøre, hvordan den knuste is skal anvendes. TV 2 Reklame finder derfor ikke, at reklamen strider mod hverken fødevarerlovens § 19 eller reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

Forbrugerombudsmanden er af den opfattelse, at reklamen lægger op til, at der tilsættes smagsstoffer til den knuste is, og at isens sundhed afhænger af, hvilke smagsstoffer, der bliver tilsat. Forbrugerombudsmanden finder derfor brugen af ordet "sundt" mindre hensigtsmæssig.

Fødevarestyrelsen mener, at der er tale om et udsagn i forbindelse med en reklame for et husholdningsapparat og ikke om en markedsføring af en fødevarer, hvorfor forholdet efter Fødevarestyrelsens opfattelse ikke er omfattet af fødevarerlovens § 19 om, at fødevarer ikke må sælges under omstændigheder, der er egnet til at vildlede forbrugerne.

Såvel klager som TV 2 Reklame henviser til § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, hvorefter reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, skal være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Forbrugerombudsmanden angiver ikke en specifik bestemmelse, men henviser til sin hjemmeside [www.hvadergodskik.dk](http://www.hvadergodskik.dk).

Det er imidlertid Radio- og tv-nævnets opfattelse, at udsagnet skal bedømmes ud fra § 2, stk. 1, i lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000 om markedsføring, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2, hvorefter reklamer skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven.

I henhold til markedsføringslovens § 2, stk. 1, må der ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Spørgsmålet er herefter om reklamens udsagn, om at slush ice er sundt, er urigtigt og/eller vildledende.

Det er Nævnets opfattelse, at slush ice i sin rene form, det vil sige uden, at der er tilsat smagsstoffer, næppe er usundt. Reklamens speak: "*Fin og luftig sne, lige til at spise i forskellige smagsvarianter*", lægger imidlertid op til at slush ice skal tilsættes smag, hvilket understøttes af reklamens billedside, hvor børnene hælder saft over isen, inden de spiser den.

Nævnet finder det overvejende sandsynligt, at de fleste vil drikke slush ice tilsat smagsstoffer i form af enten saftvand, sodavand, friskpresset juice eller andre former for smagsstoffer. Det er således valget af tilsætning af smagsstoffer, der er afgørende for, hvorvidt slush ice ikke er usundt. Nævnet er endvidere af den opfattelse, at de færreste, dette gælder især børn, vil tilsætte friskpresset juice, men at forbrugeren hovedsageligt vil tilsætte et færdigproduceret smagsstof, som oftest vil indeholde sukker. I reklamen fremgår det imidlertid ikke, hvilken slags saft, der tilsættes, men der ligger friske frugter på køkkenbordet, hvilket antyder, at saften, børnene tilsætter, er sund.

På baggrund af ovenstående er det Nævnets opfattelse, at udsagnet, om at slush ice er sundt, isoleret set er betænkeligt. Udsagnet bør dog vurderes ud fra reklamens kontekst, og da reklamen hverken omtaler eller viser usunde produkter, finder Nævnet ikke, at udsagnet er urigtigt.

Med hensyn til, hvorvidt udsagnet er egnet til at vildlede forbrugerne, er det Nævnets opfattelse, at en "almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger" er klar over, at sundhedsværdi af slush ice afhænger af hvilke smagsstoffer, der tilsættes. Nævnet finder derfor, at reklamens udsagn om, at slush ice er sundt, ikke er egnet til at vildlede forbrugerne.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

**AFGØRELSE:**

Tv-reklamen "Slush Ice maskine" for OBH Nordica Denmark A/S udsendt på TV 2/Danmark A/S er ikke i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsekretær