

TV 2/DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV  
Att.: Reklamejura

København den 7. juni 2007

**Klage over tv-reklame for Tuborg "Fadbamser" sendt på TV 2/DANMARK**

KLF, Kirke & Medier v/Lisbeth Krabbe Haugstrup har indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over tv-reklamen "fadbamser" for Tuborg sendt på TV 2/DANMARK.

KLF, Kirke & Medier anfører følgende kommentarer i klagen:

*" 1. Grøn Tuborg reklamen på TV 2 viser 2 grønne bamser, som sidder på hver sin side af en figur (Peter Frödin), som skal forestille Povl Kjøller. Set-uppet ligner Kaj og Andrea fra 70'erne, som børn idag kender via genudsendelser, dvd og figurer. Børnesangene, som de synger sammen i reklamen handler om øl. De synger bl.a. "Vi leger ikke skjul, gider ikke spille bold, det eneste vi tænker på...er om øllet det er koldt. For mange unge er nu afdøde Povl Kjøller blevet en kultfigur, så reklamen retter sig både mod børn og unge.*

*Reglerne er overtrådt på to måder:*

*1. "Reklamer for alkohol ikke må henvende sig til mindreårige". Men reklamen for Grøn Tuborg har alt, hvad børn elsker. Genkendelighed fra et børneprogram, bamsefigurer, sang og en hyggelig sanger.*

*2. "Reglerne om beskyttelse af mindreårige bestemmer at reklamer, der henvender sig til mindreårige, ikke må udformes sådan, at de mindreåriges naturlige godtroenhed og loyalitet udnyttes". Børn, der ser denne reklame forstår måske godt, at det ikke er den rigtige "Kaj og Andrea", men det sjove, hyggelige og uskyldige børnekoncept udnytter børns godtroenhed til at underforstå, at Grøn Tuborg er ligeså sjov, hyggelig og uskyldig som det oprindelige tvprogram."*

**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

## Beskrivelse

TV 2/DANMARK A/S har med sit hørings svar af 22. januar 2007 sendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen "Fadbamse" for Tuborg.

Reklamens handling udspiller sig på et reklamebureau, hvor Frederik LaCure sammen med sin chef Phillip er ved at finde på idéer til den næste reklamekampagne for Grøn Tuborg. Phillip foreslår: *"Store bryster, kendte mennesker og jysk humor – så har du et hit!"*. Frederik supplerer med *"..og dukker"*, hvilket frembringer en begejstret reaktion fra Phillip, der mener, at *"dukker holder max!"*. På anmodning fra Phillip forsøger Frederik at uddybe sin ide nærmere og siger tøvende: *"øhhh..... Fadbamserne.."*, hvilket får Phillip til at se noget desorienteret ud.

Der klippes herefter til et sceneri, hvor Frederik ses i en udklædning, så han ligner Povl Kjøller i 1970'erne. Han er i selskab med to grønne bamser, der sidder med hver sin fadøl, og mellem dem står et fadølsanlæg. Han spørger bamserne: *"Nåeh små venner, hvornår smager en Grøn Tuborg så mest fresh?"*. Den ene bamse svarer: *"Når den er dejlig kold, Sune"*, og den anden tilføjer: *"Ja, Sune, eller iskold!"*. Sune siger: *"Nemlig fadbamser, og lad os så synge kølesangen"*. Sune griber sin guitar og synger: *"Vi leger ikke skjul, gider ikke spille bold, det eneste vi tænker på, det er [og her stemmer bamserne i] om øllet det er koldt"*. *"Ja, eller iskoldt"*, siger den ene bamse, mens den anden tilføjer: *"Ja, det skal det være"*.

Der klippes herefter tilbage til reklamebureauet, hvor Frederik sidder og smiler selvtilfreds over sin gode idé og siger: *"Nå, den sad vist bare lige i køleskabet, hva' Phillip?"*. Phillip er dog temmelig ophidset og svarer: *"Blande børne-TV og bajere sammen?! Du må da have tabt sutten mand!"*

Med lyden af en grædende Frederik i baggrunden høres Phillip råbe *"Det' en ommer - capisce!!"*, og stemplet *"OM'er"* vises på skærmen.

## Hørings svar

TV 2/DANMARK A/S v/Chef for Reklamejura Marianne Pittelkow har i brev af 22. januar 2007 anført følgende bemærkninger til klagen:

"...

TV 2 har ved godkendelsen af reklamen bl.a. lagt vægt på, at den foregår i et etableret univers, og at den indgår i en længere række af film. I hver film forsøger reklamemanden Frederik LaCure at komme med et bud på en ny reklame for Grøn Tuborg. Han har endnu ikke løst opgaven tilfredsstillende, da hans forslag må betegnes som forholdsvist outrerede, og han får hver gang at vide af sin chef Phillip, at "det' en ommer!".

Universet er stærkt karikeret og skal formodentlig ses som en selvironisk beskrivelse af reklamebranchen. Valget af Peter Frödin som Frederik, og Kirsten Lehfeldt som Phillip, indikerer ligeledes, at humor er det bærende element i reklamerne.

Vi har endvidere lagt vægt på, at chefen i slutningen af reklamen udtrykker det, som de fleste formodentlig har tænkt undervejs, nemlig at det af Frederik beskrevne scenario er fuldstændig uantageligt.

Klager anfører, at reklamen appellerer til børn qva sin genkendelighed, brugen af bamser, sang og en hyggelig sanger. Det er ubestrideligt, at sekvensen indeholder de beskrevne elementer, men med hensyn til genkendeligheden må det antages, at det kun gælder en voksen aldersgruppe, som var børn, da Povl Kjøller optrådte på TV. Mindre børn kender således næppe Povl Kjøller, og så vidt vides er der tale om nyproducerede udsendelser, når DR viser "Kaj og Andrea".

Klager anerkender, at børn måske godt forstår, at det ikke er "Kaj og Andrea", der ruller over skærmen, men hun mener, at det "sjove, hyggelige og uskyldige børnekoncept udnytter børns godtroenhed til at underforstå, at Grøn Tuborg er ligeså sjov, hyggelig og uskyldig som det oprindelige tv-program".

Det følger af Reklamebekendtgørelsens § 6, at alkoholreklamer ikke må placeres i tilknytning til programmer henvendt til mindreårige. Det kan i den forbindelse oplyses, at reklamen udelukkende har været vist efter kl. 22.50, dog med en enkelt visning kl. 19.00 og én kl. 21.25 (ud af hidtil 51 visninger). Det må formodes, at mindre børn på dette tidspunkt er lagt i seng, hvorfor sandsynligheden for, at de ser reklamen, er meget lille.

Det er på den baggrund TV 2 Reklames opfattelse, at reklamen for Tuborg ikke er i strid med Reklamebekendtgørelsen § 13.

*Der vedlægges en udtalelse fra annoncøren, samt en CD-rom med en kopi af reklamen. For så vidt angår reklamens speak og tekst, fremgår disse af ovenstående referat af reklamen.”*

Carlsberg Danmark A/S v/Advokat Anders Bendtsen er ved brev af 15. januar 2007 fremkommet med følgende kommentarer til klagen:

“... ”

*Carlsberg Danmark A/S har tidligere været indklaget for Håndhævelsesudvalget vedrørende retningslinier for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, hvor Håndhævelses ikke fandt, at der var tale om en overtrædelse af retningslinierne, Jeg tillader mig at antager, at De er bekendt med ordlyden af disse. Jeg vedlægger til Deres orientering kopi af afgørelsen fra Håndhævelsesudvalget.*

*Carlsberg Danmark A/S' bemærkninger til klagen er som følger:*

*Der klages over reklamefilmen "Fadbamse", der hævdes at være en parodi på programmet Kaj & Andrea med Povl Kjøller. Det bemærkes, at udsendelse af reklamefilmen på TV2 typisk er sket i aften/nattesendetiden og aldrig i tilknytning til børne/ungdoms-udsendelser.*

*Lighed med kendte børne-TV programmer: Povl Kjøller var primærk kendt fra børnesange – og TV i 1970'erne. Han havde kort renæssance omkring 1994 og døde i 1999. DR har oplyst at seneste genudsendelse af Kaj & Andrea med Povl Kjøller i henhold til deres elektroniske arkiver ikke er sket i al fald siden 1995. På det grundlag må Povl Kjøller anses generelt at være ukendt af dagens børn/unge. For god orden skyld bemærkes, at Kaj & Andrea blev relanceret i 1999 med helt ny besætning, som på ingen måde ligner personerne i Fadbamse-reklamefilmen, hvilket klager da heller ikke hævder.*

*Eventuelle paralleller til konkrete børne/ungdoms TV-udsendelser må derfor antages primært at blive opfattet af den del af befolkningen, som kan huske børne-TV udsendelser udsendt for mere end ti år siden, dvs. personer som i dag typisk er 20 år og derover.*

*Det bemærkes også, at reklamefilmens figurer adskiller sig klart fra Kaj & Andrea (og andre konkrete børne-TV programmer) ved at være to kraftigt*

*mellem-grønne, bamser og ikke være f.eks. papegøje/frø, og den mandlige figur ligner ikke nutidige børne-TV-værter.*

*Generelle associationer til børne-TV: På den baggrund synes det eneste potentielt kritiserbare element ved reklamen at være de mulige generelle associationer til børne-TV, som brugen af de to tøjdukker måtte kunne give.*

*Det bemærkes, at Carlsberg Danmark A/S forud for udarbejdelsen af reklamefilmen nøje overvejede og lagde vægt på, at udformningen af "bamserne" netop ikke måtte have appel til børn/unge eller måtte fremstå som figurer/ikoner, som børn sympatiserer eller identificerer sig med.*

*Derfor fremstår plysdukkerne i reklamen netop hverken som søde eller tiltalende plysdukker, men er derimod udstyret med bløde hatte, en uskøn skarp mellem-grøn farve samt et sløvt og tåbeligt udseende. Deres udformning henvender sig derfor ikke til børn.*

*I den forbindelse bemærkes også, at plysdukkerne er en klar parodi over det velkendte slang-ord fra restaurationslivet "fadbamse" for en fadøl, hvilket er på linje med at tidligere reklamer i Lacure-serien har anvendt slangord som "morgenbajer" i en humoristisk sammenhæng.*

*Når "fadbamserne" således indgår i det velkendte, ironiske Tuborg Lacure-reklame-univers, er der tale om en åbenbar humoristisk parodi på børne-TV, som i praksis netop opfattes som humor og ironi af alle reklame-seere, og som hverken børn eller voksne misforstår eller misfortolker.*

*Det noteres endelig, at reklamens konklusion netop også er, at chefen kasserer reklamen, sådan at enhver tvivl om seriøsitet manes i jorden.*

*Endelig bemærkes det, at reklamematerialet alene har været brugt som reklamefilm og ikke som f.eks. plakater, sådan at reklameseerne ikke er blevet eksponeret for fragmenter af reklamen.*

*Sammenfattende kan det bemærkes,*

*at klagens argumenter for, at Fadbamse-reklamefilmen skulle henvende sig specielt til børn/unge ikke er korrekt,*

*at Lacure "Fadbamse" -reklamen indgår i en velindarbejdet voksen humoristisk identifikationskampagne, hvor det på grund af indhold,*

*opbygning og reklamens konklusion er åbenbart for enhver voksen og barn, at reklamen er en humoristisk parodi, hvor de medvirkende plysdukker ikke konkret appellerer til børn/unge pga. deres åbenbart parodiske og tåbelige fremtoning; og*

*at mulige paralleller til børne/ungdoms-TV, hvor Povl Kjøller medvirkede, er 30 år gamle og ikke er genudsendt i al fald de seneste ti år, og som derfor ikke er i risiko for at blive misforstået af nutidens børn/unge, endsige for at fremstå som rollemodeller el.lign.*

*...”*

### **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. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 4. juni 2007 behandlet sagen og skal udtale:

KLF, Kirke & Medier v/Lisbeth Krabbe Haugstrup har indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over tv-reklamen "Fadbamser" for Tuborg sendt på TV 2/DANMARK. Det er KLF, Kirke & Mediers opfattelse, at reklamen på grund af sin efterligning af Povl Kjøller, Kaj og Andrea, henvender sig til mindreårige og udnytter mindreåriges naturlige godtroenhed og loyalitet.

TV 2/DANMARK har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med den påklagede reklame. Reklamen foregår på et reklamebureau, hvor Frederik LaCure får en idé til en reklamefilm. Idéen går ud på at anvende dukker nærmere bestemt bamser, som er inspireret af ordet fadbamser. Der vises derpå et klip, hvor Frederik LaCure er udklædt som Povl Kjøller i 1970'erne og synger ølsange sammen med to grønne bamser. Frederiks LaCures idé afvises imidlertid af chefen Philip, som ikke mener børne-tv og øl bør blandes sammen. Idéen er derfor en "OM'er".

I henhold til § 6 i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer for alkohol ikke placeres i tilknytning til programmer henvendt til mindreårige.

Hertil oplyser TV 2/DANMARK, at reklamen har været vist efter kl. 22.50, dog med en enkelt visning kl. 19.00 og én kl. 21.25 (ud af hidtil 51 visninger).

Nævnet finder derfor, at visningen har været i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 6.

I henhold til § 13, stk. 1, nr. 1, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn må reklamer for alkoholholdige drikkevarer ikke specielt henvende sig til mindreårige.

Det forhold at der indgår bamser i reklamen medfører efter Nævnets opfattelse ikke nødvendigvis, at reklamen specielt henvender sig til mindreårige. Hvorvidt børn associerer scenen med Povl Kjøller og Kaj & Andrea eller blot som to søde bamser er efter Nævnets opfattelse ikke afgørende i denne forbindelse. Bamserne anvendes ikke til at fange mindreåriges interesse, men til at illustrere, hvor ubetænksom og uduelig Frederik LaCure er. Det er endvidere Nævnets opfattelse, at reklamens humor er rettet mod et voksent publikum. På baggrund heraf og idet der er tale om en reklame for øl, er det Nævnets opfattelse, at reklamen henvender sig til voksne og ikke specielt til mindreårige, hvorfor reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 13, stk. 1, nr. 1.

Endvidere foreskriver reklamebekendtgørelsens § 22, at figurer, dukker og lignende, som er væsentlige og gennemgående elementer i programmer rettet mod børn under 14 år på det pågældende programforetagende, ikke må anvendes i reklamer udsendt af dette for produkter af særlig interesse for børn.

Som følge af at Kaj & Andrea blev vist på DR, og at tv-reklamen for Tuborg vises på TV 2/DANMARK A/S, og idet produktet, der reklameres for ikke har særlig interesse for børn, finder Nævnet, at reklamen ikke er i strid med reklamebekendtgørelsens § 22.

Det er således Nævnets opfattelse, at ingen af særbestemmelserne i reklamebekendtgørelsen er overtrådt. Det bør imidlertid vurderes, hvorvidt generalklausulen i reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, hvorefter reklame i radio og fjernsyn, som al anden reklame, bl.a. skal være udformet med behørig social ansvarsfølelse, er overtrådt.

Nævnet finder, at anvendelsen af bamser i en alkoholreklame er betænkelig, idet brugen af elementer fra et børneunivers tiltrækker børns opmærksomhed og kan få børn til at tro, at øl er hyggeligt og uskyldigt, således som anført af klager, og dermed mindsker børns respekt for alkohol. Brugen af humor ophæver endvidere ikke beskyttelsen af mindreårige.

Nævnet finder ydermere, at det forhold, at Frederiks LaCures idé afvises i reklamen, ikke nødvendigvis medfører, at det vil være lovligt at anvende bamser i reklamen.

Henset til at reklamen tydeligvis ikke henvender sig til børn og ikke er blevet vist i tilknytning til børneprogrammer, finder Nævnet dog, at reklamen efter en samlet vurdering er udformet med behørig social ansvarsfølelse i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1. Det er imidlertid Nævnets opfattelse, at TV 2/DANMARK A/S i fremtiden skal være varsomme med at vise alkoholreklamer, der indeholder elementer fra et børneunivers.

Afslutningsvis skal det bemærkes, at denne vurdering er i overensstemmelse med Håndhævelsesudvalgets afgørelse af 11. december 2006.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen "Fadbamse" for Tuborg sendt på TV 2/DANMARK er ikke i strid med reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsssekretær